



Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

ЕКОНОМІЧНИЙ ВІСНИК

Дніпровської
політехніки

Науковий журнал

№ 2 (86) • 2024

Виходить 4 рази на рік • Заснований у березні 2003 р.

Економічна теорія
Міжнародні економічні відносини
Підприємництво та економіка підприємства
Фінанси
Облік та оподаткування
Економіка природокористування
Менеджмент
Економіко-математичні методи прийняття управлінських рішень
Маркетинг
Публічне управління та адміністрування

Дніпро
2024

Головний редактор	Г. М. Пилипенко
Заступники головного редактора	О. І. Амоша, О. Г. Вагонова
Голова редакційної ради	В. Я. Швець
РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ (УКРАЇНА):	А. В. Бардась, Л. С. Безугла, М. В. Белобородова, Л. А. Бондаренко, М. В. Бойченко, І. П. Булеєв, А. Г. Герасименко, Т. В. Герасименко, І. В. Григоренко, Н. А. Добрянська, О. В. Єрмошкіна, Ю. С. Залознова, М. І. Іванова, С. Я. Касян, В. В. Корнеєв, О. Ю. Красовська, Н. І. Литвиненко, А. А. Макурін, В. А. Павлова, М. С. Пашкевич, Ю. І. Пилипенко, Е. В. Прушківська, А. А. Славкова, В. Л. Смесова, Е. Ю. Терещенко, О. В. Трифонова, О. В. Усатенко, Н. В. Шинкаренко, О. В. Чуріканова, Н. В. Якименко-Терещенко.
ЗАКОРДОННІ ЧЛЕНИ РЕДАКЦІЙНОЇ КОЛЕГІЇ:	Даріюш С. (Університет АГН, м. Краків, Польща), Кошебаєва Г.К. (Карагандинський державний університет, м. Караганда, Казахстан), Росак-Широцька Й. (Ченстоховський технологічний університет, м. Ченстохова, Польща), Січінава А. (Грузинський технічний університет, м. Тбілісі, Грузія), Тарас В. (Університет Північної Кароліни, м. Грінсборо, США), Юревічєйне Д. (Вільнюський технічний університет Гедімінаса, м. Вільнюс, Литва).
	Журнал включено до Переліку фахових видань України групи Б, в яких можуть друкуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата економічних наук Наказ МОН України від 28.12.2019 №1643.
	Журнал індексується в: Google Scholar, Index Copernicus, ResearchBib3 2013року.
Провідний редактор	Н. А. Черченко
Літературний редактор	М. Л. Ісакова
Комп'ютерна верстка	Ю. І. Літвінов
	Журнал підписано до друку за рекомендацією вченої ради Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» (протокол № 7 від 20.06.2024 р.) Наклад 300 прим. Зам. № Підписано до друку 22.06.2024 р. формат 60*90/8 Ум. друк. арк. 15. Папір офсетний
Журнал зареєстровано	у Державному комітеті інформаційної політики, телебачення і радіомовлення України. Свідоцтво про державну реєстрацію: КВ №7070 від 18.03.2003 р.
Засновник та видавець	Національний технічний університет «Дніпровська політехніка» (Державний вищий навчальний заклад «Національний гірничий університет»), м. Дніпро. Інститут економіки промисловості Національної академії наук України, м. Київ. Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК№ 1842 від 11.06.2004 р.
Адреса видавця та редакції	49027, м. Дніпро, пр. Дмитра Яворницького, 19, корп. 1 Тел.: +380 (56) 47-15-66, +380 (97) 115-75-45 e-mail: PilipenkoA@nmu.org.ua , web: ev.nmu.org.ua
Виготовлення	Видавництво «Свідлер А.Л.» 49041, м. Дніпро, а/с 2493 Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи: серія ДК № 3876 від 10.09.2010 р.



Dnipro University of Technology

**ECONOMICS
BULLETIN**
of Dnipro University
of Technology

Scholarly Journal

№ 2 (86) • 2024

Quarterly statement • Founded in March 2003

Economic theory
International economic relations
Entrepreneurship and economics of enterprise
Finances
Accounting and audit
Environmental management
Management
Econometrics in management decision-making
Marketing
Public management and administration

Dnipro
2024

Chief Editor	H. M. Pylypenko
Deputy Chief Editors	O. I. Amosha, O. G. Vagonova
Head of editorial board	V. Ya. Shvets
EDITORIAL BOARD (UKRAINE)	A. V. Bardas, L. S. Bezuhla, M. V. Bieloborodova, L. A. Bondarenko, M. V. Boichenko, I. P. Bulieiev, A. H. Gerasymenko, T. V. Gerasymenko, I. V. Hryhorenko, N. A. Dobrianska, O. V. Yermoshkina, Yu. S. Zaloznova, M. I. Ivanova, S. Ya. Kasian, V. V. Korneev, O. Yu. Krasovska, N. I. Litvinenko, A. A. Makurin, V. A. Pavlova, M. S. Pashkevich, Yu. I. Pylypenko, E. V. Prushkivska, A. A. Slavkova, V. L. Smiesova, E. Yu. Tereshchenko, O. V. Trifonova, O. V. Usatenko, V. Ya. Shvets, N. V. Shynkarenko, O. Yu. Churikanova, N. V. Yakymenko-Tereshchenko.
FOREIGN MEMBERS OF EDITORIAL BOARD	Dariusz S. (AGH University of Krakow, Poland), Koshebayeva G. (Karaganda State Technical University, Kazakhstan), Rosak-Szyrocka J. (Chestohova University of Technology, Poland), Sichinava A. (Georgian Technical University, Georgia), Taras V. (University of South Carolina, Greensboro, USA), Jurevičienė D. (Vilnius Gediminas Technical University, Lietuvos Respublika).
	The Bulletin is included in the group B of the List of scientific professional editions of Ukraine which are entitled to publish the results of dissertations for obtaining the academic degrees of Doctor and Candidate of Sciences (Econ). Order of Ministry of Education and Science of Ukraine №1643 of December 28, 2019
	The journal is indexed in: Google Scholar, Index Copernicus, ResearchBib since 2013.
Senior editor	N. A. Cherchenko
Language editor	M. L. Isakova
Technical editor	Yu. I. Litvinov
	Passed for printing under recommendation of Academic Council of Dnipro University of Technology (transaction № 7 dated 20.06.2024) Number of copies printed 300. Order No_. Passed for printing 22.06.2024 Sheet size 60*90/8 Presswork 15. Offset paper.
Journal was registered	at the State Committee for Informational Policy, Television and Radiobroadcasting of Ukraine on 18th March 2003. Certificate of state registration: KB # 7070.
Founder and editor	Dnipro University of Technology (State highereducational institution «National Mining University»), Dnipro, Certificate of Publisher ДК№1842 dated 11.06.2004 Institute of Industrial Economics of the National Academy of Sciences of Ukraine, Kyiv
Address of editor and editorial office	19, Dmytra Yavornytskoho Ave., building 1, Dnipro, 49027 Tel.: +380(56)47-15-66, +380(97) 115-75-45 e-mail: PylypenkoA@nmu.org.ua , web: ev.nmu.org.ua
Production	Publisher « Svidler A.L.», Dnipro, a / b 2493, 49041 Certificate of registration in the State Register of publishing: Series ДК№ 3876 dated 10.09.2010

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

Уманців Ю. М., Білявська Ю. В. Цифрові детермінанти технологічного розвитку економіки.....	9
Шинкарук Л. В., Прушківська Е. В., Шепелєва Л. М. Інклюзія військових у національний соціально-економічний простір.....	21
Федорова Н. Є. Інноваційна система в структурі інституціонального середовища.....	32
Bezuhla L. S., Herasymenko T. V., Bieloborodova M. V., Nechepurenko M. O. Social innovations of small and medium-sized businesses in Ukraine.....	49
Mosin O. O. Building of the knowledge-based entrepreneurial economy through collaboration between enterprises and start-ups.....	60
Mshvidobadze T. I. Quantifying the digital economy according to the proposed framework	67
Пилипенко Ю. І., Швець А. С. Цифровий вимір розвитку людського капіталу.....	74
Лазебник Л. Л. Вплив глобалізації на закономірності технологічних змін.....	81

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Пилипенко Г. М., Гузенко І. Ю. Методологічний дискурс глобальної економіки.....	86
Бойченко М. В., Осадчий О. О. Особливості управління ланцюгами постачання українських фірм в умовах євроінтеграції.....	93
Вагонова О. Г., Тимошенко Л. В., Чернобаєв В. В., Терехов Є. В., Госалов Ю. С. Зовнішня торгівля органічною продукцією в контексті сталого розвитку.....	106
Osadze L. T. Employment policy and unemployment problems in Georgia	116

МАРКЕТИНГ

Немченко В. В., Криленко В. І., Рудінська О. В., Князькова В. Я. Немченко Г. В. Механізм синергії громадського здоров'я, продовольчої безпеки та поведінки споживачів: роль нейромаркетингу.....	123
Чобіток В. І., Годунов С. Д. Технологічний підхід в інноваційній діяльності підприємств при формуванні маркетингових продуктів: соціально-економічні аспекти	132
Касян С. Я., Цюпа Г. О., Шебанов О. Б. Маркетинг сталого розвитку під час виведення нового товару на ринок.....	140

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Ареф'єв С. О., Ареф'єва О. В., Антоненко К. В., Слатьяникова В. І. Мотивація лідерства у забезпеченні енергетичної безпеки підприємств через інтелектуалізацію процесного підходу в управлінні.....	149
Шепеленко С. М. Формування ефективної соціальної політики вітчизняних підприємств в умовах невизначеності.....	159
Дем'яненко Т. І. Особливості формування стратегії соціально-економічного розвитку сучасного підприємства	169
Чобіток І. О., Кононов О. І. Актуальність процесу цифровізації у розвитку вітчизняних підприємств в умовах соціально-економічної нестабільності.....	176
Острянин С. О., Безугла Л. С., Белобородова М. В., Кулівар В. В. Економічні стратегії розвитку інклюзивного туризму для реабілітації та реінтеграції ветеранів: сучасні виклики та перспективи.....	184

CONTENTS

ECONOMIC THEORY

Umantsiv Yu. M., Biliavska Yu. V. Digital determinants of the technological development of economy.....	9
Shynkaruk L. V., Prushkivska E. V., Shepeleva L. M. Inclusion of the military in the natiosocial and economic space.....	21
Fedorova N. E. Innovation system in the structure of the institutional environment.....	32
Bezuhla L. S., Herasymenko T. V., Bieloborodova M. V., Nechepurenko M. O. Social innovations of small and medium-sized businesses in Ukraine	49
Mosin O. O. Building of the knowledge-based entrepreneurial economy through collaboration between enterprises and start-ups.....	60
Mshvidobadze T. I. Quantifying the digital economy according to the proposed framework.....	67
Pylypenko Yu. I., Shvets A. S. Digital dimension of human capital development.....	74
Lazebnyk L. L. Effect of globalization on the technological changes tendencies.....	81

INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Pylypenko H. M., Huzenko I. Yu. Methodological discourse of the global economy.....	86
Boichenko M. V., Osadchyi O. O. Specific features of supply chain management of Ukrainian firms in the conditions of European integration.....	93
Vahonova O. H., Tymoshenko L. V., Chornobaev V. V., Terekhov Ye. V., Hosalov Yu. S. Foreign trade of organic products in the context of sustainable development.....	106
Osadze L. T. Employment policy and unemployment problems in Georgia.....	116

MARKETING

Nemchenko V. V., Krylenko V. I., Rudinska O. V., Kniazkova V. Ya., Nemchenko H. V. Mechanism of synergy between public health, food safety and consumer behavior: the role of neuromarketing.....	123
Chobitok V. I., Godunov S. D. Technological approach in innovative activities of enterprises in formation of marketing products: socio-economic aspects.....	132
Kasian S. Ya., Tsiupa H. O., Shebanov O. B. Sustainability marketing when introducing a new product to the market.....	140

ECONOMICS OF ENTERPRISE

Arefiev S. O., Arefieva O. V., Antonenko K. V., Slastianyukova V. I. Leadership motivation in ensuring energy security of enterprises through intellectualization of the process approach in management..... **149**

Shepelenko S. M. Formation of an effective social policy at domestic enterprises in conditions of uncertainty..... **159**

Demyanenko T. I. Specific features of forming the socio-economic development strategy of a modern enterprise..... **169**

Chobitok I. O., Kononov O. I. Relevance of the digitalization process in the development of domestic enterprises in the context of socio-economic instability..... **176**

Ostrianin S. O., Bezuhla L. S., Bieloborodova M. V., Kulivar V. V. Economic strategies for the development of inclusive tourism for the rehabilitation and reintegration of veterans: current challenges and prospects..... **184**

ЦИФРОВІ ДЕТЕРМІНАНТИ ТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Ю. М. Уманців, д. е. н., професор, Державний торговельно-економічний університет, у.umantsiv@knute.edu.ua, <https://orcid.org/0000-0003-0788-7110>,

Ю. В. Білявська, к. е. н., доцент, Державний торговельно-економічний університет, у.biliavska@knute.edu.ua, <https://orcid.org/0000-0002-8183-4036>

Методологія дослідження. Загальнонауковий підхід покладено в основу аналізу передумов, тенденцій та закономірностей технологічного розвитку економіки. Діалектичний підхід дозволив сформулювати загальні засади, чинники та умови цифрових технологічних змін в економіці. З метою проведення бібліометричного аналізу застосовувалися онлайн-платформа для моніторингу та аналізу міжнародних наукових досліджень з використанням інструментів візуалізації й сучасних метрик цитування, інструментарій для побудови та візуалізації бібліометричних мереж VOSviewer. Застосування програмного забезпечення дало можливість виявити основні зв'язки між наявними концепціями візуалізації даних та ідентифікувати нові й малодосліджені аспекти цифрових детермінант технологічного розвитку економіки.

Результати. Досліджено зміни розвитку економіки від Індустрії 1.0 до цифрової екосистеми. Поява нових технологій свідчить про трансформацію економічних систем, а також про їхню роль як рушіїв суспільного поступу.

Охарактеризовано ризики, що виникають унаслідок цифровізації економіки. Через невміле управління інформаційними потоками та даними найпоширенішою проблемою є кібератаки, що створюють загрози національній безпеці у секторі критичної інфраструктури. Визначено цифрові активатори технологічного розвитку з метою подолання ризиків, які виникають у процесі цифрової трансформації економіки. Представлені складові забезпечать розвиток цифрових екосистем і створять підґрунтя для дотримання правил цифрової безпеки в умовах технологічного розвитку.

Новизна. Проведено бібліометричний огляд публікацій за ключовим словом «digital technology», що дозволило визначити наукові кластери, галузеві особливості цифрових технологій, а також стратегічні напрями цифровізації. Доведено, що бібліометричний аналіз виступає дієвим інструментом для проведення узагальненого дослідження опублікованих робіт за встановленим ключовим словом.

Практична значущість. Цифрові технології кардинально модифікують сферу роздрібною торгівлі, рекламу та видавничу діяльність, управління та маркетинг, а також розширюють можливості для збору даних про зміни кон'юнктури ринку. Такий процес модернізації здійснює вплив не тільки на світову економіку, але й на новий етап індустріальної трансформації. Протягом останніх років майже кожна сфера економіки суттєво змінилася під впливом цифровізації.

Ключові слова: технологічний розвиток, цифровізація, технології, цифрові активатори технологічного розвитку, цифрова трансформація, ризик, цифрова екосистема, кібербезпека.

Постановка проблеми. Враховуючи численні дослідження проблем цифрової трансформації можна стверджувати, що незаперечним фактом залишається стрімкий

розвиток цифрових технологій, заснованих на ефективному управлінні даними. Такий тренд позитивно впливає на економічне зростання, створення нових робочих місць

за рахунок зміни професійних й особистісних навичок, дотримання правил соціальної інтегрованості. Сьогодні, коли світ зіткнувся із безпрецедентними викликами, стає дедалі очевиднішим, що країни, які здійснили інвестування в національну широкосмугову інфраструктуру та цифрові платформи, перебувають в авангарді технологічного розвитку. Незважаючи на цілий ряд очевидних переваг, інноваційні підходи не обходяться і без недоліків. Цифрові технології завжди пов'язані з численними ризиками.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Цифровізація економіки поступово перетворюється на одну з найбільш актуальних дослідницьких проблем. В. Тарасевич глибоко аналізує теоретичні засади інформаційно-цифрової економіки на основі системи первинних інформаційних феноменів [1]. Розкриває вплив цифрової індустріалізації на національний розвиток І. Яненко. Дослідниця формулює прогностичні оцінки динаміки експорту України, вказуючи на провідну роль сектору інформаційних технологій [2]. Українські вчені А. Гриценко та О. Гриценко досліджують інституційні засади цифрового розвитку економіки [3, 4].

Здійснюють оцінювання рівня цифровізації економіки України та країн ЄС на основі використання міжнародних індексів і рейтингів І. Губарева, С. Бука та Н. Белікова. Вони обґрунтовують положення про те, що міжнародні індекси узагальнюють низку показників, які відображають ефективність цифрових технологій, доступність та якість державних послуг, захист від кіберзагроз, дієвість державної політики у цій сфері [5].

Важливим дослідницьким напрямом є аналіз наслідків впливу використання штучного інтелекту на технологічний розвиток. Так, зокрема, А. Таранич та Д. Пелехацький аналізують теоретичні засади та практику впливу інновацій, сформованих на основі штучного інтелекту, на процеси забезпечення конкурентних переваг компаній на ринку [6]. Водночас проблематика ідентифікації цифрових детермінант технологічного розвитку економіки потребує подальшого аналізу.

Формулювання мети статті. Метою статті є розвиток теоретичних аспектів та окреслення практичних завдань щодо циф-

рових детермінант технологічного розвитку економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проведений аналіз дає змогу стверджувати про те, що серед країн-лідерів з виробництва продукції сектором інформаційно-комунікаційних технологій майже відсутні країни з доходами населення нижче середнього, а домінують у цьому переліку країни здебільшого з високими доходами. Україна також поступово впроваджує цифровізацію в усі сфери суспільного життя. Здійснюється цифрова трансформація від певним чином «аналогових» систем та процесів індустріальної економіки до цифрової економіки та цифрового суспільства. Вказана трансформація обумовлює появу новітніх процесів, що формують їхній новий ціннісний зміст. Такі швидкі темпи змін потребують нових знань, навичок та ефективної адаптації, які значною мірою можна сформулювати на основі бібліометричного аналізу наукових праць. Дослідження в галузі цифрової трансформації зазнають змін під впливом появи нових технологій і можливостей. Наукові публікації на тему цифрових технологій є колом інтересів фахівців різноманітних сфер діяльності, що представляють різні країни світу. Так, у наукометричних базах можна спостерігати значну кількість робіт за ключовим словом «digital technology», які об'єднуються у кластери за спрямуваннями (рис. 1).

У результаті проведення бібліометричного аналізу встановлено, що наукові роботи щодо дослідження цифрових технологій об'єдналися у 11 кластерів. Ключовими із напрямів є комп'ютерні науки, бізнес та управління, медицина, освіта і наука, економіка. Це дозволяє зробити висновок про актуальність тематики цифрових технологій, а також їх синергію за протилежним галузевим спрямуванням. G. Westerman, D. Bonnet та A. McAfee у своєму дослідженні визначають цифрову трансформацію як видозміни трьох ключових напрямів діяльності бізнесу. Йдеться про операційні процеси, бізнес-моделі й клієнтський досвід. Такий погляд заслуговує особливої уваги, оскільки саме ці напрями роботи забезпечують функціонування підприємств будь-якої сфери діяльності,

незважаючи на форму власності та розміри [7].

У роботі E. B. Mariano, D. Ferraz та S. C. de Oliveira Gobbo розкрито проблематику цифрових технологій як концептуального базису, що визначає розвиток соціально-економічних систем в умовах домінуючого впливу інформації та технологій. Представлена система базується на поведінкових де-

термінантах, що враховують також культурні та соціальні складові [8]. Організаційні та соціальні зміни на основі імплементації цифрових технологій представлені в роботі R. Remeikiene, L. Gaspareniene, A. Fedajev та V. Vebraitė. Автори переконані, що цифрова трансформація – це зміна людської природи, мислення, життя та управління під впливом цифрових технологій [9].

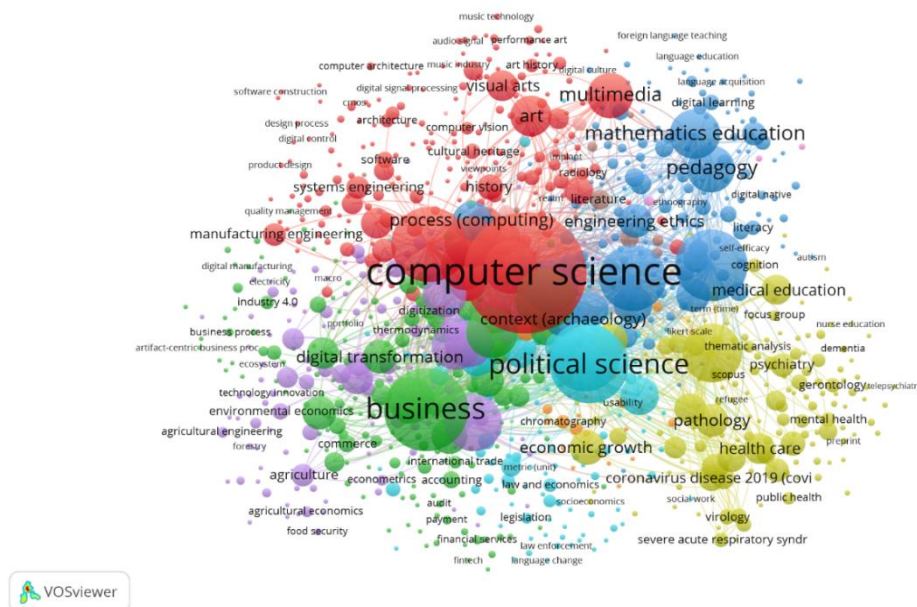


Рис. 1. Мережева візуалізація за ключовим словом «digital technology»

Джерело: сформовано на основі даних наукометричних баз з використання програми VOSviewer

Цифрові технології як ключові інструменти для пом'якшення та протидії найбільш нагальним екологічним та соціальним проблемам сучасності є актуальним трендом досліджень у наукових дослідженнях. Цифрова трансформація бізнесу відбувається як на глобальному економічному рівні, так і на рівні окремих підприємств. Вивчення таких процесів є особливо актуальним в умовах сьогодення, коли міжнародні корпорації імплементують технології, орієнтовані на Суспільство 5.0, а також стрімкий розвиток цифрових екосистем. A. Sklyara, C. Kowalkowska, B. Tronvoll та D. Sörhammar описують цифрову екосистему з позиції екосистеми послуг й аналізують міжфірмові та внутрішньофірмові процеси змін, що відбуваються в міру того, як підприємства переходять до цифрової системи управління [10].

Заслугує уваги точка зору M. Kolagar, V. Parida й D. Sjodin, оскільки авто-

ри здійснюють всебічний огляд етапів трансформації екосистем, включаючи їх формування, організацію та розширення, а також пов'язані з ними види діяльності [11]. Окрім дослідження цифрових технологій за різними науковими інтересами, також можна спостерігати взаємодіювання робіт авторами із 150 країн (рис. 2).

Так, можемо спостерігати, що країнами-лідерами, де акцентовано увагу на дослідженнях розвитку цифрових технологій, є Китай, США, Бразилія, Австралія, Франція, Канада та ін. Така широка географія свідчить про те, що проблема пошуку оптимального співвідношення між споживанням та заощадженнями, що перетворюються в інвестиції, розв'язується за допомогою автоматизованих систем ухвалення інвестиційних рішень автоматизованими фінансовими консультантами.

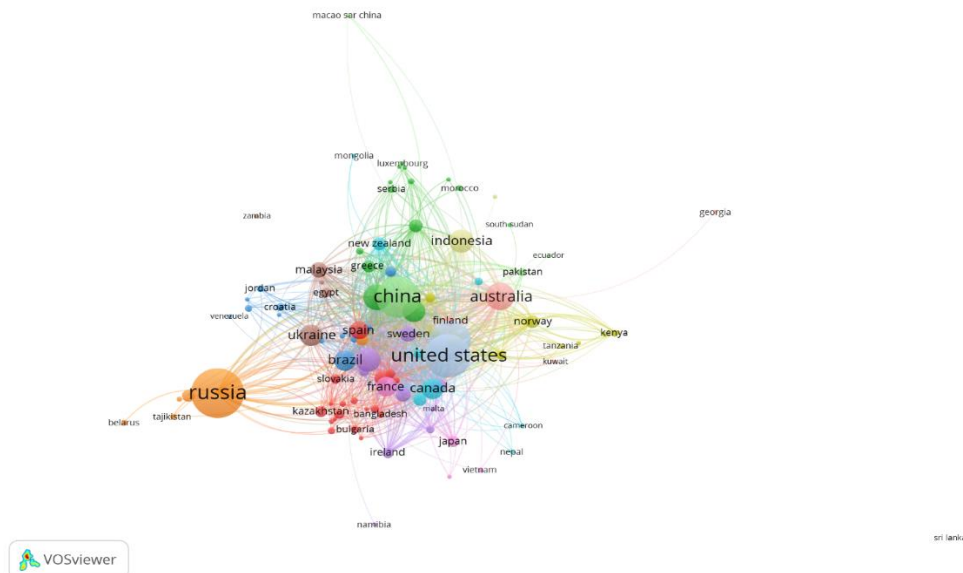


Рис. 2. Мережева карта зв'язків між науковцями за країнами із урахуванням ключового слова «digital technology»

Джерело: сформовано на основі даних наукометричних баз з використанням програми VOSviewer

Визначальна роль у світовій економіці належить мережі передавання даних. Показники проникнення у мережі передавання даних, які з'єднують різні місця, спроможні здійснювати вплив на формування світового економічного простору. Мережі передавання даних є специфікою сучасного суспільного розвитку. Значні обсяги даних та швидкість їх передавання є тими елементами, які свідчать про перехід до цифрової економіки [10, 11, 12].

На сьогодні більшість дослідників вивчають глибинний вплив цифрового платформного бізнесу на глобальну економіку. Йдеться про те, що безумовним позитивним економічним ефектом стрімкого розвитку бізнес-моделі на основі платформного виміру є вплив на зростання продуктивності праці, що досягається перш за все застосуванням у рамках платформного бізнесу способу ефективнішого використання активів відповідно до вимог персональної відповідності, широкої різноманітності і миттєвої взаємодії, систематичним генеруванням інновацій та утворення довкола платформної моделі своєрідної екосистеми, максимальним чином сприятливою до здійснення інновацій у подальшому. Цифрова трансформація економіки є підґрунтям для підвищення рівня конкурентоспроможності

національних суб'єктів на основі глибинних інноваційних зрушень [13, 14, 15, 16].

Проведений аналіз дає змогу зазначити, що інформаційні технології є основою цифрової трансформації. Розвиток технологій штучного інтелекту, використання великих даних, інтернету речей щоразу більшою мірою здійснюють вплив на динаміку бізнес-процеси. При цьому наукові розробки та дослідження утворюють підґрунтя для створення інформаційних технологій та низки цифрових продуктів, котрі у подальшому активно впроваджуються у всі сфери. Науково-освітнє середовище є вкрай необхідним для здійснення досліджень і розробок, оскільки воно покликане сприяти появі нового покоління дослідників та інженерів [17, 18].

Індустрія 4.0 поступово переходить у розряд короткострокової стратегії для багатьох компаній. Сучасні організаційні теорії спрямовані на об'єднання підприємств та розширення можливостей автоматизації, хмарних технологій, штучного інтелекту, 3D та віртуальної реальності, а також різноманітні технології для трансформації та управління бізнесом. Віртуальний клієнтський інтерфейс, оцифрування, цифрові бізнес-моделі, життєвий цикл даних, цифровий робочий процес та інші терміни – це реальні види робіт у найближчому майбутньому. Стрімкими темпа-

ми зростають зміни у галузях промисловості, а непередбачувані обставини й інноваційні технології диктують нові виклики суспільству [19, 20].

Щоразу частіше виконання робочих завдань стає більшою мірою автоматизованим, а робочі місця посідають роботи. Так само можна спостерігати зміни у бізнес-моделях, а перед служб управління людськими ресурсами підприємств майбутнього є виклики організаційного характеру, що вимагають спроможність працювати в умовах глибоких соціальних трансформацій та високого рівня ризиків. Жорстка конкуренція у протистоянні за таланти ще більше активізується. При цьому змінюються парадигмальні засади, моделі організації підприємницької діяльності та практичні засади управління [18, 19, 20].

Історія систем технологій наповнена подіями і продовжує стрімко змінюватися та розвиватися. Поява сучасних систем управління та діджитал трансформація неухильно пов'язана із здобутками промислових революцій. За часів першої промислової революції стрімкого розвитку зазнала промисловість та стала новим базисом економіки. Нові види транспорту та механізація вироб-

ництва проклали шлях до масового виробництва, яке стало ключовим під час другої промислової революції [20, 21].

З розвитком технологій Третя промислова революція відзначилася відкриттям біотехнологій, розвитком телекомунікаційні, комп'ютерів та інтернету. Такі умови дозволили світу перейти до Четвертої промислової революції та поринути у цифровий світ. Підприємства здебільшого завершують етап оцифровування, стрімко поширюються електронна комерція, цифровий маркетинг, соціальні медіа, високотехнологічне виробництво та зазнають змін загальні бізнес процеси управління [19, 20]. Таким чином, зазначені промислові індустрії під впливом глобалізаційних процесів трансформують сьогодення у новий етап, який можна назвати етапом цифрової екосистеми (табл. 1). Зважаючи на зазначений огляд еволюції промислових революцій цифрова екосистема – це цифровий простір, який формується на базі однієї чи кількох цифрових платформ та включає в себе сукупність сервісів, які надають змогу користувачам (клієнтам) задовольняти різноманітні потреби в рамках реалізації єдиного процесу.

Таблиця 1

Промислові революції та цифровий розвиток економіки

Індустрія 1.0 (1800 р.+)	Індустрія 2.0 (1900+)	Індустрія 3.0 (1970+)	Індустрія 4.0 (2012+)	Цифрова екосистема (2025+)
Започаткування механічного виробництва на воді й парі поклато початок першій промисловій революції	Масове виробництво з машинами, що працюють за допомогою електричного струму та двигунів внутрішнього згорання. Впровадження складальних ліній	Електроніка, інформаційні технології та промислова техніка для передової автоматизації виробничих процесів. Електроніка, комп'ютеризація та Інтернет сформували початок інформаційної ери	Цифровий ланцюг постачання. Розумне виробництво. Цифрові продукти, послуги та підприємські моделі. Аналіз даних як основа професійної компетенції	Віртуалізовані процеси. Віртуалізований клієнтський інтерфейс. Галузева співпраця як основа формування цінності для споживача. Гнучкі та інтегровані мережі

Джерело: [22, с.177]

Цифрова економіка розвивається на широкому використанні мережових інформаційно-комунікаційних технологій, а основним чинником виробництва є дані у цифровому форматі. Важливою також стає діяльність зі створення, поширення й використання цифрових технологій та пов'язаних із ними товарів і послуг. Інсти-

туційне середовище розвитку економіки та вдосконалення управлінських інструментів здійснюються на основі цифрових технологій та інформаційно-комунікаційних систем, що є основою для цифровізації технологічного розвитку. Інформаційні технології слугують матеріальною основою для цифрової економіки. Цифрова економіка відображає

тенденції, за яких відбувається зменшення частки зайнятих у сфері матеріального виробництва одночасно зі збільшенням частки зайнятих у секторі послуг [20, 21, 22].

Необхідно також звернути увагу й на формування цифрової екосистеми підприємства у контексті технологічного розвитку по всьому ланцюгу товароруху, починаючи з електронної платформи і завершуючи системою цифрових комунікацій з покупцем

(чат-боти, звоноботи, месенджери). Сьогодні формування AR-рішень стає доступнішим і компанії можуть активніше імплементувати їх у свою діяльність, а споживачі – удосконалити використання електронної торгівлі та робити правильний вибір [21, 22]. На рис. 3. наведено узагальнену схему зміни тенденцій підприємницької діяльності під впливом цифрових технологій.

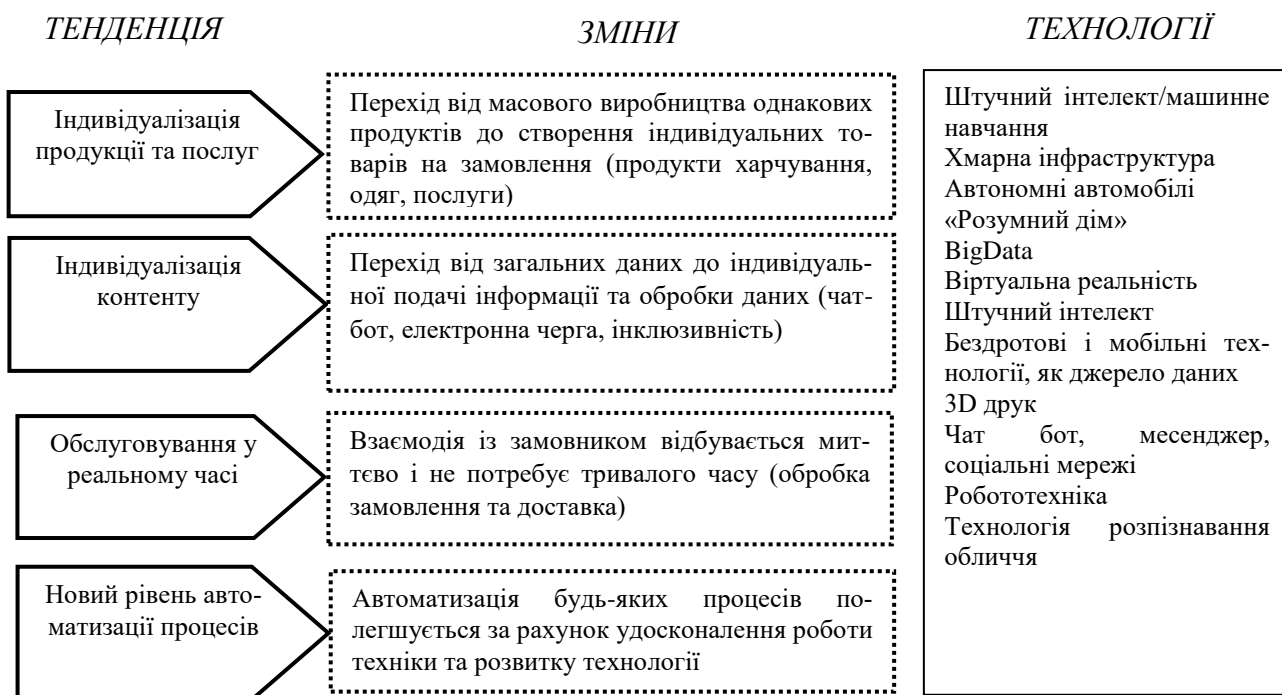


Рис. 3. Зміна тенденцій у підприємницькому секторі у контексті цифрового технологічного розвитку

Джерело: розроблено авторами на основі власних досліджень та узагальнень

В умовах високої динаміки імплементції цифрових технологій у традиційних секторах, а також при формуванні нових цифрових сегментів здійснюється інтенсивна трансформація технологічних, управлінських і бізнес-підходів у сучасній економіці. У цьому контексті значно зростають ризики, що пов’язані не лише зі стабільним розвитком макро- і мікроекономічних систем у цифровій екосистемі, а й з їхньою вразливістю в умовах зростання кібератак, загроз національній безпеці у секторі критичної інфраструктури. Саме тому видається важливим виокремити ризики, що пов’язані з цифровізацією економіки, систематизувати їх за ступенем ймовірності та потенціалом можливих негативних наслідків (табл. 2).

Варто відзначити, що загальнодоступні дані – це поширена уразливість системи безпеки. За оцінками експертів у галузі інформаційної безпеки, на пошук і видалення груп глобального доступу вручну, без засобів автоматизації, витрачається по кілька годин для кожної папки. Фахівцям слід визначити користувачів, яким необхідний доступ, а потім створити й застосувати нові групи, і лише після цього додати туди потрібних користувачів. Конфіденційні дані, що відкриті для глобальних груп, становлять значний ризик для компаній. Їх слід виявляти й виправляти так, щоб до них мали доступ лише ті користувачі, кому це необхідно для виконання своїх функціональних обов’язків [22, 23].

Ризики, які виникають унаслідок цифровізації економіки

Ризик	Зміст	Прояви ризиків
Залежність від електропостачання	Інформація на електронних носіях є вразливою до вогню, води й іншого фізичного впливу	Перебої в електропостачанні, за відсутності стабілізаторів, призводять до втрати оперативних даних і пошкодження збережених
Ризики Office 365	SharePoint Online, OneDrive і Microsoft Teams дають змогу обмінюватися даними. Згодом Office 365 перетворюється на комплекс загальнодоступних посилань і необмеженого доступу до конфіденційних даних. Зовнішні посилання надають доступ певним користувачам, які перебувають за межами мережі	Розкриття конфіденційних даних через гостьовий доступ і загальнодоступні посилання несуть серйозну загрозу. Спільна робота в Microsoft Teams повинна поєднуватися з комплексним моніторингом прав доступу та аналітикою поведінки користувачів для виявлення підозрілої активності
DDoS-атаки	Розподілена атака на відмову в обслуговуванні – це перенасичення атакованого сервера великою кількістю зовнішніх запитів. Від цього складно захиститися, оскільки такі запити мало відрізняються від запитів реальних користувачів, натомість здійснюються автоматично	Комп'ютерні ресурси стають недоступними цільовим користувачам, що унеможливує взаємодію й підриває віру в надійність ресурсів. Фактично доступна багатьом конкурентам і хакерським угрупованням, бо вимагає лише контролю над великою кількістю інтернет-вузлів
Активність користувачів і пристроїв	До активності користувачів і пристроїв належать дії в хмарній і локальній системах, електронній пошті та SharePoint, а також результати аналізу загроз. Такі програми, як Varonis, відстежують і аналізують поведінку користувачів і об'єктів у хмарних і локальних сховищах даних, виявляючи внутрішні загрози та сповіщаючи про них	Несанкціоновані спроби отримати доступ до даних або змінити їх часто свідчать про внутрішні загрози, кібератаки або шкідливі програми. Незвична поведінка користувача або пристрою може вказувати на потенційне захоплення облікового запису або витік даних. З'єднання від неактивних користувачів або підключення до шкідливих IP-адрес часто свідчать про активну кібератаку, оскільки зловмисники можуть отримати доступ до облікового запису чи вкрасти дані
Прикладні програмні інтерфейси	Сучасні програмно-апаратні комплекси складаються з великої кількості систем, які відокремлені й незалежні, щоб залишатися модульними. При цьому кількість потенційних зв'язків між системами є квадратом їх кількості – набагато більшою, тому інтеграції часто розробляються сторонніми підрядниками, з не таким ретельним урахуванням особливостей безпеки систем	Часто ті модифікації, які вносяться в програму в процесі інтеграції, мають необмежений програмний доступ до її ресурсів. З метою оптимізації та економії часу на розробку не завжди ретельно перевіряються дані, які надходять. Застаріла специфікація типів і обмежень даних може призвести до потрапляння недопустимих значень до системи і непередбачуваних збоїв у її роботі
Компрометація програмного забезпечення	Розробники програмного забезпечення мають можливість вносити приховані, недокументовані модифікації, які діють в їх інтересах. Часто це спроба унеможливити піратство чи оперативно вносити виправлення, але все залежить від добросовісності кожного співробітника підприємства-розробника	Бекдори (backdoor, чорний хід) – завчасно передбачені методи несанкціонованого віддаленого доступу. Навіть початкові паролі, не змінені користувачем, та деякі функції налагодження, не видалені в остаточній версії, можуть виступати, як бекдори. Функції збору статистики, телеметрії, логів, дампов тощо можуть містити конфіденційні дані користувачів загалом та їх дії в конкретній ситуації
Крадіжка ідентичності, анонімність, соціальний інжиніринг	У гонитві за легкістю, швидкістю надання послуг, а також конфіденційністю інтернет-провайдери, web-сайти та окремі програми зменшують вимоги до персонально-ідентифікуючої інформації. Технології штучного інтелекту дозволяють генерувати зображення, голос і дії, які складно відрізнити від реальних людей. Тим часом навіть готовність дотримуватися інструкцій системних адміністраторів без перевірки адреси відправника залишається проблемою	Не завжди є можливим відстежування хоча б формального власника комп'ютера, з якого було здійснено хакерську атаку. Чим менше особистої інформації надає користувач, тим легше від його імені роблять заяви чи дії, а чим більше – тим більше ризик витоку й шантажу. Люди доволі часто не ставлять під сумнів ідентичність людини, з якою ведеться листування, чи яку бачать по відеозв'язку, а це може бути зловмисник чи дідфейк. Навіть без дідфейків не всі співробітники володіють достатнім рівнем комп'ютерної компетенції, щоб ідентифікувати зловмисників і не виконувати небезпечних вказівок

Джерело: розроблено авторами на основі власних досліджень та узагальнень

Високотехнологічне майбутнє розширює можливості громадянського суспільства і сприяє отриманню, як позитивних, так і негативних результатів у роботі з інформацією та цифровими даними. Стрімкий розвиток технологій змінив підходи щодо роботи з даними, відкрив нові можливості для спілкування, виконання функціональних обов'язків та сфери розваг. Водночас разом із розвитком технологій розвиваються та еволюціонують загрози безпеки даних. Будь-які нові технології доволі швидко стають загрозами у кіберпросторі, зловмисники полюють за інформацією, фінансами та іншими ресурсами.

Саме тому підприємства майбутнього орієнтовані на імплементацію цифрової екосистеми. Така екосистема передбачає повноцінне застосування інновацій, де 3D-друк, промислові роботи, цифрове робоче місце, геноміка, VR-технології, 4G- та 5G-зв'язок, цифрові канали продажу, хмарні джерела інформації та розумні міста стають звичними у компаніях [21, 22]. Наведені на рис. 4 цифрові активатори спроможні сприяти активізації технологічного розвитку, що може включати у себе велику кількість взаємодіючих інституцій, які не управляються вертикальною ієрархічною системою.



Рис. 4. Цифрові активатори технологічного розвитку

Джерело: [22, с. 178]

Цифровізація економіки є об'єктивним процесом, який актуалізує необхідність здійснення глибинних трансформаційних змін. Впроваджуються цифрові технології з величезною швидкістю, що відкриває можливості збирання, використання та аналізу значних масивів інформації. Зазначені процеси спроможні сприяти підвищенню показників економічної та соціальної ефективності та слугувати поштовхом для зростання інновацій, продуктивності праці та виходів економіки на новий рівень технологічного розвитку [23, 24, 25, 26, 27].

Висновки. Цифрове середовище формує нові ринки та нові продукти, впливаючи на підходи щодо формування й нової споживчої цінності. Саме тому для збереження конкурентоспроможності компаніям необхідно виважено оцінювати нові цифрові можливості, розуміти ключові чинники внутрішнього та зовнішнього середовища, що визначають успіх процесів цифрової трансформації, а також перетворити наявні знання в нові джерела отримання прибутку.

Цифрова екосистема утворюється різними елементами, серед яких програмне забезпечення, обладнання, дані та персонал, які працюють у команді для досягнення спільної мети, що передбачає полегшення цифрових транзакцій, розширює можливості для комунікацій та співпраці на різних етапах життєвого шляху споживача чи замовника. Саме тому у контексті стимулювання розвитку підприємництва цифрова екосистема може також означати набір цифрових платформ і технологій, які компанії використовуватимуть для здійснення взаємодії з клієнтами, партнерами та всіма зацікавленими суб'єктами.

Спрощують транзакції, сприяють створенню мереж та обмін інформацією саме різноманітні платформи. Цифрова трансформація всієї системи економічних відносин спроможна сприяти активізації суспільного розвитку. Обґрунтування стратегічних напрямів формування державної політики сприяння цифровій трансформації у контексті технологічного розвитку економіки потребують подальших системних досліджень.

Література

1. Тарасевич В. Теоретичний вимір інформаційно-цифрової економіки: основи і система первинних інформаційних феноменів. *Економіка України*. 2021. №1. С. 3-23. doi.org/10.15407/economyukr.2021.06.021
2. Яненко І.Г. Цифрова індустріалізація як чинник економічної динаміки. *Економічна теорія*. 2023. № 3. С. 84-99. doi.org/10.15407/etet2023.03.084
3. Hrytsenko A.A., Hrytsenko O. A. Institutionalization of the Digital Economy: Contradictions and Approaches to Settling the Differences. *Economic Theory and Law*. 2021. №1. P. 11-28. doi.10.31359/2411-5584-2021-44-1-11
4. Гриценко А. Цифровий розвиток: структура, капіталізація та соціалізація. *Економічна теорія*. 2018. №4. С. 5-20. doi.10.15407/etet2018.04.005
5. Губарева І.О., Бука С.А., Белікова Н.В. Оцінка рівня цифровізації економіки України та країн – членів ЄС. *Проблеми економіки*. 2023. №4. С. 14-21. doi.org/10.32983/2222-0712-2023-4-14-21
6. Таранич А.В., Пелехацький Д.О. Використання штучного інтелекту в процесах стратегічного управління підприємствами. *Економіка України*. 2024. №1. С. 54-65. doi.org/10.15407/economyukr.2024.01.054
7. Westerman G., Bonnet D., & McAfee A. *Leading digital: Turning technology into business transformation*. 2014. Harvard Business Press. 292 p.
8. Mariano E. B., Ferraz D., de Oliveira Gobbo S. C. The Human Development Index with Multiple Data Envelopment Analysis Approaches: A Comparative Evaluation Using Social Network Analysis. *Social Indicators Research*. 2021. 157. P. 443-500. doi.org/10.1007/s11205-021-02660-4
9. Remeikiene R., Gaspreniene L., Fedajev, A. & Vebrate, V. The role of ICT Development in Boosting Economic Growth in Transition Economies. *Journal of International Studies*. 2021. 14(4). P. 9-22. doi.10.14254/2071-8330.2022/14-4/1
10. Sklyara A., Kowalkowska C., Tronvoll B., Sörhammar D. Organizing for digital servitization: A Service Ecosystem Perspective. *Journal of Business Research*. 2019. 104. P. 450-460. doi.10.1016/j.jbusres.2019.02.012
11. Kolagar M., Parida V., Sjin D. Ecosystem Transformation for Digital Servitization: A Systematic Review, Integrative Framework and Future Research Agenda. *Journal of Business Research*. 2022. 146. P. 176-200. doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.067
12. Dwivedi Y.K., Hughes L., Kar A.K., Baabdullah A.M., Grover P., Abbas R., Wade M. Climate Change and COP26: Are Digital Technologies and Information Management Part of the Problem or the Solution? An Editorial reflection and call to action. *International Journal of Information Management*. 2022. 63. doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102456
13. Цифровізація економіки України: трансформаційний потенціал: монографія; за ред. В.П. Вишньовського та С.І. Князева. Інститут економіки пром-ті НАН України. Київ: Академперіодика, 2020. 188 с.
14. Марченко О.І., Шрамковська А.Г. Цифрова економіка як середовище прояву конкурентних пере-

- ваг України. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка»*. 2020. Т. 7. №2. С. 31-39. doi.10.31339/2313-8114-2020-7(2)-31-39
15. Kobets V., Yatsenko V., Mazur A., Zubrii M. Data Analysis of Personalized Investment Decision Making Using Robo-Advisers. *Science and innovation*. 2020. Vol. 16. №2. P. 87-100. doi.10.15407/scine16.02.080
16. Novikova N., Diachenko O., Holovnia Yu. Global Trends of Digitalization: Potential of Ukraine. *Herald of Kyiv National University of Trade and Economics*. 2020. № 6. P. 4-15. doi.org/10.31617/visnik.knute.2020(134)01
17. Вінник О. Цифровізація в ракурсі державної економіко-правової політики. *Господарське право і процес*. 2020. № 8. С. 44-50. doi.org/10.32849/2663-5313/2020.8.10
18. Уманців Ю., Бабкова Є. Цифровізація економіки у контексті глобальних тенденцій суспільного розвитку. *Геополітика України: історія та сучасність*. 2021. № 2. С. 102-113. doi.org/10.24144/2078-1431.2021.2(27).102-113
19. Ферраці К., Гохар К., Вейріч Н. Конкуренція в новому світі праці. Як радикалана адаптивність вирізняє найкращих; пер. з англ. К. Корнієнко. Київ: Лабораторія, 2023. 232 с.
20. Osiyevskyy O., Shevchenko L., Marchenko O., Umantsiv Y. Hybrid Firm: The Future of Organizing for Industry 4.0. *Rutgers Business Review*. 2022. Vol. 7. № 3. P. 289-308
21. Shestack Y., Biliavska Y., Osetskyi V., Mykytenko N., Umantsiv Y. Devising a Comprehensive Method to Manage Digital Competencies. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2023. Vol. 13. №3. P. 86-97. doi.10.15587/1729-4061.2023.281933
22. Osiyevskyy O., Umantsiv Y., Biliavska Y. Digital Ecosystem: A Mechanism of Economic Organization of Enterprises of the Future. *Rutgers Business Review*. 2023. Vol. 8. № 2. P. 175-194
23. Янсігі М., Лахані К. Конкуренція за доби штучного інтелекту; пер. з англ. Ю. Григоренко. Київ: Форс Україна, 2021. 304 с.
24. Смарт-промисловість в епоху цифрової економіки: перспективи, напрями і механізми розвитку: монографія; за ред. Вишневецького. Київ. Ін-т екон. пром-сті НАН України. 2018. 192 с.
25. Novak M., Ermakov O., Demianyshyna O., Revytska A. Digitalization As A Vector Of Technological Changes Of Ukraine In 2020. *International Journal of Scientific & Technology Research*. 2020. Vol. 9. Is. 1. P. 3429-3434.
26. Панченко М. Цифрова трансформація як напрям післявоєнного відновлення та реалізації інноваційно-інвестиційного потенціалу України. *Економіка та суспільство*. 2023. № 51. Url: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2452/2371>
27. Jonek-Kowalska I. Innovation in the Economies of Central and Eastern Europe – Long-Term Benchmarking. *Journal of International Studies*. 2023. Vol. 16. № 4. P. 27-38. doi.10.14254/2071-8330.2023/16-4/2

Reference

1. Tarasevych, V. (2021). Teoretychnyi vymir informatsiino-tyfrovoi ekonomiky: osnovy i systema pervynnykh informatsiynykh fenomeniv. *Ekonomika Ukrainy*, (1), 3-23. doi.org/10.15407/economyukr.2021.06.021
2. Yanenkova, I.H. (2023). Tsyfrova industrializatsiia yak chynnyk ekonomichnoi dynamiky. *Ekonomichna teoriia*, (3), 84-99. doi.org/10.15407/etet2023.03.084
3. Hrytsenko, A.A., & Hrytsenko, O A. (2021). Institutionalization of the Digital Economy: Contradictions and Approaches to Settling the Differences. *Economic Theory and Law*, (1), 11-28. doi.10.31359/2411-5584-2021-44-1-11
4. Hrytsenko, A. (2018). Tsyfrovyi rozvytok: struktura, kapitalizatsiia ta sotsializatsiia. *Ekonomichna teoriia*, (4), 5-20. doi.10.15407/etet2018.04.005
5. Hubarieva, I.O., Buka, S.A., & Bielikova, N.V. (2023). Otsinka rivnia tsyfrovizatsii ekonomiky Ukrainy ta krain - chleniv YeS. *Problemy ekonomiky*, (4), 14-21. doi.org/10.32983/2222-0712-2023-4-14-21
6. Taranych, A.V., Pelehatskyi, D.O. (2024). Vykorystannia shtuchnoho intelektu v protsesakh stratehichnoho upravlinnia pidpriemstvamy. *Ekonomika Ukrainy*, (1), 54-65. doi.org/10.15407/economyukr.2024.01.054
7. Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard Business Press. 292 p.
8. Mariano E.B., Ferraz, D., de Oliveira Gobbo, S.C. (2021). The Human Development Index with Multiple Data Envelopment Analysis Approaches: A Comparative Evaluation Using Social Network Analysis. *Social Indicators Research*, (157), 443-500. doi.org/10.1007/s11205-021-02660-4
9. Remeikiene, R., Gaspareniene, L., Fedajev, A. & Vebrate, V. (2021). The role of ICT Development in Boosting Economic Growth in Transition Economies. *Journal of International Studies*, 14(4), 9-22. doi.10.14254/2071-8330.2022/14-4/1
10. Sklyara, A., Kowalkowskia, C., Tronvollc, B., & Sörhammare, D. (2019). Organizing for digital servitization: A Service Ecosystem Perspective. *Journal of Business Research*, (104), 450-460. doi.10.1016/j.jbusres.2019.02.012
11. Kolagar, M., Parida, V., & Sjodin, D. (2022). Ecosystem Transformation for Digital Servitization: A Systematic Review, Integrative Framework and Future Research Agenda. *Journal of Business Research*, (146), 176-200. doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.067
12. Dwivedi, Y.K., Hughes, L., Kar, A.K., Baabdullah, A.M., Grover, P., Abbas, R., & Wade, M. (2022). Climate Change and COP26: Are Digital Technologies and Information Management Part of the Problem or the Solution? An Editorial reflection and call to action. *International Journal of Information Management*, (63). doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102456
13. V.P. Vyshnevskiy, & S.I. Knizieva (Eds.). (2020). *Tsyfrovizatsiia ekonomiky Ukrainy: transformatsiyni potentsial*. Instytut ekonomiky prom-ti NAN Ukrainy. Kyiv: Akadempriodyka.

14. Marchenko, O.I., Shramkovska, A.H. (2020). Tsyfrova ekonomika yak seredovyshe proiavu konkurentnykh perevah Ukrainy. Naukovyi visnyk Mukachivskoho derzhavnogo universytetu. Serii «Ekonomika», T.7, (2), 31-39. doi.10.31339/2313-8114-2020-7(2)-31-39
15. Kobets, V., Yatsenko, V., Mazur, A., & Zubrii, M. (2020). Data Analysis of Personalized Investment Decision Making Using Robo-Advisers. Science and innovation. Issue 16, (2), 87-100. doi.10.15407/scine16.02.080
16. Novikova, N., Diachenko, O., & Holovnia, Yu. (2020). Global Trends of Digitalization: Potential of Ukraine. Herald of Kyiv National University of Trade and Economics, (6), 4-15. doi.org/10.31617/visnik.knute.2020(134)01
17. Vinnyk, O. (2020). Tsyfrovizatsiia v rakursi derzhavnoi ekonomiko-pravovoi polityky. Hospodarske pravo i protses, (8), 44-50. doi.org/10.32849/2663-5313/2020.8.10
18. Umantsiv, Yu., & Babkova, Ye. (2021). Tsyfrovizatsiia ekonomiky u konteksti hlobalnykh tendentsii suspil-noho rozvytku. Heopolityka Ukrainy: istoriia ta suchasnist, (2), 102-113. doi.org/10.24144/2078-1431.2021.2(27).102-113
19. Ferratsti, K., Hokhar, K., Veirich, N. (2023). Konkurentsii v novomu sviti pratsi. Yak radykalana adaptivnist vyrizniaie naikrashchykh. (K. Korniienko, Trans.). Kyiv: Laboratoriia.
20. Osiyevskyy, O., Shevchenko, L., Marchenko, O., Umantsiv, Y. (2022). Hybrid Firm: The Future of Organizing for Industry 4.0. Rutgers Business Review, Issue 7, (3), 289-308.
21. Shestack, Y., Biliavska, Y., Osetskyi, V., Mykytenko, N., Umantsiv, Y. (2023). Devising a Comprehensive Method to Manage Digital Competencies. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, Issue 13, (3), 86-97. doi.10.15587/1729-4061.2023.281933
22. Osiyevskyy O., Umantsiv Y., Biliavska Y. (2023). Digital Ecosystem: A Mechanism of Economic Organization of Enterprises of the Future. Rutgers Business Review, Issue 8, (2), 175-194.
23. Yansiti, M., & Lakhani, K. (2021). Konkurentsii za doby shtuchnoho intelektu. (Yu. Hryhorenko, Tans.). Kyiv: Fors Ukraina.
24. Vyshnevskyy (Ed.). (2018). Smart-promyslovist v epokhu tsyfrovoy ekonomiky: perspektyvy, napriamy i mekhanizmy rozvytku. Kyiv. Instytut ekonomiky promyslovosti NAN Ukrainy.
25. Novak, M., Ermakov, O., Demianyshyna, O., & Revytska, A. (2020). Digitalization As A Vector Of Technological Changes Of Ukraine In 2020. International Journal of Scientific & Technology Research, Vol. 9, Issue 1, 3429-3434.
26. Panchenko, M. (2023). Tsyfrova transformatsiia yak napriam pisliavoiennoho vidnovlennia ta realizatsii innovatsiino-investytsiinoho potentsialu Ukrainy. Ekonomika ta suspilstvo, (51). Retrieved from: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2452/2371>. doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-4
27. Jonek-Kowalska, I. (2023). Innovation in the Economies of Central and Eastern Europe – Long-Term Benchmarking. Journal of International Studies, Issue 16, (4), 27-38. doi.10.14254/2071-8330.2023/16-4/2

DIGITAL DETERMINANTS OF THE TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT OF ECONOMY

Yu. M. Umantsiv, D.E., Professor, Yu. V. Biliavska, Ph. D (Econ.), Associate Professor, State University of Trade and Economics

Methods. The general scientific approach is the basis of the analysis of prerequisites, trends and regularities of the technological development of the economy. The dialectical approach made it possible to form the general principles, factors and conditions of digital technological changes in the economy. In order to conduct bibliometric analysis, an online platform for monitoring and analyzing international scientific research using visualization tools and modern citation metrics was used, as well as tools for building and visualizing bibliometric networks VOSviewer. The application of the software made it possible to reveal the main connections between the existing concepts of data visualization and to identify new and little-researched aspects of the digital determinants of the technological development of the economy.

Results. Changes in the development of the economy from Industry 1.0 to the digital ecosystem are studied. The emergence of new technologies indicates the transformation of economic systems, as well as their role as drivers of social progress.

The risks arising as a result of digitalization of the economy are characterized. Due to the inept management of information flows and data, the most common problem is cyber-attacks which pose threats to national security in the critical infrastructure sector. Digital activators of technological development are identified in order to overcome the risks that arise in the process of digital transformation of the economy. The presented components will ensure the development of digital ecosystems and create the basis for compliance with the rules of digital security in the conditions of technological development.

Novelty. A bibliometric review of publications with the keyword «digital technology» was carried out, which made it possible to identify scientific clusters, branch specifics of digital technologies, as well as strategic directions of digitalization. It has been proven that bibliometric analysis is an effective tool for carrying out a generalized research of published works by a certain keyword.

Practical value. Digital technologies are fundamentally modifying the field of retail trade, advertising and publishing, management and marketing, as well as increasing the possibility to collect data about changes in market conditions. This modernization process affects not only the world economy, but also the new stage of industrial transformation. In recent years, almost every sphere of the economy has changed significantly under the influence of digitalization.

Keywords: technological development, digitalization, technologies, digital activators of technological development, digital transformation, risk, digital ecosystem, cyber security.

Надійшла до редакції 02.06.24 р.

**ІНКЛЮЗІЯ ВІЙСЬКОВИХ У НАЦІОНАЛЬНИЙ
СОЦІАЛЬНО -ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР**

Л. В. Шинкарук, д. е. н., професор, Національний університет біоресурсів і природокористування України, член-кореспондент Національної академії наук України, lidia_shyn@ukr.net, orcid.org/0000-0002-7434-1495,

Е. В. Прушківська, д. е. н., професор, Національний університет біоресурсів і природокористування України, em.prushkovskaya@gmail.com, orcid.org/0000-0002-4227-8305,

Л. М. Шепелева, практичний психолог, Helping Hand Company, Inc, Бостон, США, oblako804@gmail.com

Методологія дослідження. У процесі дослідження було використано методи: компаративного аналізу – при аналізі інклюзії ветеранів у соціально-економічний простір країн світу, де є значна кількість військовослужбовців, які повертаються із зон конфліктів або звільняються з військової служби; метод аналізу й синтезу – при визначенні напрямів інклюзії військових у національний соціально-економічний простір; метод класифікацій – при виділенні основних видів бізнесу, які можуть бути найбільш сприятливими для українських ветеранів при інтеграції у національну економіку; індукції та дедукції – при формулюванні висновків дослідження.

Результати. У статті визначено необхідність та роль інклюзії військових у соціальне середовище задля стабільності та розвитку країни. Виявлено причини та напрями інклюзії українських ветеранів у соціально-економічний простір країни для забезпечення психологічного та соціального благополуччя ветеранів, ефективного використання людського капіталу, політичної стабільності, культурної інтеграції та соціальної справедливості. Обґрунтовано, що в Україні мають бути розроблені заходи боротьби за людину та людяність у роботі з військовими та населенням, що постраждало від бойового оперативного стресу та створення уніфікованої системи для лікування та соціалізації ветеранів війни.

Встановлено, що вибір майбутнього бізнесу залежить від індивідуальних навичок, інтересів та досвіду ветеранів, а також від ринкових умов та доступних ресурсів, які є в країні. Підкреслено необхідність підтримки з боку держави та громадських організацій, щоб забезпечити успішний старт та розвиток бізнесу колишніми військовими. Узагальнено, що стимулювання бізнесу для ветеранів в Україні вимагає комплексного підходу, який включає фінансову, освітню, консультативну, інформаційну та інфраструктурну підтримку. Це допоможе ветеранам успішно інтегруватися в економічне життя країни та зробити свій внесок у її розвиток.

Новизна. Доведено, що включеність колишніх військових у соціально-економічний простір країни в контексті соціальної, економічної та політичної площини сформує Україну, як країну із домінуванням інклюзивного розвитку в цілому, а для ветеранів сприятиме їх інтеграції у цивільне життя та їхньому активному залученню до розвитку країни.

Практична значущість. Результати дослідження можуть бути використані інституціями в процесі розробки стратегій та програм інклюзії ветеранів в соціально-економічний простір як на регіональному так і національному рівні країни.

Ключові слова: бойовий стрес, бізнес, військові, ветерани, інклюзія, інклюзивний розвиток, соціально-економічний простір, національна економіка.

Постановка проблеми. Війна в Україні призвела до появи трагічних картин загиблих військовослужбовців як чоловіків, так і жінок. Це найбільша війна після Другої світової, внаслідок якої з'явиться багато ветеранів. Участь у визволенні України вже взяли не менше мільйона чоловіків і жінок, щодня призивають іще людей. Соціальним інституціям не розмірковувати про долю ветеранів через місяці чи роки. Необхідно це вже розпочати планувати та створювати структуру підтримки колишніх військових на наступні роки. За статистичними даними з війни повернулося понад 20 тисяч військових без рук чи без ніг. Проте люди, чий травми ми бачимо, становлять лише невелику частину тих, хто страждає, виконуючи свій обов'язок. Набагато більше тих, у кого травми невидимі для всіх, крім них самих та їхніх близьких, родин та друзів. Щоб завершити адаптацію, багатьом буде потрібна допомога родини, друзів, побратимів, працівників соціальних служб або інших інституцій. У минулих поколіннях ветеранів ці рани залишилися б нерозпізнаними та невилікуваними, але це не може бути практикою зараз. Це тисячі, навіть мільйони людей, якщо брати до уваги і населення України, котрі потрібні країні для її відбудови. Економіка зруйнована, землі заміновані... Тому потрібно створювати системи та структури, які гарантуватимуть подальшу підтримку ветеранів війни. Інклюзія військових України в соціально-економічний простір є важливим аспектом, який має багато позитивних наслідків як для самих військових, так і для суспільства й економіки в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження інклюзії військових у соціально-економічний простір країни є надзвичайно актуальним і важливим для забезпечення психологічного та соціального благополуччя військових, ефективного використання людського капіталу, політичної стабільності, культурної інтеграції та соціальної справедливості. На сучасному етапі, в умовах геополітичної нестабільності та збройних конфліктів й воєнних дій, вчені багатьох країн, працюють над розробкою ефективних стратегій та політик, що сприяють інтеграції військових у цивільне життя та їхньому активному залученню до розвит-

ку країни. Це питання актуальне для багатьох держав, де є значна кількість військовослужбовців, які повертаються із зон конфліктів або звільняються з військової служби. Ось деякі країни, де вчені активно займаються цим питанням: США, Великобританія, Австралія, Ізраїль, Канада, Німеччина, Франція та інші країни.

Американські учені, Армстронг К., Бест С. та Доменічі П. [1], акцентують увагу на допомозі ветеранам у книзі «Мужність після пожежі: стратегії виживання для військ, що повертаються з Іраку та Афганістану, та їхніх сімей». Автори розглядають різні аспекти переходу до цивільного життя та пропонують практичні поради щодо подолання труднощів, які можуть виникнути. Основні ідеї: розуміння повернення до цивільного життя; розпізнавання посттравматичного стресового розладу та лікування його; стратегії та методи подолання; підтримка сімей; побудова мережі підтримки; довгострокове відновлення та розвиток стійкості, інклюзія ветеранів в контексті їх освітніх та професійних потреб. Загалом, «Мужність після пожежі» є всеосяжним ресурсом для ветеранів та їхніх родин, пропонуючи практичні поради та стратегії, які допоможуть зорієнтуватися у складному процесі повернення до цивільного життя та досягнення довгострокового благополуччя. У цьому дослідженні рекомендується військовим та їхнім сім'ям вичерпне керівництво у боротьбі з наслідками бойової служби. Дослідники докладно описують сучасні методи лікування цих труднощів та конкретні способи покращення сімейних відносин, відновлення професіоналізму та соціальної активності.

Провідні канадські вчені Гренье С., Дарте К., Хебер А. та Річардсон Д. [2], розширили ідею подолання стресу, розробивши модель OSISS, Operational Stress Injury Social Support (соціальна підтримка після-операційного стресу), за якою впроваджуються програми взаємної підтримки канадських збройних сил і ветеранів, що мають справу з операційними стресовими травмами (OSI) і є результатом військових дій. Підкреслюється вплив цих травм на психічне здоров'я та благополуччя військовослужбовців і ветеранів. У роботі «Програма соці-

альної підтримки при операційних стресах: програма взаємної підтримки у співпраці між канадськими збройними силами та справами ветеранів у бойових діях» (2007) автори доводять важливість взаємопідтримки. Вони описують програму, її цілі та результати, структуру навчання, розглядають проблеми впровадження OSISS. Дослідники діляться здобутками, підкреслюючи важливість постійного оцінювання та адаптації програми. Автори пропонують розширювати програму, підвищувати обізнаність та глибше інтегрувати підтримку рівних у системі догляду за військовими та ветеранами. Загалом, ця книга надає вичерпний огляд програми OSISS, підкреслюючи важливість підтримки колег у вирішенні проблем, пов'язаних зі стресовими травмами, та пропонує цінну інформацію для інших організацій.

Івон Долан [3], в роботі «По той бік виживання: гарне життя – найкраща помста» (2000) фокусується на шляху від простого виживання до справжнього процвітання, особливо для тих, хто пережив значні травми чи труднощі. Авторка наголошує на важливості переходу від простого виживання після пережитої травми до повноцінного життя. Вона досліджує концепцію стійкості, підкреслюючи, як люди можуть використувати свою внутрішню силу, щоб зцілитися від минулих травм. І. Долан надає практичні стратегії розвитку стійкості та сприяння емоційному зціленню. Також Долан підкреслює важливість позитивної психології, заохочуючи читачів розвивати позитивні емоції, будувати значущі стосунки та брати участь у діяльності, яка приносить відчуття мети та задоволення. Долан використовує методи нарративної терапії, допомагаючи читачам переосмислити свої особисті історії таким чином, щоб підкреслити силу, зростання та позитивні результати. Вчена зазначає важливість для людини розширення повноважень, брати під контроль своє життя, робити проактивний вибір. Визнаючи цінність соціальної підтримки, Долан заохочує громадян створювати та підтримувати потужні мережі підтримки. Автор виступає за цілісний підхід до благополуччя, який охоплює фізичне, емоційне, психічне та духовне здоров'я. Загалом, «По той бік вижи-

вання: гарне життя – найкраща помста» служить посібником для людей, які прагнуть змінити своє життя після травми, заохочуючи їх прийняти цілісний та проактивний підхід до благополуччя та задоволення.

Колишній військовий, засновник фонду «Шрами війни», Хьюго Макманнерс [4], у праці «Шрами війни» (1993) дає комплексний погляд на тривалий вплив бойових дій на солдатів, пропонуючи як чуйне розуміння їхньої боротьби, так і заклик до дії для кращої підтримки та ресурсів. У книзі досліджується, як військова культура «тиск» з метою відповідати певному іміджу твердості та стійкості впливає на психічне здоров'я військових, і це може перешкоджати людям виявляти свою вразливість або шукати допомоги. Автор підкреслює важливість систем підтримки для ветеранів, включаючи сім'ю, друзів і професійні служби психічного здоров'я. Макманнерс стверджує, що суспільство зобов'язане підтримувати ветеранів і вирішувати проблеми, з якими вони стикаються. Він закликає до більшої обізнаності та кращих ресурсів для допомоги тим, хто служив в армії. Також автор досліджує різні механізми подолання проблем військових та ветеранів.

Військові психологи Брет А. Мур і Грегори М. Регер [5], у книзі «Історичні та сучасні перспективи бойового стресу та групи боротьби з бойовим стресом в армії: теорія, дослідження та управління» (2007) надають вичерпний огляд еволюції розуміння та управління бойовим стресом у військових. Автори викладають історію бойового стресу – від його раннього розпізнавання у військових конфліктах до сучасного розуміння. Психологи описують різні методи, що використовуються групами боротьби зі стресом для вирішення та пом'якшення наслідків бойового стресу: втручання в кризові ситуації, тренінги з управління стресом, консультування та психологічний дебрифінг. Автори також обговорюють важливість навчання та підготовки як для команд бойового стресу, так і для військових, щоб озброїти їх необхідними навичками для ефективного виконання своїх обов'язків. Також розглядаються сучасні підходи та інновації в управлінні бойовим стресом, такі як інтеграція технологій у служби психічно-

го здоров'я та розробка нових терапевтичних методів. Щоб проілюструвати свої думки, Мур і Регер наводять тематичні дослідження та приклади команд боротьби зі стресом у дії. Загалом у цій науковій праці детально розглядаються історичні та сучасні погляди на бойовий стрес і життєво важливу роль груп бойового стресу в армії, висвітлюючи еволюцію, виклики та майбутні напрямки в цій критичній сфері психічного здоров'я військових.

Джон Хенден [6], колишній військовий лікар, а зараз міжнародний тренер, у книзі «Подолання бойового стресу: 101 техніка для відновлення» (2011), дає три основних аспекти: якнайшвидше привести діючу армію до максимальної бойової готовності і здоров'я; сприяти оперативній допомозі, де і коли це можливо, військовим, котрі були у відрядженнях у будь-якій точці світу; озброїти як особовий склад, так і ветеранів найширшими інструментами та методами, що сприяють повноцінному життю. Цей посібник призначений, зокрема, для тих військовослужбовців, яким довелося нелегко після повернення або які зазнали симптомів пізніше. Довідник не містить теорій; натомість це практичний посібник з перевіреними робочими інструментами та методами.

Полковник у відставці Чарльз В. Ходж [7], доктор медичних наук, у книзі «Одного разу воїн завжди воїн: перехід від бою до будинку» (2010) висловлює глибокий погляд на виклики, з якими стикаються військові, що повертаються з бойових дій. Ходж пояснює природу бойового стресу та посттравматичного стресового розладу (ПТСР). У цій праці висвітлюються труднощі, з якими стикаються військові, повертаючись із бойового середовища до цивільного життя. Ці проблеми включають пристосування до повільнішого темпу життя, відновлення зв'язку з родиною й друзями та пошук нового відчуття мети. Автор пропонує практичні поради та стратегії подолання емоційних і психологічних труднощів реінтеграції. Це включає поради щодо керування стресом, боротьби з гнівом і звернення за допомогою, коли це необхідно. Він також наголошує на важливості спілкування для підтримки здорових стосунків із близькими, включає тематичні дослідження особистих

історій ветеранів, щоб проілюструвати концепції, які обговорюються в книзі. Автор виступає за цілісний підхід до відновлення, який охоплює фізичне, психічне та емоційне здоров'я. Він наголошує на важливості підтримки загального самопочуття, самосвідомості і самообслуговування для успішного переходу від бою до дому. Книга пропонує довгострокову перспективу відновлення та адаптації. Ходж нагадує ветеранам, що реінтеграція є постійним процесом, і пропонує вказівки щодо того, як продовжувати прогресувати з часом.

Дослідження інклюзії ветеранів в соціально-економічний простір в Ізраїлі активно проводяться кількома вченими та установами. Зокрема, Ліат Сегев та Хіла Шифф вивчали інтеграцію ветеранів Ізраїльської армії з інвалідністю в працездатну робочу силу. Їх дослідження, опубліковане в науковому журналі «Israel Journal of Health Policy Research», де вчені аналізують фактори, що впливають на успішність інтеграції ветеранів з різними типами інвалідності. В результаті дослідження ці вчені виявили, що ветерани з вищим рівнем освіти та ті, що проживають ближче до центральних регіонів країни, мають вищі шанси на працевлаштування. Дослідники акцентують увагу також на важливості психологічної підтримки та професійної реабілітації для сприяння успішній інтеграції ветеранів. Ґрунтовними є дослідження Рута Поллака та Іцхака Мизрахи з Ізраїльського центру ветеранів (Beit Halochem), Гідеона Курца з Єврейського університету в Єрусалимі та Роніта Гільберта з Університету Хайфи, які зосереджуються на вивченні чинників, що сприяють успішній інтеграції ветеранів в працездатну робочу силу та суспільство в цілому. Ці чинники включають вивчення ролі освіти, медичної допомоги, географічного розташування та рівня підтримки з боку урядових та неурядових організацій.

На сучасному етапі українські вчені із Національного інституту стратегічних досліджень, Інституту соціології НАН України, вчені провідних університетів та учасники ветеранського руху досліджують проблеми формування дієвих механізмів соціальної адаптації, фізичної й психологічної реабілітації учасників бойових дій, праце-

влаштування та їх інтеграцію в соціально-економічний простір. Зокрема, Любов Яценко [8], Олена Клименко та Гульбаршин Чепурко [9], Станіслав Погорілов [10], Світлана Ніколаєнко [11], Анна Артеменко, Катерина Батаєва [12], та багато інших вчених які досліджують проблеми ветеранів у міждисциплінарній площині. Дослідження інклюзії військових у соціально-економічний простір в країнах світу охоплюють широкий спектр питань, включаючи психологічну підтримку, адаптацію до цивільного життя, працевлаштування, освіту та зниження рівня соціальної ізоляції. Практичний досвід країн світу та дослідження вчених щодо інклюзії військових у цивільне життя є актуальним і необхідним для України, оскільки війна спричинена російською агресією, породжує значну кількість ветеранів та інвалідів, які потребуватимуть допомоги у вирішенні проблем пов'язаних із інтеграцією у мирне життя.

Формулювання мети статті. Метою дослідження є з'ясування особливостей інклюзії ветеранів у соціально-економічний простір країни задля формування дієвих механізмів інтеграції українських військових у соціальне середовище та національну економіку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Включеність колишніх військових у соціально-економічний простір потребує фізичного, емоційного, психічного та духовного здоров'я. Для того щоб бути повноцінно залученими до економічного життя, колишні військові мають бути фізично здоровими. Багато з них можуть мати фізичні травми або інвалідність, отримані під час служби, що вимагає спеціальної реабілітації та підтримки. Фізичне здоров'я безпосередньо впливає на їхню здатність до праці та продуктивність у різних галузях. Емоційне здоров'я є ключовим для успішної соціальної адаптації колишніх військових. Травматичні «досвіди» пережиті під час служби, можуть залишити глибокий слід, і без належної емоційної підтримки ветерани можуть відчувати себе відчуженими від суспільства. Емоційне благополуччя допомагає їм встановлювати та підтримувати здорові міжособистісні стосунки, як у професійному, так і в особистому житті. Психічне здоров'я є осно-

вою для здатності адаптуватися до нових умов життя та роботи після служби. Колишні військові можуть страждати від посттравматичного стресового розладу (ПТСР) та інших психічних проблем, які можуть ускладнювати їхню інтеграцію. Для того щоб успішно перейти від військової ролі до цивільної, вони мають бути психологічно готовими прийняти нові ролі в суспільстві та на роботі. Духовне здоров'я допомагає колишнім військовим знаходити сенс у нових життєвих обставинах і підтримує їхні цінності, що сприяє більш гармонійній інтеграції. Духовна підтримка може допомогти їм справлятися з життєвими викликами та втратами, що є важливим аспектом для довгострокового благополуччя.

Аналіз останніх досліджень зарубіжних та українських вчених свідчить, що однією з найбільших перешкод у лікуванні сміливих людей попередніх поколінь, що страждали від так званого «шоку контузії», було просто визнання того, що це нормально для війни, і вони нічого не робили з цим. Зараз визнано, що це цілком нормальна реакція на ситуації сильного стресу і як будь-яку хворобу, її потрібно розпізнати, прийняти та лікувати. Джон Хенден у праці «Подолання бойового стресу: 101 техніка для відновлення» [6], зазначає, що військова культура «мачо» переважно намагається ставитися упереджено до тих, хто шукає допомоги, але це все більше йде в минуле. Небагато військових, які пережили бій, можуть заперечити, що відчували страх, і ніхто не може бути впевненим, як вони відреагують наступного разу.

Посттравматичний стресовий розлад – відстрочена або затяжна реакція на стресогенні події чи ситуацію винятково загрозливого або катастрофічного характеру, які можуть зумовити дистрес майже у будь-кого. Аріель Шварц зазначає, що «посттравматичний стресовий розлад має тенденцію бути важчим і зазвичай потребує роботи з фахівцем у галузі психічного здоров'я» [13]. Відновлення здоров'я військових після бойового оперативного стресу не допустить розвитку його в посттравматичний стресовий розлад і зробить великий внесок у збереження людей як цінного капіталу для подальшої відбудови країни.

Важливо зазначити, що досить великий досвід є у США щодо психологічної реабілітації ветеранів. У США понад 1,5 млн осіб, які пережили війну, із них 73% страждають від посттравматичного синдрому. В країні існує загальна та стандартизована система роботи із військовими, яка допомагає соціалізувати їх. Підкреслимо, що на ці витрати уряд не шкодує грошей. За кілька років США зуміли збудувати дієву систему реабілітації ветеранів Іраку та Афганістану. При цьому держава принципово відмовилася від громадських пожертв. Було закладено мережу зі 150 шпиталів та 600 клінік по всій країні. Існують пільги для ветеранів в отриманні роботи на рівні штату або при вступі до державної служби, особливо якщо це ветеран з пораненням. Тому в Америці роботодавцем номер один для ветеранів, які отримали поранення, є уряд: від Міністерства оборони, Міністерства у справах ветеранів до Міністерства транспорту. В 2011 році в США було створено систему, що займається психологічною чи соціальною адаптацією ветеранів. Її назвали Polytrauma System of Care – Система надання допомоги при політравмі. Представництва організації працюють майже у кожному великому місті країни, і будь-який військовий може звернутися туди за підтримкою психологів чи соціальних працівників. Зараз система є мережею з 600 центрів. Іншим аспектом соціалізації стала матеріальна підтримка та працевлаштування для колишніх військових. Через державні фонди понад 40% ветеранів отримують додаткову допомогу. А більше половини з них пройшли безкоштовні курси навчання та перекваліфікації.

Базуючись на досвід країн, в Україні мають бути розроблені заходи боротьби за людину та людяність у роботі з військовими та населенням, що постраждало від бойового оперативного стресу. На наш погляд доцільним є створення уніфікованої системи для лікування та соціалізації ветеранів війни, доступ до неї зробити максимально простим і наскільки можна безкоштовним. Важливим аспектом є також організація освітніх заходів – семінари, тренінги, лекції – для формування обізнаності впливу бойового оперативного стресу на людину і навчання успішним відновлюючим методам у

всіх регіонах України. Практичні поради стануть у нагоді не лише тим, хто страждає від бойового стресу, а й усім, хто бореться з тиском нашого перегрітого суспільства. Доцільним також є створення консультативних пунктів, де людина може отримати індивідуальну психологічну допомогу. Видання посібників, буклетів, довідників з практичними техніками та інструментами самопомоги. Важливою буде також організація групових зустрічей ветеранів, де учасники будуть ділитися своїм досвідом та підтримувати один одного. Створення програми підготовки та перекваліфікації ветеранів, завдяки яким вони зможуть стати кваліфікованими спеціалістами.

Нагальною потребою постає навчання соціальних працівників, психологів, що надають найбільш ефективну допомогу, а також необхідно орієнтувати людей на самопомогу або «допомогу товаришеві». Дружини військовослужбовців, партнери, батьки чи інші родичі також повинні вивчити інструменти та методи для ефективної взаємодії зі своїми чоловіками та дітьми, що повертаються з війни. Слушною є порада Джона Хендена, який зазначає, що «потрібно знайти такий метод, що не містить теорій; це мають бути перевірені інструменти, які працюють у більшості випадків швидко і ефективно» [6]. Наголосимо, що людина у стані бойового стресу проходить три стадії проживання: «жертва», «той, що вижив, або віцільний», «процвітаючий» і цим не можна нехтувати. Ціль для відновлення українських військовослужбовців – це жити повним життям настільки, наскільки це можливо. Така життєва філософія дасть їм більше свободи, ніж раніше, а також дозволить пережити більш переконливо сьогодення та планувати майбутнє яскравіше й повноцінно ніж їх минуле.

Для більшого розуміння сутності інклюзії українських ветеранів у національну економіку, на наш погляд, необхідно виокремити ключові причини та методи якими вона має бути здійснена. Щодо ключових причин, то ми виокремлюємо наступні: соціальна справедливість, економічний потенціал, політична стабільність. Для більш наглядного розуміння взаємозв'язок їх проде-

монстровано на рисунку 1 у формі кругів Ейлера.

Спільна зона, яка продемонстрована (рис.1) в центрі на кругах Ейлера підкреслює основну мету – створення більш інклюзивного, процвітаючого та стабільного суспільства в Україні. Формування такого суспільства можливо завдяки забезпеченню

гідного життя та зниження соціальної ізоляції. Ветерани, які віддали багато сил і здоров'я для захисту країни, заслуговують на підтримку та можливості гідного життя, а інтеграція ветеранів у економічне життя допомагає зменшити ризики соціальної ізоляції та маргіналізації.



Рис. 1. Причини інклюзії ветеранів у соціальне середовище

Важливим чинником формування такого суспільства є також використання навичок та досвіду військових. Ветерани мають унікальні навички, дисципліну та досвід, які можуть бути корисними в різних сферах економіки. Залучення ветеранів до робочої сили сприятиме зростанню продуктивності праці та інноваційним процесам. Значну роль інклюзія ветеранів відіграватиме у політичній стабільності. Підтримка ветеранів сприятиме зміцненню довіри до уряду та державних інституцій. Слід наголосити, що ветерани, інтегровані у суспільство, можуть продовжувати відігравати важливу роль у підтримці національної безпеки та оборони країни.

Розглядаючи сутнісні ознаки інклюзії ветеранів у національний соціально-економічний простір, необхідно виокремити роль підприємницької діяльності, яка надає ветеранам можливість здобути економічну незалежність. Власний бізнес дозволяє їм контролювати своє фінансове майбутнє, що є особливо важливим для тих, хто після повернення зі служби та воєнних дій стикається з труднощами при працевлаштуванні. Підприємництво слугує чинником зниження

рівня безробіття серед ветеранів і створює можливості для їх самозайнятості. Управління власним бізнесом сприяє поверненню почуття контролю над життям, що є важливим для ветеранів, які можуть відчувати втрату сенсу життя після завершення військової служби. Це допомагає їм знайти новий сенс і мету, а також покращити свою самооцінку. Інтеграція ветеранів у бізнес-середовище також сприяє соціальній справедливості, оскільки надає їм рівні можливості для розвитку та досягнення успіху у цивільному житті. В кінцевому рахунку це допомагає знизити рівень соціальної нерівності та забезпечити ветеранам гідне місце у суспільстві.

Враховуючи економічні ресурси та економічний потенціал України, ринкову кон'юнктуру, а також структуру національної економіки, яка потребує гармонізації, ми виокремлюємо декілька перспективних напрямків бізнесу, які можуть бути найбільш сприятливими для ветеранів. Перспективні напрямки ведення бізнесу:

– сільське господарство та агробізнес (фермерські господарства, органічне земле-

робство, переробка сільськогосподарської продукції);

– ремесла та кустарне виробництво (ручна робота та хендмейд, виготовлення виробів з дерева та металу);

– ІТ та технології (розробка програмного забезпечення, кібербезпека, онлайн-курси та консультації);

– послуги (ремонт та обслуговування, транспортні послуги, охоронні послуги);

– туризм та рекреація (еко-туризм та агротуризм; готельно-ресторанний бізнес);

– ритейл та торгівля (магазини з продажу військової амуніції та спорядження, Інтернет-магазини).

Виокремлені вище напрямки бізнесу потребують додаткового дослідження в по-

дальшому. Узагальнимо, що вибір бізнесу залежить від індивідуальних навичок, інтересів та досвіду ветеранів, а також від ринкових умов та доступних ресурсів. Важливо також мати підтримку з боку держави та громадських організацій, щоб забезпечити успішний старт та розвиток бізнесу на перспективу. Базуючись на праці українських та зарубіжних вчених, макроекономічне становище України та воєнний стан, ми пропонуємо низку заходів у розробці державної політики підтримки ветеранів, які допоможуть ветеранам започаткувати та розвивати власний бізнес в національній економіці. Основні із них мають включати: фінансову підтримку, освітні програми, консультації та правову допомогу (рис.2).



Рис. 2. Механізми стимулювання бізнесу для ветеранів в Україні

Стимулювання бізнесу для ветеранів в Україні вимагає комплексного підходу, що включає фінансову, освітню, консультаційну, інформаційну та інфраструктурну підтримку. Важливо також забезпечити надійну законодавчу базу та ефективний моніторинг

виконання програм підтримки, оскільки це допоможе ветеранам успішно інтегруватися в економічне життя країни та зробити свій внесок у її розвиток.

Узагальнюючи вище зазначене підкреслимо, що необхідність інклюзії військово-

вих України в соціально-економічний простір викликана соціальними, економічними та політичними причинами (рис.3). З філософської точки зору причини – це фактори або обставини, що призводять до певного

результату чи наслідків і є джерелом дій чи подій які пояснюють чому певні речі відбуваються так, як вони відбуваються. Причини діють як рушійні сили, що впливають на розвиток подій або процесів.



Рис. 3. Блок-схема інклюзії військових України в соціально-економічний простір

Таким чином, економічні, соціальні та політичні причини інклюзії ветеранів взаємопов'язані з відповідними наслідками. Вони разом утворюють систему, в якій реалізація кожної з причин веде до конкретних позитивних змін, що сприяють загальному інклюзивному розвитку країни.

Висновки. Найближчим часом ветерани стануть найважливішою частиною українського соціуму. І якщо суспільство вирішить активізуватися і зробити все правильно для ветеранів, це зробить Україну, країну із домінуванням інклюзивного розвитку.

Інклюзія українських ветеранів у національну економіку є важливим кроком для забезпечення соціальної справедливості, економічного розвитку та політичної стабільності. Це потребує комплексного підходу, що включає економічні стимули, освітні програми, психологічну та соціальну підтримку, а також законодавчу базу для захисту прав ветеранів. Підприємницька діяль-

ність є важливим інструментом для підтримки ветеранів у їхньому поверненні до мирного життя, забезпеченні їхньої економічної стабільності та внеску в розвиток країни.

Державна підтримка інклюзії ветеранів у національну економіку є важливою і необхідною для підтримки ветеранів у їхній адаптації до мирного життя. Це інвестиція не лише в майбутнє ветеранів, але й у загальний розвиток країни. Інклюзія ветеранів є не лише моральним обов'язком держави, але й стратегічно важливим кроком для забезпечення стійкого розвитку та процвітання України.

Література

1. Armstrong, K., Best, S. and Domenici, P. *Courage after Fire: Coping Strategies for Troops Returning from Iraq and Afghanistan and Their Families*, Ulysses Press, Berkeley, California, 2006. 239 p.
2. Grenier, S., Darte, K., Heber, A. and Richardson, D. *The operational stress injury social*

support program: a peer support program in collaboration between the Canadian forces and veterans' affairs Canada, in *Combat Stress Injury: Theory, Research and Management* (eds C.R. Figley and W.P. Nash), Routledge, 2007. pp. 261–293.

3. Dolan, Y. *Beyond Survival: Living Well is the Best Revenge*, BT Press, London, 2000. 180 p.

4. McManners, H. *The Scars of War*, HarperCollins Publishers, Denver, Colorado, 1993. 320 p.

5. Moore B.A., Reger, H.M. Historical and contemporary perspectives on combat stress and combat stress teams in the military, in *Combat Stress Injury: Theory, Research and Management* (eds CR Figley and WP Nash), Routledge, 2007. 368 p.

6. Henden J.. *Beating Combat Stress: 101 Techniques for Recovery*, Wiley, 2011. 192 p.

7. Hoge, C.W. *Once a Warrior, Always a Warrior: Navigating the Transition from Combat to Home*, GPP Life, Guilford, Connecticut, 2010. 326 p.

8. Яценко, Л. Проблеми працевлаштування ветеранів війни: ризики для держави та суспільства: Наукова доповідь. Київ: НІСД-2023. 18 груд. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2023-12/ke_pratsevlashtuvannyaveteraniv_18122023_0.pdf

9. Клименко О., Чепурко Г. Проблеми соціальної адаптації ветеранів в Україні: Наукова доповідь. Київ: Ін-т соціології НАН України-2024. URL: https://isnasu.org.ua/popsci/010_Klymenko_Chepurko_-_Problemy_veteraniv.php

10. Погорілов С. Після війни ветерани та їхні родичі складуть 10 % населення України. Українська правда. 2022. 22 груд. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2022/12/22/7381862/>

11. Ніколаєнко С.О. Особливості психологічної допомоги учасникам військових дій при посттравматичному стресовому розладі. Світогляд. Філософія. Релігія. 2014. Вип. 7. С. 51-61. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sfr_2014_7_8.

12. Артеменко А., Батаєва К. Мілітарна ідентичність та соціальна адаптація ветеранів АТО/ООС: монографія. Харків: Вид-во ХГУ «НУА», 2022. 192 с.

13. Ariel Schwartz. *Complex PTSD Workbook: A Mind-Body Approach To Regaining Emotional Control And Becoming Whole/ CSM WKB*. 2017, 190 p.

References

1. Armstrong, K., Best, S. and Domenici, P. *Courage after Fire: Coping Strategies for Troops Returning from Iraq and Afghanistan and Their Families*, Ulysses Press, Berkeley, California, 2006. 239 p.

2. Grenier, S., Darte, K., Heber, A., & Richardson, D. The operational stress injury social support program: a peer support program in collaboration between the Canadian forces and veterans' affairs Canada, in *Combat Stress Injury: Theory, Research and Management* (eds C.R. Figley and W.P. Nash), Routledge, 2007. pp. 261-293.

3. Dolan, Y. *Beyond Survival: Living Well is the Best Revenge*, BT Press, London, 2000. 180 p.

4. McManners, H. *The Scars of War*, HarperCollins Publishers, Denver, Colorado, 1993. 320 p.

5. Moore B.A., Reger, H.M. Historical and contemporary perspectives on combat stress and combat stress teams in the military, in *Combat Stress Injury: Theory, Research and Management* (eds CR Figley and WP Nash), Routledge, 2007. 368 p.

6. Henden J.. *Beating Combat Stress: 101 Techniques for Recovery*, Wiley, 2011. 192 p

<https://doi.org/10.1002/9780470978580>

7. Hoge, C.W. *Once a Warrior, Always a Warrior: Navigating the Transition from Combat to Home*, GPP Life, Guilford, Connecticut, 2010. 326 p.

8. Yatsenko, L. (2023). *Problemy pratsevlashtuvannia veteraniv viiny: ryzyky dlia derzhavy ta suspilstva: Naukova dopovid*. Kyiv: NISD-2023. 18 hrud. Retrieved from

https://niss.gov.ua/sites/default/files/2023-12/ke_pratsevlashtuvannyaveteraniv_18122023_0.pdf

9. Klymenko, O., & Chepurko, H. (2024). *Problemy sotsialnoi adaptatsii veteraniv v Ukraini: Naukova dopovid*. Kyiv: Instytut sotsiologhii NAN Ukrainy-2024. Retrieved from

https://isnasu.org.ua/popsci/010_Klymenko_Chepurko_-_Problemy_veteraniv.php

10. Pohorilov, S. (2022). *Pislia viiny veterany ta yikhni rodychi skladut 10 % naseleння Ukrainy*. *Ukrainska pravda*. 2022. 22 hrud. Retrieved from <https://www.pravda.com.ua/news/2022/12/22/7381862/>

11. Nikolaienko, S.O. (2014). *Osoblyvosti psykhoholichnoi dopomohy uchasnykam viiskovykh dii pry posttra-vmatychnomu stresovomu rozladi*. *Svitohliad. Filosofiia. Relihiia*, Issue 7., 51-61. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/sfr_2014_7_8.

12. Artemenko, A., & Bataieva, K. (2022). *Militarna identychnist ta sotsialna adaptatsiia veteraniv ATO/OOS*. Kharkiv: Vydavnytstvo KhHU «NUA».

13. Ariel Schwartz. *Complex PTSD Workbook: A Mind-Body Approach To Regaining Emotional Control And Becoming Whole/ CSM WKB*. 2017, 190 p.

INCLUSION OF THE MILITARY IN THE NATIONAL SOCIAL AND ECONOMIC SPACE

L. V. Shynkaruk, D.E., Professor, Corresponding National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Member of the National Academy of Sciences of Ukraine,

E. V. Prushkivska, D.E., Professor, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, L. M. Shepeleva, practicing psychologist, Helping Hand Company, Inc., Boston, USA

Methods. In the course of study, the following methods were used: comparative analysis – in analyzing the inclusion of veterans in the socio-economic space of countries where there is a significant number of military personnel returning from conflict zones or discharged from military service; method of analysis and synthesis – in determining the directions of military inclusion in the national socio-economic space; method of classifications – in identifying the main types of business that may be most favorable for Ukrainian veterans in their integration into the national economy; induction and deductions – when formulating research conclusions.

Results. The article defines the need and role of military inclusion in the social environment for the stability and development of the country. The reasons and directions for the inclusion of Ukrainian veterans in the socio-economic space of the country are identified to ensure the psychological and social well-being of veterans, the effective use of human capital, political stability, cultural integration and social justice. It is substantiated that Ukraine should develop measures to fight for a person and for the humanity in working with the military and the population affected by combat operational stress, and create a unified system for the treatment and socialization of war veterans. It is established that the choice of future business depends on the individual skills, interests and experience of veterans, as well as on market conditions and available resources in the country. The author emphasizes the need for support from the state and public organizations to ensure the successful start and development of business by former military personnel. The author summarizes that stimulating business for veterans in Ukraine requires a comprehensive approach that includes financial, educational, consulting, information and infrastructure support. This will help veterans successfully integrate into the economic life of the country and contribute to its development.

Novelty. It is proved that the inclusion of former military personnel in the socio-economic space of the country in the context of the social, economic and political plane will shape Ukraine as a country dominated by inclusive development in general, and for veterans will facilitate their integration into civilian life and their active involvement in the development of the country.

Practical value. The results of the study can be used by institutions in the process of developing strategies and programs for the inclusion of veterans in the socio-economic space at both the regional and national levels of the country.

Keywords: combat stress, business, military, veterans, inclusion, inclusive development, socio-economic space, national economy.

Надійшла до редакції 29.05.24 р.

ІННОВАЦІЙНА СИСТЕМА В СТРУКТУРІ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА

Н. Є. Федорова, к. е. н., доцент, ДВНЗ УДХТУ, sandetskaya777@ukr.net, orcid.org/0000-0003-1693-6260

Методологія дослідження. Результати отримані за рахунок застосування методів теорії систем в її структурно-функціональній версії – для дослідження структури суспільної системи як підґрунтя розуміння сутності й структури інституціонального середовища; концепції логічного й історичного – при дослідженні процесу трансформації елементів суспільної системи в період постіндустріалізму, а також при встановленні взаємозв'язків між інноваційною та економічною системами суспільства; метод класифікацій – при виділенні основних структурних елементів суспільної системи; наукової абстракції – при формулюванні сутності категорії «інституціональне середовище».

Результати. Встановлено, що в сучасній науковій літературі відсутній єдиний підхід щодо сутності та структури інституціонального середовища. Доведено, що визначення структури інституціонального середовища на основі виділення основних функцій і ролі кожного з її елементів дозволяє надати сутнісну характеристику даного поняття. Встановлено, що основними елементами інституціонального середовища виступають соціокультурна система, економічна система, політико-правова система, соціальна система, система природокористування, а також інноваційна система з трьома своїми підсистемами: знаннєвою, інформаційно-комунікаційною та інноваційно-технологічною. Показано, що кожна з перелічених систем відіграє свою особливу роль в суспільній системі та має в своєму розпорядженні свій власний набір інститутів.

Новизна. На основі виділення ключових параметрів інноваційної системи – її специфічних суб'єктів, унікальних функцій, оригінальних механізмів та ресурсів саморозвитку, а також її специфічних інститутів і організацій вдалося виділити інноваційну систему в окремий елемент суспільства та відділити її від економічної системи. Аналіз структури інституціонального середовища дозволив сформулювати сутність даної категорії як сукупності основних економічних, політико-правових, соціальних, соціокультурних, екологічних та інноваційних інститутів, тобто формальних і неформальних правил, норм, процедур, обмежень, переконань та звичаїв, що пролягають в ціннісно-когнітивній, нормативно-правовій та регуляторній площині, та які в спільній взаємодії визначають вектор соціально-економічного розвитку суспільства.

Практична значущість. Функціональне визначення елементів інституціонального середовища й розмежування сфер їхньої компетенції розробити дієві механізми впливу на забезпечення цілей розвитку за допомогою специфічних інститутів та механізмів, що кожен елемент інституціонального середовища має в своєму розпорядженні.

Ключові слова: постіндустріальні трансформації, інституціональне середовище, структура суспільної системи, соціокультурна система, економічна система, політико-правова система, соціальна система, система природокористування, інноваційна система, знаннєва підсистема, інформаційно-комунікаційна підсистема, інноваційно-технологічна підсистема.

Постановка проблеми. Інституціональне середовище відіграє ключову роль у соціально-економічному розвитку суспільства, визначаючи рамки, у межах яких здійс-

нюються економічні та соціальні взаємодії. Ефективні інститути сприяють правовій стабільності та безпеці суспільства, справедливості та економічному зростанню,

прискоренню інновацій та технологічному розвитку, тоді як недосконалість інститутів у вигляді бюрократії, корупції, політичної нестабільності знижують ефективність економіки, підривають довіру до уряду, гальмують інноваційний процес і в цілому перешкоджають прогресивному тренду соціально-економічного розвитку суспільства. Саме тому удосконалення інституціонального середовища має бути пріоритетом для урядів та міжнародних організацій, які прагнуть забезпечити стабільні темпи економічного зростання та підвищення добробуту суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням поняття «інституціональне середовище» займалися такі вчені, як Д. Норт [1, 2], Р. Скотт [3], П. Ді Маджіо та В. Пауелл [4, 5], Дж. Майер та Б. Роуен [6] тощо. Аналіз сучасної наукової літератури показав, що серед вчених досі не існує одностайності щодо сутності поняття «інституціональне середовище». Вчені полемізують як відносно родового поняття «інститут», що відображає сутність інституціонального середовища як сукупності інститутів, так і відносно його елементів [7]. Оскільки інституціональне середовище являє собою набір інститутів, які функціонують в різних сферах цілісної суспільної системи та чинять взаємний вплив на всі її складові, з метою належного категоріального оформлення зазначеного поняття вважаємо необхідним визначити ці складові.

Формулювання мети статті. Метою статті є дослідження структури суспільної системи як підґрунтя розуміння сутності й структури інституціонального середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. На наше переконання, методологічним підґрунтям для вирішення даного завдання може виступити теорія систем в її структурно-функціональній версії, згідно з якою суспільство подається як сукупність складних систем дії (концепції Е. Дюркгейма, Т. Парсонса і Р. Мертона).

Так, Т. Парсонс формує модель AGIL (адаптація, досягнення мети, інтеграція, затримка), що забезпечує структурно-функціональний аналіз соціальних систем, наголошуючи на їхній потребі адаптуватися до середовища, переслідувати колективні

цілі, підтримувати внутрішню координацію та культурні моделі. На думку вченого, соціальні структури, ролі та інститути виникають для виконання певних функцій і підтримки рівноваги, а зміни в одній частині системи призводять до коригування інших частин для відновлення балансу [8]. Отже, системний підхід в його структурно-функціональній версії базується на розчленуванні соціально-економічної системи на елементи, кожен з яких має певне функціональне призначення, оскільки сутність будь-якого суспільного явища проявляється через його функції й дисфункції, тобто позитивні й негативні впливи (як прямі, так і зворотні), які воно виконує в межах соціально-економічної системи. Поняття функції в межах зазначеного підходу розглядається в двох аспектах: як дію одного з елементів системи по відношенню до іншого чи всіх інших елементів системи, і як залежність в рамках даної системи, за якої зміни в одній частині виявляються похідними (функцією) від змін в іншій її частині. При цьому функція об'єкта (підсистеми, частини цілого) є вторинною по відношенню до структури системи, в якій вона проявляється, а також до структури самого об'єкта (складової цілого).

Основні постулати теорії систем, сформульовані одним з її засновників Л. фон Барталанффі [9] полягають в розгляді системи як універсального способу розуміння та моделювання різноманітності явищ у природі та суспільстві. Вчений зробив особливий акцент не на тому, що ціле складається із частин, а на тому, що поведінка й властивості цілого визначаються взаємодією його частин. В подальшому теорія складних систем була розвинута соціологами у якості відповіді на розуміння соціальних явищ як динамічних та взаємозалежних систем. Базуючись на добутку вищезазначених вчених, можемо подати суспільну систему як структурно організовану, ієрархічну, впорядковану сукупність елементів, поєднаних між собою прямими та зворотними зв'язками, які за своєю природою є результатом взаємного впливу різних елементів цієї системи, що характеризується цілісністю та організованістю.

Враховуючи тісне поєднання всіх елементів суспільної системи, можна констатувати, що кожен з них відіграє важливу роль в її функціонуванні, тому неможливо вважати жоден з них вирішальним для забезпечення її життєдіяльності та розвитку. Відповідно, сутність інституціонального середовища, що функціонує в межах суспільної системи, можна подати як сукупність певних її складових, в рамках кожної з яких функціонує певний набір інститутів, що виконує визначені функції. Для більш повного охоплення всіх важливих аспектів, що впливають на функціонування інституціонального середовища, з нашого погляду, необхідно виділити основні складові суспільної системи, інститути яких чинять вплив на перебіг соціально-економічних процесів в країні. На жаль, підходи сучасних вчених щодо визначення набору таких складових в розрізі системного підходу не характеризуються однаковістю [7].

Базуючись на традиційному підході до структурування суспільства і визнаючи рівноправність всіх складових суспільної системи, а також використовуючи у якості критерію її поділу на сфери виконання цими складовими специфічних функцій для потреб цілого, представляємо її як поєднання економічної, соціальної, соціокультурної, політико-правової систем, системи навколишнього середовища та інноваційної системи, в якій, своєю чергою, виділимо знаневу, інформаційно-комунікаційну та інноваційно-технологічну складові (див. Таблицю 1).

Економічна система опосередковує відносини в процесі виробництва, розподілу, обміну і споживання матеріальних благ та послуг, що задовільняють матеріальні й нематеріальні потреби членів суспільства. Вона об'єднує таких суб'єктів, як підприємство, домогосподарство та держава при посередництві різноманітних ринків за допомогою ринкового механізму координації економічних процесів.

Соціальна система об'єднує відносини в процесі відтворення населення й формування людського капіталу, забезпечення високої якості та тривалості життя, відносини між різними соціальними групами щодо соціального вирівнювання та забезпечення

соціальної справедливості. Вона включає такі елементи, як система освіти, охорони здоров'я, сімейна система, система соціального забезпечення та таких суб'єктів, як людина, сім'я, суспільна група.

Соціокультурна система об'єднує відносини в процесі формування свідомості людини, її моральних цінностей та переконань як основи для формування інститутів. Вона включає такі елементи, як культура, релігія, мистецтво, а її основним суб'єктом виступає людина та її внутрішній світ.

Політико-правова система об'єднує відносини в процесі регулювання та управління суспільною системою, в тому числі за допомогою системи права, з метою гармонізації різноманітних інтересів членів суспільства, забезпечення законності, справедливості та демократії. Вказана система включає таких суб'єктів, як державні установи, політичні партії, правові системи й правоохоронні органи, виборчі системи, громадські об'єднання та систему громадянського суспільства.

Система навколишнього середовища об'єднує відносини природокористування з метою забезпечення життєдіяльності людини й природи. Суб'єктами цієї системи є суспільство й природне середовище її існування.

Окрім вказаних елементів суспільної системи, що традиційно в ній виділяються [10], вважаємо доцільним виділити в структурі суспільної системи інноваційну систему.

Теоретичним підґрунтям виділення зазначеної системи в якості самостійного елемента суспільної системи можна вважати низку праць, присвячених розробці концепції національної інноваційної системи (The National Innovation System, NIS), або національної системи інновацій (NSI), яка виникла наприкінці 1980-х – середині 1990-х рр. [11–21].

К. Фрімен привніс у літературу сучасну версію повної концепції «національної інноваційної системи». Він зробив це в 1987 році у своїй праці про інновації та інноваційну політику в Японії [12]. Аргументація К. Фрімена щодо необхідності підсилення уваги до національної інноваційної системи полягає в наступному. Широко користую-

чись методом «розумної історії» та поєднуючи його з кількісним методом, він з'ясував, що відмінності між країнами в забезпеченні та підтримці соціально-економічного розвитку залежать від системної узгодженості інституцій, що забезпечують інноваційний процес. Так, вчений зазначає, що ефективність інновацій та їх позитивний вплив на соціально-економічний розвиток країни залежить не стільки від обсягів інвестицій та інновацій, а від ефективності функціонування інститутів, що забезпечують розробку й впровадження інновацій у виробничий процес. К. Фрімен констатує, що на ефективність процесу впровадження інновацій фундаментальний вплив здійснюють «національна система освіти, виробничі відносини, технічні і наукові установи, урядова політика, культурні традиції та багато інших національних інститутів, про що свідчать історичні приклади Німеччини, Японії та колишнього СРСР, а також нещодавній контраст між країнами Східної Азії та Латинської Америки» [13]. Тим самим вчений започаткував ідею про необхідність формування національної інноваційної системи країни з її власною інфраструктурою, що зумовлює використання всього унікального соціально-економічного потенціалу країни для забезпечення інноваційного розвитку.

На думку К. Фрімена, витоки ідеї про НІС належить ще Ф. Лісту, який в своїй праці «Національна система політичної економії» (1841) (що, з позиції К. Фрімена, могла б отримати назву «Національна система інновацій»), обґрунтував ідею про важливість накопиченого нацією інтелектуального капіталу, що збільшує національний економічний потенціал [22, с.113]. Ф. Ліст підкреслив важливість зв'язку промисловості з формальними установами науки й освіти: «навіть чи існує виробничий бізнес, який не мав би відношення до фізики, механіки, хімії, математики чи мистецтва дизайну тощо. У цих науках можуть бути зроблені відкриття та винаходи, за допомогою яких сотні галузей промисловості та процесів неможливо вдосконалити чи змінити [22, с.1, с.162]. Виходячи з цього, на думку К. Фрімена, саме завдяки підтримці Ф. Ліста та його однодумців-економістів, а також завдяки давно сформованій прусській сис-

темі Німеччина розробила одну з найкращих систем технічної освіти та навчання у світі.

Як далі зазначає К. Фрімен, Ф. Ліст не лише проаналізував особливості національної системи інновацій, які є основою сучасних досліджень (хоча його термінологія була іншою) – освітні та навчальні заклади, науку, технічні інститути, інтерактивне навчання користувач – виробник, нагромадження знань, адаптацію імпортованих технологій, просування стратегічних галузей тощо, – він також наголошував на ролі держави в координації та проведенні довгострокової політики в сфері промисловості та економіки. Справедливо, що саме в Німеччині в 1870 р. було запроваджено основну інституційну інновацію внутрішнього промислового відділу досліджень і розробок. Величезний успіх німецької хімічної промисловості призвів до наслідування соціальних інновацій відділу досліджень і розробок у хімічних компаніях інших країн (наприклад, СІВА у Швейцарії).

Сутність НІС К. Фрімен визначає так: «Мережу установ у державному та приватному секторах, чия діяльність і взаємодія ініціює, імпортує, модифікує та поширює нові технології, можна описати як «національну систему інновацій» [11, с.1]. У статті 1995 року [14] вчений виділив п'ять груп факторів, що історично впливають на процес економічного зростання країни, або «історичних процесів», що є відносно автономними, хоча й взаємодіючими: наука, технологія, економіка, політика та загальна культура. Відповідно, НІС є для К. Фрімена привілейованим рівнем аналізу взаємодії та спільної еволюційної динаміки між цими п'ятьма субдоменами та пов'язаними керуючими установами, і саме на національному рівні взаємодія між цими п'ятьма доменами виглядає більш чітко [16], [20].

К. Фрімен зі своєю теорією не намагається призначити першість у причинно-наслідкових зв'язках будь-якій із п'яти сфер, він радше підкреслює відносну автономію кожної з них. Саме ця коеволюція створює можливість невідповідності між ними та періодичних радикальних інституційних інновацій, які намагаються відновити гармонійний розвиток. Однак така гармонія не обов'язково сприяє економічному зрос-

танню, яке не є єдиною метою, до якої прагнуть люди [14]. Отже, як зауважує К. Фрімен, навряд чи можна знайти будь-який остаточний «шумпетерівський рушій» довгострокового зростання, що базується лише на технологічних інноваціях – якими б важливими вони не були – завжди тримаючись незалежно від умов (інституційного та культурного) контексту.

Таким чином, у своїх основоположних роботах К. Фрімен зазначав, що інновації – це не лише діяльність на рівні фірми, вони вбудовані в більш широку систему (НІС), яка включає установи, організації та мережі в межах нації, їх слід розуміти не як лінійний, а як інтерактивний процес. Тобто Національна інноваційна система, з позиції К. Фрімена, являє собою не окрему систему, що об'єднує інноваторів, а весь комплекс з п'яти складових зі своїми інститутами, які чинять однаковий суттєвий прямий вплив на інноваційний процес та не можуть ігноруватися. Тим самим, з нашого погляду, К. Фрімен ототожнює НІС з суспільною системою держави, яка відрізняється від інших своїми національними особливостями, викликаними унікальністю інститутів, що утворюють кожен підсистему цієї системи, що не в останню чергу проявляються в процесі формування та впровадження інновацій. Водночас здобутком К. Фрімена виступає підсилення уваги науковців до проблеми реалізації інноваційного процесу на рівні держави та започаткування аналізу інноваційного процесу в межах окремої системи.

Р. Нельсон, подібно до К. Фрімена, розглядав НІС в широкому контексті як «... сукупність інституцій, взаємодія яких визначає інноваційну ефективність національних фірм» [20]. До таких інституцій він відносить як формальні (державна політика та правила), так і неформальні (культурні норми та соціальні мережі) у формуванні результатів інновацій. З позиції Р. Нельсона, на здатність фірм країни до інновацій впливає широкий спектр факторів, організацій і політики. Окрім технології та чистої науки, важливий вплив на цей процес чинять соціальні інститути: промислові та державні дослідницькі лабораторії, дослідницькі університети та агентства промислової політи-

ки. Ці установи є основою для аналізу національних інноваційних систем. Відмінності в національних інноваційних моделях, з позиції вченого, включають розмір і забезпеченість ресурсами, міркування національної безпеки та історичні та соціальні переконання. Фактори, що сприяють ефективній інноваційній діяльності, включають сильні ключові компетенції, високоякісну освіту та підготовку, а також стабільну та сприятливу економічну та торговельну політику [21]. Вчений визначає наступних основних інституційних акторів: фірми та промислові дослідницькі лабораторії, університети та урядові лабораторії; державну фінансову підтримку для НДДКР у промисловості; національну систему навчання; фінансові установи [19], [20]. Таким чином, він розглядає інноваційну систему як тісне поєднання інститутів всієї суспільної системи, зазначаючи, що інституційний контекст, у якому діють фірми та інші актори, глибоко впливає на їх інноваційну поведінку.

Б.-О. Лундвалл розширив концепцію НІС К. Фрімена та Р. Нельсона, розмежовуючи вузьке та широке її визначення. Вчений зазначає, що вузьке визначення Національної інноваційної системи включатиме організації та інституції, які безпосередньо займаються пошуком і дослідженням, наприклад, відділи досліджень і розробок, технологічні інститути та університети. Широке визначення включає всі частини та аспекти економічної структури та інституційного устрою, що впливає на навчання, а також на пошук і дослідження... [16, с.12].

На думку вченого, аби структурувати та оптимізувати аналіз НІС, корисно розрізняти ядро інноваційної системи та її ширше середовище. Компанії та інфраструктура знань становлять ядро системи, оскільки кожна фірма має потенціал для розробки, поглинання або використання нових технологій; ширше середовище – це установи, які сприяють формуванню компетенції, та установи, які формують людську взаємодію щодо інновацій. До них належать, по-перше, структура сім'ї, система освіти, моделі кар'єри на ринках праці, нерівність і системи соціального забезпечення. По-друге, вони включають історію макроекономічної стабільності та доступу до фінансування.

По-третє, вони включають кінцевий попит домогосподарств та організацій державного сектору. По-четверте, вони включають державну політику, безпосередньо спрямовану на стимулювання інновацій, включаючи розповсюдження та ефективне використання. Цей метод зосереджує аналіз на центральному двигуні інноваційної системи, тобто на загальній сукупності фірм, їхніх зв'язках одна з одною та з інфраструктурою знань. Але також визнається, що більшість частин соціально-економічної системи можуть впливати на роботу цього двигуна і не в останню чергу на те, як він впливає на ефективність економіки в цілому [17].

Таким чином, з нашого погляду, саме Б.-О. Лундвалл найбільш точно показав сутність інноваційної системи з її унікальними інститутами, називаючи її «НІС у вузькому сенсі», тоді як середовище для неї він називає «НІС у широкому сенсі», тобто ті інститути, що формують суспільну систему в цілому та являють собою зовнішнє по відношенню до НІС середовище. Аргументи на користь того, що інноваційну систему можна розглядати як окрему складову цілісної суспільної системи, знову ж таки можна знайти в теорії систем.

За Ю.П. Сурміним система – це «кінцева безліч функціональних елементів і відносин між ними, виділена із середовища відповідно до заданої мети в рамках певного часового інтервалу» [23, с. 50–58]. Тож для визначення самостійності певної системи необхідно виділити її із середовища, адже теорії систем підкреслюють, що цілісна система та її елементи є протилежними середовищу, що її оточує. Відповідно, система відділена від середовища простором, який визначається специфічними функціями, що вона виконує, адже кожна функція системи задає свої межі. Теорія відкритих систем констатує, що системи в межах соціально-економічної цілісності тісно взаємодіють із своїм зовнішнім середовищем, обмінюючись ресурсами, ідеями та інформацією. Тому розглядати систему без середовища, що її оточує, взагалі неможливо, адже система проявляє свою сутність через функції, що вона виконує по відношенню до інших елементів середовища.

Загальні принципи вивчення систем та їх взаємодії містять такий підхід до аналізу систем та відділення їх від середовища, як визначення ключових параметрів, тобто конкретних характеристик системи, що дозволяють відокремлювати систему від внутрішніх і зовнішніх змін та впливів. Такими ключовими параметрами, з нашого погляду, можна вважати специфічних суб'єктів системи, унікальні функції системи, оригінальні механізми та ресурси саморозвитку системи, а також її специфічні інститути й організації, [24, 27], що забезпечують виконання функцій системи.

Так, застосування структурно-функціонального підходу дозволяє констатувати відмінність функцій інноваційної системи від інших систем, зокрема, економічної, адже саме складовою економічної системи часто вважають інноваційну систему (див. [12, 14, 19, 20, 25, 26, 27] тощо). Якщо головною функцією останньої є виробництво, розподіл, обмін і споживання матеріальних благ та послуг, що задовольняють потреби членів суспільства, то функцією інноваційної системи є створення, передача та впровадження технологічних та інших інновацій (див. Табл. 1). Зазначену функцію інноваційна система виконує через генерацію нових ідей, досліджень та технологій, що є основою для інновацій, сприяння проведенню наукових досліджень і розробці нових продуктів, технологій та послуг, забезпечення ефективного переносу технологій від досліджень до практичного використання, підтримку успішного впровадження нових продуктів, технологій та інноваційних практик, забезпечення освітніх та професійних програм розвитку кадрів, які спроможні здійснювати дослідження та впроваджувати інновації, розвиток необхідної інфраструктури, а також створення умов для активної взаємодії між учасниками системи, сприяння культурі інновацій.

Щодо суб'єктів економічної та інноваційної систем, в першому випадку ми маємо справу з господарюючими суб'єктами, в другому – з інноваторами, або новаторами, тобто особами або групами, які вводять щось нове або роблять щось вперше. Якщо економічні суб'єкти здійснюють господарську діяльність з метою максимізації при-

бутку, то інноватори прагнуть до змін, розвитку й вдосконалення, вони орієнтовані на творчість та постійне навчання та самовдосконалення з метою поліпшення будь-яких процесів, в тому числі економічних.

Так, Й. Шумпетер в праці «Теорія економічного розвитку» (The Theory of Economic Development) (1911)) в якості мотивів діяльності підприємця-інноватора розглядав перш за все бажання пригод та прагнення творчості, новаторства й влади, а монопольний прибуток цього суб'єкта розцінював як стимул до творчості [28], адже, за своєю суттю, інновації являють собою виклик статус-кво, передбачають нестандартне мислення та прийняття прорахованих ризиків для досягнення прогресу за допомогою проривних результатів.

Механізми саморозвитку економічної та інноваційної систем також відрізняються. Якщо економічна діяльність внутрішньо підтримується та стимулюється зростанням потреб суспільства, поділом праці та конкуренцією, то інноваційна – прагненням до вдосконалення, пізнання істини, вона базується на власній методології, передбачає нагромадження знань, досвіду та нових технологічних рішень, що може розглядатися як інноваційний ланцюг. Самопідтримка інновацій відбувається в формі еволюції технологій, знань та ідей через їх нагромадження та формування на їх основі нових технологічних рішень.

Ресурси саморозвитку економічної та інноваційної систем також відрізняються: в першому випадку це капітал, кредит, технології, у другому – знання та інформація, що трансформуються в інновації. Інститути й організації, що забезпечують функціонування вищеназваних систем, також різні, як буде показано нижче (див. табл. 1).

Ще одним методом, який дозволяє відділити систему від середовища та від інших систем, виступає аналіз входу та виходу з системи, що допомагає визначити, які частини взаємодіють з середовищем, а які є внутрішніми для системи. В економічній системі входом є економічні ресурси, а виходом – готовий продукт, що задовольняє потреби суспільства, тоді як в інноваційній входом виступають знання та інформація, а виходом – інновації, тобто впровадження

нових підходів до вирішення економічних, соціальних, екологічних та інших проблем, або удосконалення існуючих. Інновації часто відбуваються через розробку більш ефективних продуктів, процесів, послуг, технологій, творів мистецтва або бізнес-моделей, які новатори роблять доступними для ринків, урядів і суспільства [29]. Інновація – ідея, новітній продукт в галузі техніки, технології, організації праці, управління, а також в інших сферах наукової та соціальної діяльності, засновані на використанні досягнень науки та передового досвіду, є кінцевим результатом інноваційної діяльності [30]. Тобто інновації стосуються не лише економічної діяльності, а проявляються і в інших сферах суспільного життя: політичній, соціальній, культурній тощо.

Безумовно, економічна та інноваційна системи тісно пов'язані, що витікає з таких характеристик системи, як її цілісність та організованість. Успішна економічна діяльність в умовах конкуренції неможлива без інновацій, які допомагають господарюючим суб'єктам створювати конкурентні переваги та розширювати свої можливості у ринковому середовищі. Інновації відіграють важливу роль у створенні нових ринків, продуктів та послуг, формуванні нових індустрій, які можуть стати каталізатором економічного зростання. Вони сприяють підвищенню продуктивності та зменшенню витрат виробництва, збільшенню рівня життя населення. Інновації сприяють створенню нових робочих місць у секторі високих технологій, розвитку креативної та інноваційної робочої сили. Тобто інновації, впливаючи на економічну систему, порушують рівновагу всередині неї та викликають в ній біфуркаційні зміни, які рухають вперед не тільки економічну систему, а й всю суспільну систему в цілому.

Водночас інновації – це зовнішній по відношенню до економіки чинник, про що говорив ще Й. Шумпетер. Він використовував в цьому контексті термін «творче руйнування» для опису процесу, коли новаторські ідеї та технології породжують нові продукти та види економічної діяльності, тим самим руйнуючи старі економічні структури. Вчений вважав, що підприємливі інноватори, яких він називав «підприємцями-

новаторами», відіграють ключову роль у впровадженні новаторських ідей та технологій, що стимулює економічний розвиток [28].

Р. Солоу, який вважав технічний прогрес (інновації) основним джерелом економічного зростання, у своїй роботі «Технічний прогрес і функція виробництва» (1957) показав технічний прогрес як зовнішній по відношенню до моделі економіки чинник, який впливає на виробництво та продуктивність, але не може бути повністю врахований у традиційних моделях виробництва. Його модель використовувала поняття «індексу технічного прогресу», який враховує зростання продуктивності, що впливає з технічних змін та інновацій [31].

Неспівпадіння цих двох систем продиктовано тим, що інновації виникають із зовнішніх джерел, таких як наукові дослідження, міжнародні партнерства та технологічний обмін, тобто інноваційна система може бути незалежною від конкретної економічної системи і охоплювати різні сектори та галузі. Як було показано, інновації не обов'язково обмежуються технологічними аспектами: наприклад, існують соціальні, медичні, освітні, культурні, природоохоронні, правові та інші інновації, що можуть проявлятися в різних контекстах, таких як бізнес, наука, технології, соціальні сектори або державні послуги. Тож інноваційна система являє собою велику мережу, де ідеї, знання та технології переходять від одного суб'єкта до іншого; цей потік інновацій може перетинати кордони економічних систем, створюючи відкриті зв'язки. Інновації можуть виникати внаслідок співпраці різних галузей та секторів: наукової, технологічної, комунікаційної, технічної тощо, відповідно, можуть залучати велику кількість різноманітних суб'єктів, які взаємодіють між собою в межах глобального простору.

Виходячи з вищезазначеного, інноваційна система може розглядатися в якості самостійної складової соціально-економічної системи. Більше того, в епоху постіндустріальних трансформацій саме ця система відіграє вирішальну роль з позиції забезпечення суспільного розвитку. Вона опосередковує відносини в процесі продукування, передачі та поглинання знань (абсорбції

знань), тобто інтеграції нових знань, ідей або технологій в організаційну систему, їх втілення в основні процеси та діяльність організації, що має результатом впровадження нових технічних рішень в операційні процеси з метою підвищення технічної ефективності та конкурентоспроможності підприємства та держави.

З нашого погляду, складовими інноваційної системи виступають:

– знаннєва підсистема, що націлена на виробництво нових знань у вигляді досліджень і розробок, елементами якої виступають суб'єкти наукового пізнання, а також наукові установи й організації;

– інформаційно-комунікаційна підсистема, що націлена на передачу й розповсюдження інформації й знань, а її елементами виступають інформаційно-комунікаційні технології;

– інноваційно-технологічна підсистема, що націлена на впровадження знань у вигляді нових техніко-технологічних рішень, а головними елементами виступають господарюючі суб'єкти.

Важливо зазначити, що вищеперелічені системи тісно взаємопов'язані, тож зміни в одній з них можуть мати хвилеподібний вплив на всю соціальну систему, що утворює єдине інституціональне середовище країни. Структура інституціонального середовища, таким чином, відображає структуру суспільної системи, адже кожен з її елементів має свій специфічний набір інститутів, що в цілому являють собою сукупність норм, правил, процедур і взаємодії в суспільстві, що засновані на наявній системі цінностей. Інституціональне середовище у вигляді скоординованого функціонування інститутів кожної з основних елементів суспільної системи відіграє важливу роль у її функціонуванні та формуванні стратегічних напрямів її розвитку.

Так, соціокультурна сфера як базовий елемент суспільної системи з точки зору формування цінностей, установок, норм, правил, звичаїв, звичок та переконань, які формують свідомість та принципи суспільної поведінки, соціальні взаємодії та культурні прояви, на нашу думку, напрацювала набір інститутів, що формують інституціональне середовище всіх основних елементів

суспільної системи. Серед них, окрім вищезазначених інститутів, можна виділити: культурні традиції, релігію, мистецтво, мову, етику, мораль, справедливість, гендерні ролі, рутини, церкви, ЗМІ, міжнародні соціокультурні інституції. Соціокультурна система впливає на соціальну згуртованість і загальну моральну структуру суспільства. Збереження та шанування культурної спадщини сприяє ідентичності та єдності суспільства. Яскраве соціокультурне середовище заохочує інновації та творчість, забезпечуючи платформу для різноманітних точок зору, мистецького вираження та культурного обміну.

Мова як фундаментальний аспект культури сприяє ефективній комунікації, розумінню та збереженню культурних нюансів. Захист гендерної рівності та боротьба з традиційними стереотипами сприяють більш інклюзивному та справедливому суспільству. Культурне самовираження через мистецтво, літературу та медіа сприяє формуванню суспільних наративів, впливаючи на громадську думку, стимулює культурне самовираження, ідентичність та творчий пошук. Релігійні та духовні цінності керують етичною поведінкою, моральними принципами та соціальними взаємодіями. Прийняття різноманітності та сприяння включенню в соціокультурну структуру підвищує стійкість суспільства та здатність до адаптації, сприяючи більш динамічному та прогресивному середовищу. Заохочення міжкультурного діалогу сприяє взаєморозумінню та співпраці, соціальній гармонії та миру. Соціокультурні системи можуть надихати соціальні інновації, заохочуючи нові способи мислення, нові засоби вирішення суспільних проблем. Отже соціокультурна система сприяє відкритості, інклюзивності та прагненню прогресу, що значно сприяє загальному розвитку та добробуту.

Економічна система, з нашого погляду, має в своєму розпорядженні такі інститути, як: конкуренція, економічна свобода, ринковий механізм, приватна власність, підприємство, поділ праці, фірми, контракти, зайнятість та колективні договори, асоціації, професійні союзи, організації підприємців, фінансова, податкова, кредитно-грошова система, бізнес-етика, ринкова інфраструк-

тура, міжнародні економічні інститути. Економічна система стимулює прогресивний розвиток, якщо вона сприяє ефективному використанню ресурсів, забезпеченню конкуренції та розвитку людського капіталу. Підтримка підприємництва, зокрема шляхом спрощення створення бізнесу, доступу до фінансів, сприяння розвитку малого та середнього бізнесу, можливість залучати іноземні інвестиції створюють потенціал для використання нових можливостей в цілях розвитку. Гнучкість економічної системи та її здатність швидко адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі сприяє збереженню прогресивного поступу в умовах невизначеності. Розвиток ефективної та сучасної інфраструктури, такої як транспортні засоби, енергетика та інформаційні технології, є ключовим для забезпечення ефективності економічних процесів.

Політико-правова система користується дієвим набором інститутів, що можуть сприяти соціально-економічному розвитку, серед яких, з нашого погляду, слід відзначити: систему права, правоохоронну та правозахисну систему, інструменти соціально-економічної політики, систему управління, виборчі процеси, політичні традиції і процедури, плюралізм і демократію, захист прав споживачів, ЗМІ та свободу слова, систему громадянського суспільства, міжнародні правові інститути. Верховенство права, розподіл влади, захист прав і свобод, а також демократія є фундаментальними принципами, які лежать в основі надійної політичної та правової системи, що бере на себе все більш активну роль у формуванні суспільного розвитку в епоху постіндустріальних трансформацій. Держава здатна створювати дієве законодавство та інструменти регулювання соціально-економічних процесів, що сприяють розвитку, захищати права економічних агентів і підтримувати конкуренцію, що є ключовими факторами для успіху цифрової революції. Політична стабільність, прозорість влади та її здатність ефективно впроваджувати реформи можуть позитивно впливати на цифрову трансформацію в епоху постіндустріалізму. Сприяння активній участі громадян у процесах прийняття рішень і заохочення громадянської участі зміцнює демократичні інститути та сприяє роз-

виту суспільства. Громадські рухи відіграють вирішальну роль у захисті соціальної справедливості, рівності та прав людини, сприяючи позитивним суспільним змінам. Належне нормативне середовище у вигляді чітких та гнучких правил, особливо в таких сферах, як технології, що розвиваються, можуть заохочувати експерименти та зменшувати бар'єри на шляху нових ідей. Інституції на рівні уряду можуть формувати і впроваджувати інноваційну політику за допомогою таких інструментів, як стимули, податкові пільги та нормативні рамки, які заохочують бізнес інвестувати в дослідження, розробки та інновації. Важливою є також розробка ефективних заходів з кібербезпеки, оскільки вони забезпечують захист цифрових інфраструктур та інформації, захист інтелектуальної власності.

В соціальній сфері, на нашу думку, діють такі інститути, як: механізми розподілу НД, закони соціальної координації, соціального захисту та соціального вирівнювання, соціальні умови, суспільні устрої, сім'я, система освіти, охорони здоров'я, спорту та відпочинку, соціальні мережі, як формальні, так і неформальні, соціальна інфраструктура, міжнародні соціальні інституції. Соціальна система може стимулювати прогресивний розвиток шляхом сприяння соціальному добробуту, соціальній інтеграції, соціальному захисту, рівності, в тому числі гендерній рівності та інклюзивності, справедливості, освіти й навчанню, загальному здоров'ю та продуктивності населення, громадянській активності, соціальному підприємництву, що збільшують людський капітал. Акцент на безперервному навчанні та здатності до адаптації готує людей орієнтуватися у світі, що швидко змінюється, сприяючи постійному суспільному розвитку. Зосереджуючись на цих аспектах, соціальна система може створити середовище, яке не тільки підтримує індивідуальний добробут, але й сприяє колективному прогресу та сталому розвитку.

Система навколишнього середовища, з нашого погляду, напрацювала свій набір інститутів у вигляді законів та правил природокористування, систем національних парків та заповідних територій, програм екологічних досліджень, захисту дикої при-

роди та управління відходами, системи корпоративної екологічної відповідальності, програм екологічної освіти, міжнародних природоохоронних інституцій, спрямованих на збереження навколишнього середовища та регулювання використання природних ресурсів.

Інтеграція екологічно стійких практик у соціальну та економічну діяльність сприяє довгостроковому розвитку шляхом збереження природних ресурсів та вирішення проблеми зміни клімату. Правові рамки, встановлені урядами на місцевому, національному та міжнародному рівнях, регулюють захист навколишнього середовища, опосередковують управління ресурсами, контролюють рівень забруднення, зміну клімату, що сприяє збереженню біорізноманіття та захисту екосистем. Завдяки цим правовим рамкам компанії та індустрії все більше застосовують екологічну політику та практику, щоб мінімізувати свій екологічний слід, зменшити забруднення та сприяти сталому розвитку. Міжнародні організації та ініціативи, спрямовані на вирішення проблеми зміни клімату, такі як Міжурядова група експертів зі зміни клімату (IPCC), сприяють глобальним зусиллям щодо пом'якшення впливу на навколишнє середовище. Освітні установи та інформаційні кампанії відіграють важливу роль у просуванні екологічної свідомості, сталого розвитку та відповідальної екологічної поведінки. Місцеві громади часто беруть участь у зусиллях щодо збереження навколишнього середовища, впроваджуючи стійкі практики та сприяючи збереженню біорізноманіття. Агенції та програми, спрямовані на управління відходами, працюють над зменшенням, повторним використанням і переробкою матеріалів, мінімізуючи вплив відходів на навколишнє середовище. Отже, забезпечення ефективного використання природних ресурсів та раціонального управління їх використанням допомагає забезпечити сталість та уникнути екологічних проблем.

Інституціональна структура інноваційної системи охоплює різноманітні формальні та неформальні правила, домовленості та механізми, які формують та підтримують інноваційну діяльність у країні, регіоні чи галузі. Оскільки, з нашого погляду, вказана

система є органічним поєднанням трьох підсистем – знаннєвої, інформаційно-комунікаційної та інноваційно-технологічної – необхідно проаналізувати інституціональну структуру кожної з вищезазначених складових, адже їх відокремленість і базується на специфічних інститутах, що формує кожна з них, а також на їхніх відокремлених функціях та ролях в забезпеченні соціально-економічного розвитку суспільства, які неможливо переоцінити.

Знаннєва підсистема, що сприяє створенню нових знань, об'єднує інститути у вигляді законів, правил і принципів наукового пошуку, до неї також можна віднести систему університетів, науково-дослідних інститутів та лабораторій, що сприяють отриманню нових знань через наукові дослідження та розробки, інноваційні технологічні центри, які здійснюють розробку нових технологій та інновацій, створюючи платформи для обміну та передачі знань, систему зберігання інформації, інститути захисту прав інтелектуальної власності, включаючи патенти, авторські права та товарні знаки, що стимулюють інвестиції в НДДКР.

Інформаційно-комунікаційна підсистема, що сприяє розповсюдженню й обміну знаннями, формує такі інститути, як інформаційні мережі, системи трансферу технологій, наукові конференції та заходи, спільноти та форуми, галузеві об'єднання та наукові асоціації, що створюють можливості для обміну досвідом та передачі знань.

Нарешті, інноваційно-технологічна підсистема, що націлена на впровадження знань у вигляді інновацій, напрацювала власний набір інститутів: систему технологічних інноваційних центрів, інкубаторів та акселераторів, що надають підтримку та активно сприяють стартапам у сфері ІТ; систему венчурного бізнесу, що забезпечує необхідний капітал для досліджень, розробок та комерціалізації інноваційних ідей; інноваційні центри та кластери; стандарти та органи забезпечення якості, що формують сумісність, взаємодію та надійність технологічних продуктів і послуг; систему державно-приватного партнерства, що спрямована на залучення ресурсів, досвіду та можливостей для вирішення інноваційних проблем; міжнародні платформи співпраці, що

сприяють обміну знаннями, технологіями та передовим досвідом у глобальному масштабі.

Отже, інноваційна система виступає найважливішим елементом суспільної системи для створення умов використання знань у вигляді інновацій. Відкриті інноваційні моделі, дослідницькі мережі та спільні проекти сприяють обміну ідеями та досвідом, прискорюючи темпи інновацій. Інновації в комунікаційних технологіях сприяють зміцненню глобальних економічних, наукових, фінансових, культурних зв'язків, що поглиблює міжнародну суспільну інтеграцію. Добре розвинені транспортні мережі, комунікаційні засоби та центри збору даних, якість та доступність мережі зв'язку та інтернет, надійність електропостачання, є ключовими факторами для успішної цифрової трансформації тих регіонів, де вони розташовані. Розвиток елементів інноваційної інфраструктури, включаючи промислові хаби, науково-дослідні центри, бізнес-інкубатори, стартапи, розробників програмного забезпечення, стимулює розвиток цифрових технологій та підтримує їх впровадження. Офіси з передачі технологій, ліцензійні угоди та спільні ініціативи між академічним середовищем і бізнесом сприяють транзиту технологій і знань від дослідницьких установ до промисловості. Належне фінансування, менторські програми та гранти надають підтримку підприємцям і стартапам. Доступ до венчурного капіталу, неформальних інвесторів (інвесторів-ангелів) та інших джерел фінансування підтримує розвиток і комерціалізацію нових технологій. Програми інкубації та прискорення забезпечують стартапи необхідними ресурсами, наставництвом і мережевими можливостями для масштабування своїх інновацій. Отже, завдяки розробці та впровадженню нових технологій, продуктів і послуг економічні суб'єкти отримують можливість підвищувати продуктивність, створювати нові галузі та збільшувати національний дохід, зайнятість, якість життя, глобальну конкурентоспроможність.

Підсумовуючи вищесказане, можна подати структуру інституціонального середовища у вигляді таблиці 1.

Таблиця 1

Складові інституціонального середовища згідно зі структурно-функціональним підходом

Характеристика та призначення елемента суспільної Системи	Складові інституціонального середовища
<p>Опосередковує відносини в процесі формування свідомості людини, її моральних цінностей та переконань як основи для формування інститутів. Вона включає такі елементи, як культура, релігія, мистецтво, а її основним суб'єктом виступає людина та її внутрішній світ.</p>	<p>Соціокультурна система</p> <p>Цінності, установки, норми, правила, звичаї, звички, переконання, культурні традиції, система культури та релігії, мистецтво, мова, етика, мораль, справедливість, гендерні ролі, релігія, рутини, церкви, ЗМІ, міжнародні соціокультурні інституції</p>
<p>Опосередковує відносини між економічними суб'єктами в процесі виробництва, розподілу, обміну і споживання матеріальних благ та послуг, що задовільняють матеріальні й нематеріальні потреби членів суспільства. Вона об'єднує таких суб'єктів, як підприємство, домогосподарство та держава при посередництві різноманітних ринків за допомогою ринкового механізму координації економічних процесів.</p>	<p>Економічна система</p> <p>Конкуренція, економічна свобода, ринковий механізм, приватна власність, підприємництво, поділ праці, фірми, контракти, зайнятість та колективні договори, асоціації, професійні союзи, організації підприємців, фінансова, податкова, кредитно-грошова система, бізнес-етика, ринкова інфраструктура, міжнародні економічні інститути</p>
<p>Об'єднує відносини в процесі регулювання та управління суспільною системою, в тому числі за допомогою системи права, з метою гармонізації різноманітних інтересів членів суспільства, забезпечення законності, справедливості та демократії. Вказана система включає таких суб'єктів, як державні установи, політичні партії, правові системи й правоохоронні органи, виборчі системи, громадські об'єднання та систему громадянського суспільства.</p>	<p>Політико-правова система</p> <p>Система права, правоохоронна та правозахисна система, інструменти соціально-економічної політики, система управління, виборчі процеси, політичні традиції і процедури, плюралізм і демократія, захист прав споживачів, ЗМІ та свобода слова, система громадянського суспільства, міжнародні правові інститути</p>

Продовження табл. 1

Соціальна система	
Об'єднує відносини в процесі відтворення населення й формування людського капіталу, забезпечення високої якості та тривалості життя, відносини між різними соціальними групами щодо соціального вирівнювання та забезпечення соціальної справедливості. Включає такі елементи, як система освіти, охорони здоров'я, сімейна система, система соціального забезпечення та таких суб'єктів, як людина, сім'я, суспільна група.	Механізми розподілу НД, закони соціальної координації, соціального захисту та соціального вирівнювання, соціальні умови, суспільні пристрої, сім'я, система освіти, охорони здоров'я, спорту та відпочинку, соціальна мережі, як формальні, так і неформальні, соціальна інфраструктура, міжнародні соціальні інституції.
Система природокористування	
Об'єднує відносини природокористування з метою забезпечення життєдіяльності людини й природи. Суб'єктами цієї системи є суспільство й природне середовище її існування.	Закони та правила природокористування, система національних парків та заповідних територій, програми екологічних досліджень, захисту дикої природи та управління відходами, системи корпоративної екологічної відповідальності, програми екологічної освіти, міжнародні природоохоронні інституції
Інноваційна система	
Опосередковує відносини в процесі продукування, передачі та поглинання знань (аборборції знань), тобто інтеграції нових знань, ідей або технологій в організаційну систему, їх втілення в основні процеси та діяльність організації, що має результатом впровадження нових технічних рішень в операційні процеси з метою підвищення технічної ефективності та конкурентоспроможності підприємства.	Закони, правила і принципи наукового пошуку система університетів, науково-дослідних інститутів та лабораторій, інноваційні технологічні центри, система зберігання інформації, інститути захисту прав інтелектуальної власності (IPR), включаючи патенти, авторські права та товарні знаки
Знаннева підсистема	
Націлена на виробництво нових знань у вигляді досліджень і розробок, елементами якої виступають суб'єкти наукового пізнання, а також наукові установи й організації	Закони, правила і принципи наукового пошуку система університетів, науково-дослідних інститутів та лабораторій, інноваційні технологічні центри, система зберігання інформації, інститути захисту прав інтелектуальної власності (IPR), включаючи патенти, авторські права та товарні знаки
Інформаційно-комунікаційна підсистема	
Націлена на передачу й розповсюдження інформації й знань, а її елементами виступають інформаційно-комунікаційні технології	Інформаційні мережі, системи трансферу технологій, наукові конференції та заходи, спільноти та форуми, галузеві об'єднання та наукові асоціації
Інноваційно-технологічна підсистема	
Націлена на впровадження знань у вигляді нових техніко-технологічних рішень, а елементами виступають господарюючі суб'єкти.	Система технологічних інноваційних центрів, інкубаторів та акселераторів, система венчурного бізнесу, інноваційні центри та кластери, стандарти та органи забезпечення якості, система державно-приватного партнерства (ДПП), міжнародні платформи співпраці

Інституціональне середовище, формуючи цінності, норми, правила та звички, впливає на поведінку окремих осіб та організацій, що сприяє суспільній координації та співпраці, вирішенню спорів і конфліктів, соціальному порядку, стабільності, передбачуваності, послідовності суспільних процесів, що зменшує ентропію та кризові процеси в суспільстві. Тож воно забезпечує основу для взаємодії всіх основних елементів суспільства: економічного, політико-правового, соціального, екологічного тощо.

Дослідження структури інституціонального середовища відповідно до системного підходу та розгляд його основних функцій дозволяє надати сутнісну характеристику даного поняття. З нашого погляду, інституціональне середовище – це сукупність основних економічних, політико-правових, соціальних, соціокультурних, екологічних та інноваційних інститутів, тобто формальних і неформальних правил, норм, процедур, обмежень, переконань та звичаїв, що пролягають в ціннісно-когнітивній, нормативно-правовій та регуляторній площині, та які в спільній взаємодії визначають вектор соціально-економічного розвитку суспільства.

Висновки. Кожна із складових інституціонального середовища в епоху постіндустріальних трансформацій відчуває на собі вплив докорінних змін, що характеризують цей етап розвитку суспільства: віртуалізації, цифровізації, глобалізації тощо. Дослідження цих змін важливо для визначення функцій і ролі інституціонального середовища в соціально-економічному розвитку суспільства на сучасному етапі, що стане предметом подальших досліджень. Функціональне визначення різних підсистем в суспільстві й розмежування сфер їхньої компетенції у відображенні багатоманітності оточуючого середовища дозволяє виявити межі саморегулювання у відповідній підсистемі і на основі цього розробити дієві механізми впливу на забезпечення цілей розвитку.

Системний підхід дозволяє розкрити характер системних суперечностей, виявити складний взаємозв'язок елементів системи та розробити стратегію вирішення поставлених завдань, оскільки він спрямований на

пошук механізмів, що формують цілісність системи і виявлення повної типології його зв'язків.

Література

1. North, D. (1986). *Institutions, economic growth, and freedom: An historical introduction*. Washington Univ., St. Louis.
2. North, D.C. (1991). *Institutions*. *Journal of Economic Perspectives*, 5 (1), 97-112.
3. Scott, W.R. (1995). *Institutions and Organizations*. Sage Publications, Inc., Thousand Oaks.
4. DiMaggio, P.J. (1983). State expansion and the structuration of organizational fields. In *Organizational Theory and Public Policy*, ed. R. Hall, R. Quinn. Beverly Hills: Sage.
5. DiMaggio, P.J., Powell, W.W. (1991). Introduction. In W.W. Powell, P.J. DiMaggio (Eds.). *The new institutionalism in organizational analysis* (pp. 1-38). Chicago: University of Chicago Press.
6. Meyer, J., Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 87, 340-363.
7. Федорова, Н.С. Аналіз підходів щодо сутнісного наповнення категорії «інституціональне середовище». *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки*. Вип. 50, 2024. С. 5-11. <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2024-50-1>.
8. Parsons, T. (1971). *The System of Modern Societies*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
9. Bertalanffy, L. (1973). *General System Theory*. N.Y.: G. Brazillier.
10. Варенко В.М., Братусь І.В., Дорошенко В.С., Смольников Ю.Б., Юрченко В.О. Системний аналіз інформаційних процесів: навч. пос. К.: Університет «Україна», 2013. 203 с.
11. Freeman, C. (1987). *Technology Policy and Economic Performance: Lesson from Japan*. Pinter Publisher.
12. Freeman, C. and Soete, L. (eds.) (1987). *Technical change and full employment*. Oxford, Basil Blackwell.
13. Freeman, C. (1995). The national system of innovation in historical perspective. *Cambridge Journal of Economics*, 19, 5–24.
14. Freeman, C. (1995/2019). History, co-evolution and economic growth. IASA Working Paper 95-76. IASA, Laxenburg now in ICC.
15. Lundvall, B-Å. (1988). Innovation as an Interactive Process: From User-producer Interaction to the National System of Innovation, in G. Dosi, C. Freeman, R. Nelson, G. Silverberg, L. Soete (eds.). *Technical Change and Economic Theory*. London and New York: Pinter Publisher, 349-369.
16. Lundvall, B-Å. (1992a, ed.). *National Systems of Innovation. Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*. Pinter Publisher.
17. Lundvall, B-Å. (2007). *Innovation System Research and Policy. Where it came from and where it might go*. Globelics Working Paper Series 2007-01, Globelics, Global Network for Economics of Learning,

Innovation, and Competence Building Systems, Aalborg University, Department of Business and Management.

18. Nelson, R. (1988). Institutions Supporting Technical Change in the United States, in G. Dosi, C. Freeman, R. Nelson, G. Silverberg, L. Soete (eds.), *Technical Change and Economic Theory*. London and New York: Pinter Publisher, 312-329.

19. Nelson, R. (1992). National Innovation Systems: A Retrospective on a Study. *Industrial and Corporate Change*, 1, (2), 347-374.

20. Nelson, R. (Ed.) (1993). *National Innovation Systems: a comparative analysis*. New York: Oxford University Press.

21. Nelson, R. (2009). *National Innovation Systems: A Comparative Analysis*. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership. Historical Research Reference in Entrepreneurship Posted, 4. Columbia University, School of International & Public Affairs (SIPA).

22. List, F. (1841). *The National System of Political Economy*, English Edition (1904). London: Longman.

23. Сурмин, Ю.П. Теория систем и системный анализ. Учеб. пос.. К.: МАУП, 2003. 368 с.

24. Пилипенко Ю.І. Технологічна структура національної економіки: теорія, практика та регулювання: Монографія. Д.: Національний гірничий університет, 2010. 201 с.

25. Rosenberg, N. (1972). *Technology and American Economic Growth*. Harper & Row.

26. Dosi, G., Freeman, C. and Fabiani, S. (1994). The Process of Economic Development: Introducing Some Stylized Facts and Theories on Technologies, Firms and Institutions. *Industrial and Corporate Change*, 3(1), 1-45. <https://doi.org/10.1093/icc/3.1.1>.

27. Perez, C. (2002). *Technological Revolutions and Financial Capital: The Dynamics of Bubbles and Golden Ages*. London: Elgar.

28. Schumpeter, J.A. (1911). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press, Cambridge.

29. Lijster, Th., ed. (2018). *The Future of the New: Artistic Innovation in Times of Social Acceleration*. Arts in society. Valiz.

30. Tymochko, N.O. (2005). *Ekonomichna istoriya Ukrainy: Navch. pos.. [Economic history of Ukraine: Education. Manual]*. K.: KNEU.

31. Solow, R.M. (1957). Technical Change and the Aggregate Production Function. *Review of Economics and Statistics*, 39, 312-320.

References

1. North, D. (1986). Institutions, economic growth, and freedom: An historical introduction. Washington Univ., St. Louis.

2. North, D.C. (1991). Institutions. *Journal of Economic Perspectives*, 5 (1), 97-112.

<https://doi.org/10.1257/jep.5.1.97>

3. Scott, W.R. (1995). *Institutions and Organizations*. Sage Publications, Inc., Thousand Oaks.

<https://doi.org/10.1177/017084069601700309>

4. DiMaggio, P.J. (1983). State expansion and the structuration of organizational fields. In *Organizational Theory and Public Policy*, ed. R. Hall, R. Quinn. Beverly Hills: Sage.

5. DiMaggio, P.J., Powell, W.W. (1991). Introduction. In W.W. Powell, P.J. DiMaggio (Eds.). *The new institutionalism in organizational analysis* (pp. 1-38). Chicago: University of Chicago Press.

6. Meyer, J., Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 87, 340-363.

<https://doi.org/10.1086/226550>

7. Fedorova, N.Ye. (2024). Analiz pidkhodiv shchodo sutnisnoho napovnennia kategoriyi «instytutsionalne seredovyshche Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu, Ser. «Ekonomichni nauky», 50, 5-11. <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2024-50-1>.

8. Parsons, T. (1971). *The System of Modern Societies*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

<https://doi.org/10.1093/sf/51.1.104>

9. Bertalanffy, L. (1973). *General System Theory*. N.Y.: G. Brazillier.

<https://doi.org/10.2307/1573450>

10. Varenko, V.M., Bratus, I.V., Doroshenko, V.S., Smolnykov, Yu.B., & Yurchenko, V.O. (2013). *Systemnyi analiz informatsiynykh protsesiv*. Kyiv: Universytet «Ukraina».

11. Freeman, C. (1987). *Technology Policy and Economic Performance: Lesson from Japan*. Pinter Publisher.

12. Freeman, C. and Soete, L. (eds.) (1987). *Technical change and full employment*. Oxford, Basil Blackwell.

13. Freeman, C. (1995). The national system of innovation in historical perspective. *Cambridge Journal of Economics*, 19, 5-24.

<https://doi.org/10.1093/oxfordjournals.cje.a035309>

14. Freeman, C. (1995/2019). History, co-evolution and economic growth. IIASA Working Paper 95-76. IIASA, Laxenburg now in ICC.

15. Lundvall, B-Å. (1988). Innovation as an Interactive Process: From User-producer Interaction to the National System of Innovation, in G. Dosi, C. Freeman, R. Nelson, G. Silverberg, L. Soete (eds.). *Technical Change and Economic Theory*. London and New York: Pinter Publisher, 349-369.

16. Lundvall, B-Å. (1992a, Ed.). *National Systems of Innovation. Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*. Pinter Publisher.

17. Lundvall, B-Å. (2007). *Innovation System Research and Policy. Where it came from and where it might go*. Globelics Working Paper Series 2007-01, Globelics, Global Network for Economics of Learning, Innovation, and Competence Building Systems, Aalborg University, Department of Business and Management.

18. Nelson, R. (1988). Institutions Supporting Technical Change in the United States, in G. Dosi, C. Freeman, R. Nelson, G. Silverberg, L. Soete (eds.), *Technical Change and Economic Theory*. London and New York: Pinter Publisher, 312-329.

19. Nelson, R. (1992). National Innovation Systems: A Retrospective on a Study. *Industrial and Corporate Change*, 1, (2), 347–374.
<https://doi.org/10.1093/icc/1.2.347>
20. Nelson, R. (eds.) (1993). *National Innovation Systems: a comparative analysis*. New York: Oxford University Press.
[https://doi.org/10.1016/s0737-6782\(95\)90054-3](https://doi.org/10.1016/s0737-6782(95)90054-3)
21. Nelson, R. (2009). *National Innovation Systems: A Comparative Analysis*. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership. Historical Research Reference in Entrepreneurship Posted, 4. Columbia University, School of International & Public Affairs (SIPA).
22. List, F. (1841). *The National System of Political Economy*, English Edition (1904). London: Longman.
23. Surmin, Yu.P. (2003). *Teoriia sistem i sistemnyi analiz*. Kyiv: MAUP.
24. Pylypenko, Yu.I. (2010). *Tekhnolohichna struktura natsionalnoi ekonomiky: teoriia, praktyka ta rehuliuвання*. Dnipropetrovsk: Natsionalnyi hirnychyi universytet.
25. Rosenberg, N. (1972). *Technology and American Economic Growth*. Harper & Row.
<https://doi.org/10.2307/3113274>
26. Dosi, G., Freeman, C. and Fabiani, S. (1994). The Process of Economic Development: Introducing Some Stylized Facts and Theories on Technologies, Firms and Institutions. *Industrial and Corporate Change*, 3(1), 1-45. <https://doi.org/10.1093/icc/3.1.1>.
27. Perez, C. (2002). *Technological Revolutions and Financial Capital: The Dynamics of Bubbles and Golden Ages*. London: Elgar.
<https://doi.org/10.4337/9781781005323>
28. Schumpeter, J.A. (1911). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press, Cambridge.
29. Lijster, Th., ed. (2018). *The Future of the New: Artistic Innovation in Times of Social Acceleration*. Arts in society. Valiz.
30. Tymochko, N.O. (2005). *Ekonomichna istoriya Ukrainy*. Kyiv: KNEU.
31. Solow, R.M. (1957) *Technical Change and the Aggregate Production Function*. *Review of Economics and Statistics*, 39, 312-320.
<https://doi.org/10.2307/1926047>

INNOVATION SYSTEM IN THE STRUCTURE OF THE INSTITUTIONAL ENVIRONMENT

*N. E. Fedorova, Ph. D (Econ.), Associate Professor,
SHEI Ukrainian State University of Chemical Technology, Dnipro-city*

Methods. The results were obtained by applying the methods of systems theory in its structural-functional version – to study the structure of the societal system as a basis for understanding the essence and structure of the institutional environment; concepts of logical and historical – when studying the process of transformation of elements of the societal system in the period of post-industrialism, as well as when establishing relationships between innovative and economic systems of society; the method of classifications – when distinguishing the main structural elements of the societal system; scientific abstraction – when formulating the essence of the category of «institutional environment».

Results. It was established that there is no unified approach to the essence and structure of the institutional environment in modern scientific literature. It is proved that the definition of the structure of the institutional environment based on the selection of the main functions and the role of each of its elements allows to provide an essential characteristic of this concept. It was established that the main elements of the institutional environment are the socio-cultural system, the economic system, the political-legal system, the social system, the system of nature use, as well as the innovation system with its three subsystems: knowledge, information-communication and innovation-technological. It is shown that each of the listed systems plays its own special role in the social system and has its own set of institutions at its disposal.

Novelty. Based on the selection of the key parameters of the innovation system - its specific subjects, unique functions, original mechanisms and resources of self-development, as well as its specific institutions and organizations, it was possible to single out the innovation system into a separate element of society and separate it from the economic system. The analysis of the structure of the institutional environment made it possible to formulate the essence of this category as a set of basic economic, political-legal, societal, socio-cultural, ecological, and innovative institutions, that is, formal and informal rules, norms, procedures, restrictions, beliefs and customs that lie in value-

cognitive, normative-legal and regulatory plane, and which in joint interaction determine the vector of socio-economic development of society.

Practical value. Functional definition of the elements of the institutional environment and delineation of their spheres of competence allows for the development of effective mechanisms of influence on ensuring development goals with the help of specific institutions and mechanisms that each element of the institutional environment has at its disposal.

Keywords: post-industrial transformations, institutional environment, the structure of the societal system, socio-cultural system, economic system, political-legal system, societal system, nature management system, innovation system, knowledge subsystem, information-communication subsystem, innovation-technological subsystem.

Надійшла до редакції 02.06.24 р.

SOCIAL INNOVATIONS OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN UKRAINE

*L. S. Bezuhla, D.E., Professor, Bezuhla.l.s@nmu.one,
orcid.org/0000-0002-6520-4325, Dnipro University of Technology,
T. V. Herasymenko, Ph. D (Geology), Associate Professor, herasymenko.t.v@nmu.one,
orcid.org/0000-0002-5437-437X, Dnipro University of Technology,
M. V. Bieloborodova., Ph. D (Econ.), Associate Professor, Bieloborodova.m.v@nmu.one,
orcid.org/0000-0001-8329-7679, Dnipro University of Technology,
M. O. Nechepurenko, Post-graduate Student, Nechepurenko.m.o@nmu.one,
orcid.org/0009-0009-5789-8871, Dnipro University of Technology*

Methods. During the research, such methods of scientific research were used as abstraction – when determining the essence of the concepts «social investments», «social entrepreneurship», «green technologies» and «silver technologies»; the method of classifications and comparison – when forming the structure of the main economic indicators for large, medium and small enterprises, as well as carrying out a comparison in the countries of the European Union and Ukraine; statistical – when determining the dynamics of capital investments of small and medium-sized businesses of Ukraine.

Results. Based on open statistical data, the main quantitative indicators of the economic activity of small and medium-sized businesses in Ukraine are summarized, taking into account their influence on the level of involvement in social innovations, and their dynamics for the period 2010–2022 are analyzed. The analysis of the peculiarities of the functioning of small and medium-sized businesses in Ukraine allowed to highlight specific features of the existing model of involvement in social innovation activities of business structures. A trend towards more stable small business activity was revealed, which, however, is characterized by a sufficiently low level of profitability (except for 2021). This actualizes the issue of financial security and requires more active support from the state for this type of business structure.

Novelty highlights the characteristic features of the Ukrainian model of the involvement of small and medium-sized businesses in the implementation of social innovations and determining their impact on the functioning of the social sphere of the national economy.

Practical value. The problems identified during the research in the functioning of the Ukrainian model of social investment of medium and small businesses can be used as examples of negative processes in the field of social responsibility of business structures. Taking them into account when developing the directions of state social policy can contribute to its higher efficiency.

Keywords: innovative activity, social innovations, global trends of innovation, small and medium-sized business, state, civil society, social responsibility of business, social obligations.

Statement of problem. The main goal of entrepreneurial activity is, first of all, systematic profit-making. This is the nature and essence of entrepreneurship. Also, an equally important function of an entrepreneur is to be an innovator, implement innovations and thereby be a conductor of economic development.

However, every year in Ukraine and abroad, more and more companies and individual entrepreneurs do not limit themselves to the commercialization of their projects, conquering markets and achieving their well-being, but take on social responsibility, solving important socially-oriented tasks during entrepreneurial activity.

Small and medium-sized enterprises are the most important element of the economy of any country. It determines the rates of economic growth, the structure and quality of the gross national product, while ensuring the formation of a competitive environment and the implementation of entrepreneurial initiative, and also performs socioeconomic functions of ensuring employment, which, in turn, increases the welfare of the population. It is a small and medium-sized business that is an indicator, its activity allows us to conclude the degree of penetration of ethical values into the life of society and the business environment.

The social responsibility of small and medium-sized businesses plays a significant role in the system of interaction within the economic system. On the one hand, compliance with its principles allows attracting a larger number of customers and investors, increasing ratings and improving the image. On the other hand, the amount of free funds does not always allow making a significant contribution to the implementation of social innovations, including the implementation of socially responsible activities, in the case of small and medium-sized business entities. This contradiction reflects the specifics of the functioning of enterprises under the conditions of compliance with the order of sustainable development.

The implementation of socially responsible innovations of small and medium-sized businesses can also be considered as an opportunity to access financial resources. Socially oriented-investors take all indicators into account when making decisions. Companies are evaluated from the point of view of financial perspectives, ethical, environmental and social consequences of their activities, as it is believed that the integration of sustainable development goals into the business strategy ensures improved financial results in the long term, which in turn affects the effectiveness of investments [1]. Accordingly, socially oriented innovations represent a business opportunity for entrepreneurial structures to attract financial resources and expand the scope of activity.

Analyses of recent papers. Concepts such as «social innovations», «social entrepreneurship», «social entrepreneur», «green technologies» and «silver economy»,

which became widely used in Europe in the second half of the 20th century, are gradually entering the Ukrainian reality [2].

Social innovations are purposefully and systematically implemented by entrepreneurs following society's requests, aimed at solving acute social problems by introducing various types of innovations, effective use of resources and social potential of organizations [3].

Solving social issues becomes possible when certain rates of economic growth are achieved, innovative processes are implemented, and resources are effectively used by small and medium-sized businesses. Only effective small and medium-sized enterprises can introduce social innovations and be truly socially responsible companies [4].

At the initial stage, most of the studies, in particular such scientists, associated social responsibility and involvement in social innovation mainly with large corporations. Several modern researchers, including such international and domestic scientists as Bieloborodova M. et al. [5], Andrusiv U. et al. [6], Torkkeli L. and Durst S. [7], Raiko D. and Podrez O. [8] recognize the active role of small and medium-sized businesses in stimulating social innovation and development of the business environment based on sustainable development.

Thus, the commercialization of social innovations for small and medium-sized businesses is both an obligation and a business opportunity. The first can be considered as a responsibility related to the economic function of the organization, regulated by the legal framework and based on ethical norms or society's expectations regarding business. Social innovation becomes an opportunity for entrepreneurship as soon as it is integrated with business strategy. As a result, socially responsible activities open wide opportunities for companies in various directions, from gaining a competitive advantage to improving financial results.

Aim of the paper is to evaluate the effectiveness of the functioning of small and medium-sized enterprises in Ukraine as the main driver of the development of social innovations in business.

Materials and methods. The largest employer in Ukraine is medium and small

business, which accounts for more than 75% of all employed Ukrainians or 4.8 million employed persons. The remaining 25% or 1.6 million people are employees of large enterprises. The most popular sphere of activity of small and medium-sized businesses in Ukraine is trade (wholesale and retail) and motor vehicle repair, followed by logistics, industry, agriculture and construction.

The most important economic functions of a business are determined by its role as an employer, as a producer of goods and services, as a taxpayer, as an innovator, and as an economic agent. It should not be forgotten that small and medium-sized businesses play the most important social role.

Thus, through the organization of small and medium-sized enterprises, some people realize their creative and entrepreneurial potential, socially vulnerable groups of the population are involved in the production process (women, youth, students, disabled people, pensioners, etc.), the need of people for communication is actively realized at enterprises in the service sector.

Small and medium-sized businesses have several advantages over large enterprises, such as proximity to local markets and a clear focus on customer needs, the ability to produce products in small batches, the absence of redundant management links, etc. Small businesses have what large companies are trying to achieve – differentiation and individualization of demand.

In general, the development of the small and medium-sized business sector has a positive effect on the development of the competitive environment, the creation of additional jobs, the increase of the population's income and the improvement of the quality of life. The establishment of a single value of the criterion of the number of employees for all types of activities and the introduction of a new indicator of activity results brought the Ukrainian practice of defining large, small and medium-sized enterprises closer to European standards [9]. We compare the main performance indicators of large, small and medium-sized businesses in Europe and Ukraine (table 1).

Table 1

Structure of the main economic indicators between large, medium and small businesses in countries of the European Union and Ukraine

Indicator	Countries of the European Union			Ukraine	
	large business	medium business	small business	large business	medium business
Number of enterprises	0,2	0,9	98,9	0,2	5,6
Number of employees	33,0	16,9	50,0	25,4	48,0
The volume of sold products	44,1	18,6	37,3	36,5	44,5

Source: compiled by the authors according to [11]

The number of medium and small businesses in the European Union and Ukraine is the same and amounts to 99.8%. In European countries, the share of employees in small and medium-sized businesses is about 66.9%, in Ukraine – 74.6%, the share of products created by enterprises of the sector reaches 55.9% of the GDP of European countries, 63.5% in Ukraine. In Ukraine, the development of small and medium-sized businesses practically does not lag behind the level of developed countries.

Studying the state of small and medium-sized enterprises involves a comprehensive

assessment of the scope of its activities, the main resources necessary for development and an analysis of the effectiveness of their use; study of business investment activity and the main results of its activity [10].

The number of registered small and medium-sized enterprises is one of the main indicators characterizing their entrepreneurial activity. According to this indicator, during the analyzed period, the reduction of small and medium-sized businesses follows. Thus, until 2018, the number of small and medium-sized enterprises increased, and in 2019, the indicator

decreased by 1 and 2%, respectively. At the same time, the dynamics of the number of enterprises over the years show a clear tendency to increase the specific weight of small and medium-sized enterprises in their total number.

Statistical data on the demography of small and medium-sized enterprises (regarding the number of newly created, so-called «birth rates», «mortality» – bankruptcies and cessation of activity) in Fig. 1 show that with the general stabilization of the number of small and medium-sized enterprises (stable 5 units per 10 thousand of the existing population during 2010–2022), the number of small enterprises per 10 thousand population of Ukraine increased from 78 units in 2010 to 85 enterprises per 10,000 people in 2021, in 2022 it again decreased to 78.

Analysis of investments in fixed capital as the main indicator of entrepreneurs' confidence in future development revealed a rather low level of investment activity.

Studies show that the volume of capital investment in small and medium-sized enterprises is growing disproportionately and at an uneven pace. The study of the indicated indicators in their dynamics (Fig. 1) shows a higher investment capacity of medium-sized enterprises compared to small ones, since the capital investments of medium-sized enterprises in 2021 increased almost 4 times compared to 2010, while in small enterprises their volume became 3.5 times higher for the same period. The average capital expenditure per 1 UAH of income for medium and small businesses is almost the same 0.04 UAH for the analyzed period.

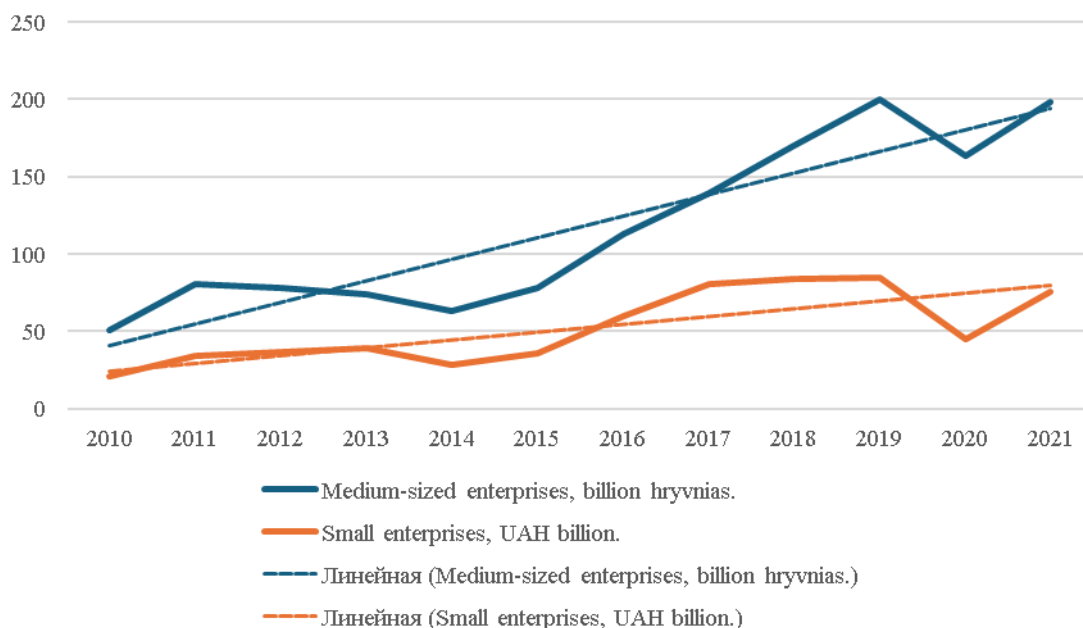


Fig. 1. Dynamics of capital investments of small and medium-sized businesses of Ukraine for 2010–2021

Source: compiled by the authors according to [12]

It is necessary to note the reduction of investments in fixed capital by Ukrainian entrepreneurs, this is due to the sectoral structure of business. In recent years, the number of small and medium-sized enterprises has increased in areas that do not require equipment, construction and equipment of

production areas (education, health care, financial activities, etc.).

To characterize the economic efficiency of small and medium-sized business entities, we will analyze the dynamics of enterprise income, production costs, and financial results.

According to the presented data, in

general, the income of medium-sized enterprises amounted to 4,906.8 billion UAH in the crisis year of 2022, which is by 1,000 UAH billion less than in 2021. It should be noted that the income of an average business for the period 2010–2021 (Fig. 2) has a growing trend (the average annual growth rate is 111%). At

the same time, small businesses are also seeing an annual increase in their income, only in 2022 the reduction in turnover amounted to 475 million UAH, which is associated with an increase in the number of liquidated organizations (the average annual growth rate for the analyzed period is also 111%).

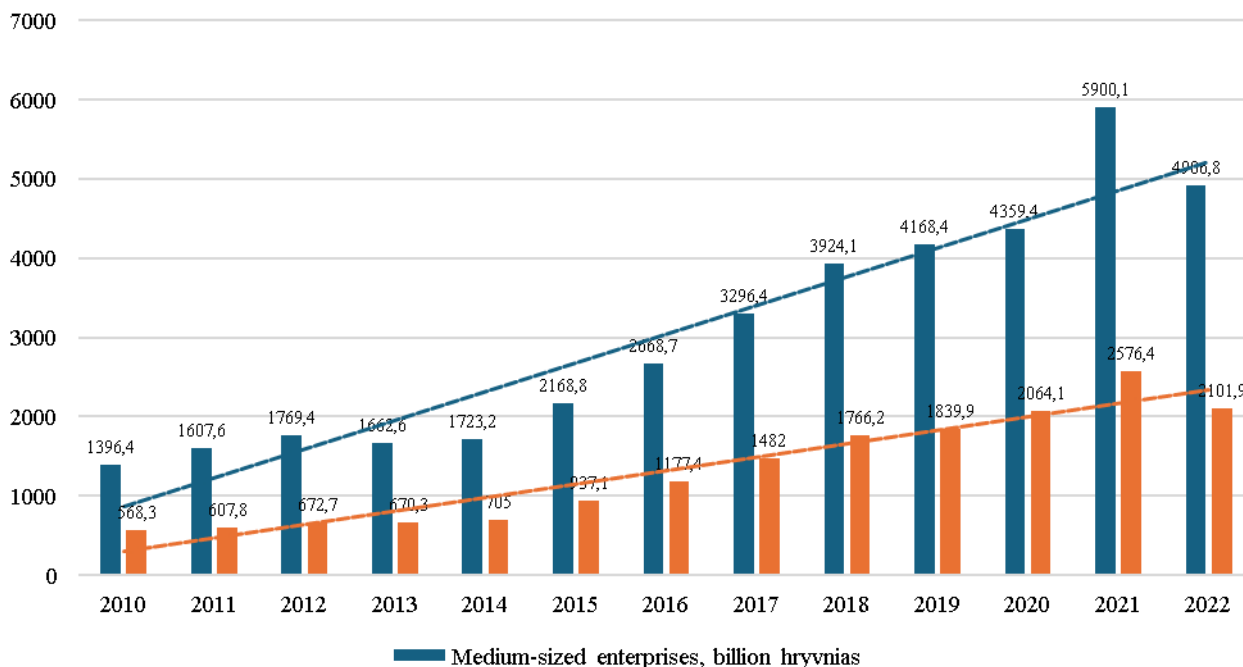


Fig. 2. Volume of products sold (goods, services) by small and medium-sized businesses for 2010–2022

Source: compiled by the authors according to [14]

Analyzing expenses for ten years, we conclude that they are growing at a higher rate compared to the growth of SME incomes, so the average annual increase in expenses of medium-sized businesses is 112.3%, and for small businesses – 114.5%. This leads to the fact that SMEs operate with worse financial results, it should also be noted that in 2022, the share of medium-sized businesses that made a profit significantly decreased from 78.9% in 2021 to 71.5% in 2022; among small business enterprises, there was a decrease of 10% from 72.5% to 62.5%.

One of the key reports for small and medium business owners is the balance sheet. It is thanks to it the entrepreneur can control the balance of money on the accounts, how much and to whom he owes, who owes him, and can also assess the financial stability of his business. Analyzing the ten-year period, we note the annual growth of the currency of the

SME balance sheet (on average 110.4% medium business, 112.2% small business). This demonstrates an increase in the assets and liabilities of enterprises, which indicates the strengthening of business activity and acquisition of assets (this phenomenon can be considered positive for medium and small businesses) [13]. The study confirms the positive features of small business, such as flexibility, mobility, speed of response to changes, adaptation to the external environment, but at the same time it also has negative features, such as high sensitivity to negative changes in the general economic situation, vulnerability to changes in prices, inflation, cost credit resources, solvency of the population, etc.

Taking into account these features, small business activity is more stable, but with a rather low level of profitability (except for 2021), without a margin of financial security

and in need of more active support from the state than an average business.

Solving social issues becomes possible when certain rates of economic growth of business structures are achieved, which, in turn, is determined by the efficiency of the use of production factors. Social innovations are becoming a new paradigm of conducting business in modern conditions.

At the same time, the practical implementation of social innovations is held back by the lack of a unified understanding of the essence and limits of social responsibility of business, in particular small and medium-sized businesses, which form the basis of the Ukrainian economy [6].

Despite a significant variety of methodological approaches to assessing the state of social responsibility of business and its involvement in social innovations, a comprehensive system of assessing the social responsibility of small and medium-sized businesses, taking into account the expectations and possibilities of meeting the needs of stakeholders at the regional level, has not been formed. Important from this point of view is the ability of SMEs to determine and perceive the needs of stakeholders in social innovations, it is about the process of receptivity to social innovations and the results of the behavior of small and medium-sized businesses are presented in Fig. 3.

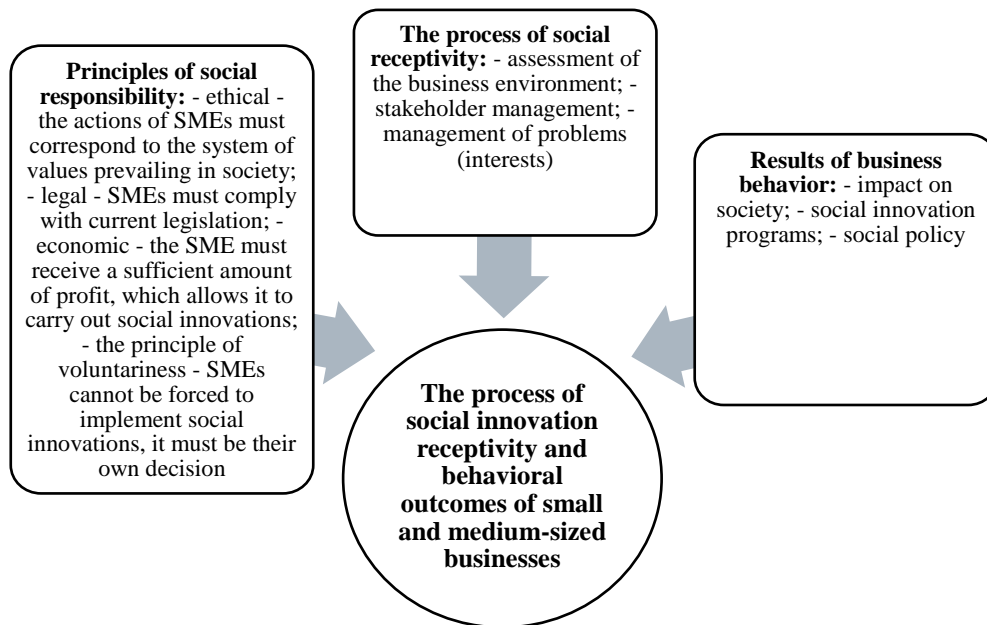


Fig. 3. The process of social innovation receptivity and behavioral outcomes of small and medium-sized businesses

Source: compiled by the authors

This model can be classified as the most acceptable, since it combines the elements of a normative analysis, which defines the forms of responsibility of small and medium-sized businesses to society, and a positive analysis with the definition of practical recommendations for responding to the relevant requirements, expectations and wishes of society. The logic of building this model corresponds to managerial perception: the principles of socially responsible business are embodied in the processes of receptivity to social innovations, which, in turn, lead to

measurable results of appropriate economic behavior.

According to the analysis of the functioning of small and medium-sized enterprises in Ukraine, it is possible to distinguish the distinctive features of the model of the implementation of social innovations in business structures.

The first distinctive feature of the model of involvement in social innovations in small and medium-sized businesses is the widespread practice of non-compliance with the principles (conditions) of socially responsible behavior by

the vast majority of business structures. It is believed that a business can be socially responsible, if it has, under the conditions of current legislation and moral and ethical norms, a sufficient amount of profit for the implementation of social innovations.

At the same time, the authors are forced to state that in modern conditions in Ukraine, the vast majority of business entities are to a greater or lesser extent connected with «shady» aspects of doing business, which in itself contradicts the signs of a socially responsible company. Thus, according to expert estimates, «the shadow economy» covers the field of small business from 30 to 40% of the volume of products and services provided [13]. However, non-compliance with current legislation is not the only obstacle on the way to building a model of socially responsible behavior in small and medium-sized businesses.

A more significant obstacle is the inability of most small and medium-sized business structures to function effectively and obtain an acceptable amount of profit within existing institutional constraints.

Today's realities are such that in most small and medium-sized enterprises, the dominant strategy is survival in a changing environment, not growth. In Ukraine, the average life cycle of a small and medium-sized enterprise is a little more than four years and the rate of return on average is 5%. It is clear that for such a short life cycle of companies, the meager amount of profit does not guide them to choose a socially responsible line of behavior and does not allow them to carry out social innovations.

In turn, the low profitability of small and medium-sized enterprises is explained not so much by the inability of domestic businessmen to work effectively, as by the imperfection of the institutional environment, as well as the presence of systemic problems in the state policy of supporting small and medium-sized enterprises [8].

Currently, many SMEs face acute problems related to the shortage of personnel, the lack of production and office premises, and the lack of financial resources for business development. Also reduces the level of profitability and high costs of doing business: taxes, rent and other payments.

The low degree of profitability of small and medium-sized businesses turns into a powerful restraining factor in the establishment of the institution of social responsibility in business. Therefore, calling on entrepreneurs to be socially responsible, the state is obliged to create the necessary institutional conditions for their full development.

The second feature of the model of involvement in social innovations is the lack of a managerial approach to issues of socially responsible behavior.

In today's conditions, many large Ukrainian companies are gradually beginning to consider their social responsibility as a strategic direction of activity, fix their strategic intentions in this direction in program documents and publicly present them [15]. Thus, approximately 50% of large business enterprises already have a formalized policy or strategy in the field of socially responsible behavior.

The third feature of the model of involvement in social innovation of small and medium-sized firms is that the latter face a narrower circle of interested persons, unlike large companies.

So, for example, shareholders are not key stakeholders for small and medium-sized companies. This is explained primarily by the specifics of the smallest business. Small businesses are mostly small firms with a limited number of employees. If a medium-sized enterprise is created as a joint-stock company, its shares are usually distributed among a narrow, well-known circle of persons. Unlike large corporations, which are characterized by the separation of ownership and management. Small and medium-sized businesses, on the contrary, are characterized by a combination of ownership and management functions in the same hands [7]. Therefore, in small and medium-sized enterprises, conflicts between owners and managers regarding the development of the company, including issues of socially responsible behavior, are practically impossible.

The role of the natural environment is less significant for small and medium-sized businesses. For large companies, the environment is a key stakeholder.

The modern Ukrainian sector of small and medium-sized enterprises is mainly represented by non-capital-intensive, narrow market-oriented firms in the field of public catering and service. In turn, the non-production sphere is less closely related to ecology. Therefore, only 15% of domestic small and medium-sized businesses have included the implementation of environmental functions in their statutory documents. It should also be noted that the role of various public organizations and business unions as stakeholders of enterprises is also insignificant.

Involvement of stakeholders and interaction with them should take place on an ongoing basis. Before showing activity in interaction, it is necessary to identify the main motives of the business and possible benefits. These include: understanding and alignment of goals, duration, constraints, time, resources, and the ability to influence decision-making within the business structure. Also, when developing a system of interaction, it is necessary to pay attention to the expectations of stakeholders, and for this, the company must monitor the business, social, economic and ecological environment and, if possible, be aware of events related to stakeholders.

Thus, the concept of stakeholders is the most suitable supporting system for determining the level of involvement in social innovations. The fourth characteristic of the model of involvement in social innovations of SMEs of Ukraine is that in recent years, many large enterprises have observed a tendency to realize the common economic interests of employees and employers. Both entities are economically necessary for each other. Therefore, it is no coincidence that now up to 50% of the total amount of spending on corporate social programs of large businesses goes specifically to personnel development.

The situation is fundamentally different in small and medium-sized businesses, where the practice of mass violation of workers' rights has developed. A distinctive feature of labor relations in small and medium-sized businesses is their informal nature.

The fifth feature of the model of involvement of Ukrainian SMEs in social innovations is that small and medium-sized enterprises are under more pressure from

regional and local authorities than large businesses. Large enterprises that have significant financial and material resources can afford to defend their interests, resist the government's proposals and win. Small and medium-sized businesses are under the full control of local authorities, in case of resistance by SMEs, the city administration has the leverage to punish recalcitrant businessmen - evict them from the premises, not renew the lease agreement, etc.

Most often, managers of small and medium-sized companies are forced to provide support to sectors of the social sphere, which are a priority for the local administration, but are not of significant business interest [16]. At the same time, representatives of the state government and local self-government admit that they do not have clear standardized mechanisms for working with businesses, and there are no transparent rules for the relationship between business and government.

As a result, both business and administrative bodies agree that the main problem in partnership formation is the lack of a systematic approach to the involvement of small and medium-sized enterprises in the social sphere.

Having analyzed the level of social obligations of business, it can be stated that a difficult and alarming situation is developing in this field. The facts show that mostly small and medium-sized enterprises stay away from the ideas of social innovations.

The current situation can be explained by the action of the following factors:

1) the difficult financial situation of enterprises, is caused in many ways by the imperfection of the institutional environment. Thus, the strategy of survival prevailing in small and medium-sized businesses disorganizes the desire of companies to build a socially responsible line of behavior;

2) disunity and passivity of civil society in Ukraine, which does not contribute to solving social issues by business. In addition, the potential of civil society in the field of control and stimulation of business to socially responsible behavior has not been fully realized;

3) the absence of a state program to introduce the principles of social responsibility

into the business community. A mechanism for state support of companies that demonstrate high achievements in the field of social innovation has not been developed;

4) insufficiently high level of business culture of business structures, which makes it difficult to adequately assess the company's actions by ethical standards;

5) underestimation by management of enterprises of benefits from socially responsible behavior;

6) the subjective unpreparedness of the management of many enterprises for the implementation of social innovations. The majority of Ukrainian businessmen believe that the social responsibility of business to society is exhausted by compliance with social obligations stipulated by current legislation.

The mentioned problems at the same time point to ways of establishing the institution of socially responsible behavior in the business environment. This requires the formation of relevant values in public consciousness, as well as the active participation of the state and institutions of civil society [17]. The key to the establishment and effective functioning of the institute of social responsibility of small and medium-sized enterprises is the interest of the business community itself in a similar line of behavior. This need, as a mass phenomenon, cannot arise by itself. It can be formed only as a reaction in response to demands from the public and as a result of purposeful state policy.

Conclusions. The main driving force of the transition of SMEs to the implementation of social innovations is the unification of the efforts of three economic entities: the state, civil society, and small and medium-sized businesses. In this, the leading role in the process of establishing the institution of social responsibility of business should belong to the state. The state should create conditions for socially responsible behavior of business structures. The state must combine the interests of competition, private initiative and obtaining high profits from solving social issues through its presence in market processes.

The results of the study showed the existence of the necessary conditions for the implementation of social investments, which modern businesses must focus on in their activities:

– ensuring the profitable operation of the enterprise;

– ensuring high quality of products (works, services);

– building long-term mutually beneficial relations with stakeholders;

– creation of attractive jobs with timely payment of «white» wages and investments in the development of human potential;

– implementation of tax, labor, environmental legislation, etc.;

– contribution to the formation of civil society through the implementation of local community development projects.

The perspective of further research is to improve the evaluation system of the initiative component of the implementation of social innovations of small and medium-sized businesses based on taking into account regional business conditions.

Література

1. Кожемяченко О.О. Соціальне підприємництво: світовий досвід та практичні аспекти становлення в Україні. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2018. Вип. 21. С.140-149.

2. Нечепуренко М.О. Соціальне підприємництво в Україні: сутність та особливості становлення. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2023. № 8(3). С. 232-235.

3. Герасименко Т. Вплив соціального інвестування бізнесу на розвиток суспільства: імплементація міжнародного досвіду в Україні. *Економіка та суспільство*. 2023. №55. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2899/2823>

4. Мостепанюк А.В. Сучасна система моделей ведення соціально відповідального бізнесу. *Економіка, управління та адміністрування*. 2020. № 1 (91). С. 48-54. [https://doi.org/10.26642/jen-2020-1\(91\)-48-54](https://doi.org/10.26642/jen-2020-1(91)-48-54)

5. Белобородова М.В., Хаджинова О.В., Белопольський М.В. Стратегії соціально відповідальної взаємодії бізнесу із зацікавленими сторонами. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2022. №4. С. 115-121. <https://doi.org/10.33271/ebdut/80.115>

6. Andrusiv U., Zelinska H., Kupalova H., Goncharenko N., Bezuhla L. Modeling and Forecasting of Provision of Energy Security of Ukraine with Energy Resources. *Review of Economics and Finance*. 2023. № 21(1). P. 405-410. <https://doi.org/10.55365/1923.x2023.21.41>

7. Torkkeli L., Durst S. Corporate Social Responsibility of SMEs: Learning Orientation and Performance Outcomes. *Sustainability (Switzerland)*.

2022. № 14 (11). art. no. 6387.
<https://doi.org/10.3390/su141163878>

8. Райко Д.В., Подрез О.І. Соціальна відповідальність як інструмент управління сталим розвитком промислового підприємства. *Проблеми економіки*. 2020. №1. С. 173-189.
<https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-1-173-189>

9. Лункіна Т.І., Іваненко Г.Ю. Особливості розвитку соціального підприємництва: закордонний досвід. *Modern Economics*. 2019. №15. С. 142-147.

10. Мінц О.Ю., Камишнікова Е.В. Імплементация міжнародних стандартів у сфері корпоративної соціальної відповідальності на промислових підприємствах України. *Ефективна економіка*. 2019. №9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7249>.

11. Small and medium-sized enterprises: an overview. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20200514-1>

12. Статистичний збірник «Україна у цифрах, 2022». Київ : Державна служба статистики України, 2023. URL: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2023/zb/08/zb_Ukraine_in_figures_22.pdf

13. Дослідження стану бізнесу в Україні. URL: https://business.diia.gov.ua/uploads/6/30910-doslidzenna_stanu_ta_potreb_biznesu_za_rik_povnomas_stabnoi_vijni.pdf

14. Статистичний щорічник України за 2022 рік. Київ: Державна служба статистики України, 2023. URL: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2023/zb/11/yea_r_22_u.pdf (дата звернення 16.01.2024 р.)

15. Фролова Л.В., Єрмак С.О. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності серед бізнес-структур України. *Ефективна економіка*. 2021. №4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8830>

16. Шиманська О., Петрук Н. Нормативно-правове регулювання соціальної відповідальності бізнесу в Україні. 2021. *Економіка та суспільство*. №34. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-92>.

17. Пилипенко Г., Пилипенко Ю. Соціальна відповідальність бізнесу у контексті зміни інституціонального середовища економічної діяльності. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2014. № 4. С. 32-41.

References

1. Kozhemyachenko, O.O. (2018). Sotsialne pidpryyemnytstvo: svitovyy dosvid ta praktychni aspekty stanovlennya v Ukraini. *Suchasni problem ekonomiky i pidpryyemnytstva*, 21, 140-149.

2. Nechepurenko, M.O. (2023) Sotsialne pidpryyemnytstvo v Ukraini: sutnist ta osoblyvosti stanovlennya. *Ukrayin'kyu zhurnal prykladnoyi ekonomiky ta tekhniky*, 8(3), 232-235.
 DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2023-3-34>

3. Herasymenko, T. V. (2023). Vplyv sotsial'noho investuvannya biznesu na rozvytok suspilstva: implementatsiya mizhnarodnoho dosvidu v Ukraini

Ekonomika ta suspilstvo, (55). Retrieved from: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2899/2823>

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-102>

4. Mostepanyuk, A.V. (2020). Suchasna systema modeley vedennya sotsial'no vidpovidal'noho biznesu. *Ekonomika, upravlinnya ta administruvannya*, 1(91), 48-54. [https://doi.org/10.26642/jen-2020-1\(91\)-48-54](https://doi.org/10.26642/jen-2020-1(91)-48-54)

5. Bieloborodova, M.V., Khadzhyanova, O.V., & Belopolsky, M.V. (2022). Stratehiyi sotsialno vidpovidal'noyi vzayemodiyi biznesu iz zatsikavlenymy storonamy. *Ekonomichnyy visnyk Dniprovskoyi politekhniki*, (4), 115-121. <https://doi.org/10.33271/ebdut/80.115>

6. Andrusiv, U., Zelinska, H., Kupalova, H., Goncharenko, N., & Bezuhla, L. (2023). Modeling and Forecasting of Provision of Energy Security of Ukraine with Energy Resources. *Review of Economics and Finance*, 21(1), 405-410. <http://dx.doi.org/10.55365/1923.x2023.21.41>

7. Torkkeli, L., and Durst, S. (2022). Corporate Social Responsibility of SMEs: Learning Orientation and Performance Outcomes. *Sustainability (Switzerland)*. 14 (11), art. no. 6387. <https://doi.org/10.3390/su141163878>

8. Raiko, D.V., & Podrez, O.I. (2020). Sotsial'na vidpovidalnist yak instrument upravlinnya stalym rozvytkom promyslovoho pidpryyemstva. *Problemy ekonomiky*, (1), 173-189. <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-1-173-189>

9. Lunkina, T.I. & Ivanenko, H.Yu. (2019). Osoblyvosti rozvytku sotsialnoho pidpryyemnytstva: zakordonnyy dosvid. *Modern Economics*, (15), 142-147. Retrieved from: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/15-2019/lunkyna.pdf>

[https://doi.org/10.31521/modecon.V15\(2019\)-20](https://doi.org/10.31521/modecon.V15(2019)-20).

10. Mints, O.Yu., & Kamishnikova, E.V. (2019). Implementatsiya mizhnarodnykh standartiv u sferi korporatyvnoyi sotsialnoyi vidpovidalnosti na promyslovykh pidpryyemstvakh Ukrainy. *Efektivna ekonomika*, (9). Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7249>

DOI: [10.32702/2307-2105-2019.9.5](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.9.5)

11. Small and medium-sized enterprises: an overview. Retrieved from: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20200514-1> (accessed 16.01.2024)

12. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Statystychnyy zbirnyk «Ukrayina u tsyfrakh, 2022» Retrieved from: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2023/zb/08/zb_Ukraine_in_figures_22.pdf (accessed 16.01.2024)

13. Diia biznes. Doslidzhennya stanu biznesu v Ukraini. Retrieved from: https://business.diia.gov.ua/uploads/6/30910-doslidzenna_stanu_ta_potreb_biznesu_za_rik_povnomas_stabnoi_vijni.pdf (accessed 16.01.2024)

14. Statystychnyy shchorichnyk Ukrainy za 2022 rik. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Retrieved from: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2023/zb/11/yea_r_22_u.pdf (accessed 16.01.2024)

15. Frolova, L.V., & Yermak, S.O. (2021). Rozvytok korporativnoyi sotsial'noyi vidpovidalnosti sered biznes-struktur Ukrainy. *Efektivna ekonomika*, (4). <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.4.13>
16. Shymanska, O., & Petruk, N. (2021). Normatyvno-pravove rehulyuvannya sotsial'noyi vidpovidalnosti biznesu v Ukraini. *Ekonomika ta suspil'stvo*, (34). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-92>.
17. Pylypenko, H., Pylypenko, Yu. (2014). Sotsialna vidpovidalnist biznesu u konteksti zminy instytutsionalnoho seredovyshcha ekonomichnoyi diyanosti. *Ekonomichnyy visnyk Natsionalnoho hirnychoho universytetu*, (4), 32-41.

СОЦІАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

*Л. С. Безугла, д. е. н, професор, НТУ «Дніпровська політехніка»,
Т. В. Герасименко, к. геол. н., доцент, НТУ «Дніпровська політехніка»,
М. В. Белобородова, к. е. н., доцент, НТУ «Дніпровська політехніка»,
М. О. Нечепуренко, аспірант, НТУ «Дніпровська політехніка»*

Методологія дослідження. Під час виконання дослідження були використані такі методи наукового пошуку, як: абстрагування – при визначенні сутності понять «соціальні інвестиції», «соціальне підприємництво», «зелені технології», «срібні технології»; метод класифікацій та порівняння – при формуванні структури основних економічних показників для великих, середніх та малих підприємств, а також здійснення порівняння у країнах Європейського Союзу та Україні; статистичний – при визначенні динаміки капітальних інвестицій малого та середнього бізнесу України.

Результати. На основі відкритих статистичних даних узагальнено основні кількісні показники економічної діяльності малого та середнього бізнесу України із врахуванням їхнього впливу на рівень залучення до соціальних інновацій, а також проаналізовано їхню динаміку за період 2010–2022 рр. Аналіз особливостей функціонування малого та середнього бізнесу в Україні дозволив виділити специфічні ознаки існуючої моделі залучення до соціальної інноваційної діяльності бізнес-структур. Виявлено тенденцію до більш стабільної діяльності малого бізнесу, яка, однак, характеризується достатньо низьким рівнем рентабельності (окрім 2021 р.). Це актуалізує питання фінансової безпеки і потребує більш активної підтримки з боку держави саме цього виду підприємницьких структур.

Наукова новизна полягає у виокремленні характерних особливостей української моделі залучення малого і середнього бізнесу до здійснення соціальних інновацій та визначенні їхнього впливу на функціонування соціальної сфери національної економіки.

Практична значущість. Виокремлені під час дослідження проблеми у функціонуванні української моделі соціального інвестування середнього і малого бізнесу можуть бути використані як приклади негативних процесів у сфері соціальної відповідальності підприємницьких структур. Їхнє врахування при розробці напрямів державної соціальної політики може сприяти більш високій її ефективності.

Ключові слова: інноваційна діяльність, соціальні інновації, глобальні тенденції інноваційності, малий та середній бізнес, держава, громадянське суспільство, соціальна відповідальність бізнесу, соціальні зобов'язання.

Надійшла до редакції 29.05.24 р.

BUILDING OF THE KNOWLEDGE-BASED ENTREPRENEURIAL ECONOMY THROUGH COLLABORATION BETWEEN ENTERPRISES AND START-UPS

O. O. Mosin, Ph. D (Econ.), Founder of «OM-Sales», oleksandrmosin@gmail.com

Methods. In the course of study the following scientific methods were used: abstraction, which was employed to define the essence of the knowledge-based entrepreneurial economy; induction and deduction, which were used to identify the benefits, risks and challenges of collaboration between enterprises and start-ups; generalization and specification to distinguish between various approaches to facilitating growth of innovative start-ups.

Results. The study has enabled one to contend that in order to ramp up a knowledge-based entrepreneurial economy, there has to be better cooperation between enterprises and start-ups. Collaborating can help both well-established enterprises and start-ups maintain their competitive advantage and expand into markets that would be challenging for them to enter on their own. However, there are also a lot of potential risks and difficulties with this collaboration. It was also defined that the three main industries served by Ukrainian IT businesses are business productivity software, media, and fintech.

Novelty lies in identifying the salient features of collaboration between enterprises and start-ups for facilitating growth of innovative start-ups and building knowledge-based entrepreneurial economy under modern circumstances.

Practical value is enshrined in establishing benefits, risks, and challenges of collaboration between well-established corporates and start-ups as new market entrants. This may serve as a foundation for implementation of government policies aimed at ramping up economic growth through knowledge-based entrepreneurial economy.

Keywords: entrepreneurship, innovative start-ups; start-up ecosystem, knowledge-based economy, entrepreneurial attitude, collaboration between enterprises and start-ups.

Statement of problem. Innovations originate from bold entrepreneurs that defy societal conventions or exhibit abnormal conduct. The most unique aspect of the knowledge-based entrepreneurial economy is the formation of start-ups. Nations and institutions that foster experience-based knowledge and integrate it with science-based knowledge exhibit greater innovation than those that focus solely on codified knowledge [13]. This suggests that fostering entrepreneurship and small businesses is essential for achieving economic prosperity, as scientific production alone is insufficient to fully realize the potential for innovation. In the contemporary information-based economy, where knowledge production is moving from institutions to extremely flexible interdisciplinary teams, start-up development is

particularly crucial. Although it is still deemed that universities will be the primary sources of knowledge generation in the coming years, the reality is that their indirect contribution to the technology transfer process will no longer be deemed sufficient [2]. Connections between academia, government, and business will be essential to the growth of the knowledge-based economy. In this respect it is essential to analyze the manner in which corporates can collaborate with start-ups as the emerging challengers to build up the knowledge-based entrepreneurial economy.

Analyses of recent papers. High-tech start-ups are thought to be significant forces behind economic expansion and innovation. The primary step of producing value for a high-tech company is developing a new product or service and introducing it to the market.

Therefore, from a management standpoint, a high-tech start-up's ability to succeed depends heavily on how well the new product development process is designed. A high-tech start-up may be viewed as a project in its early phases of development [12]. The goal of the entrepreneur is to create a special good or service. Constraints must always be managed since time, and financial and human resources are in short supply. A new business may be transient in nature due to the high start-up dynamics. It is also deemed that a key factor in innovation, increased productivity, and the development of jobs is entrepreneurship. Innovative start-ups create high-wage jobs, bring new ideas to the market, and sometimes even leverage knowledge created but not yet commercialized by established businesses. They also exert competitive pressure on established businesses, pressuring them to either leave the market or keep up with changes in the industry. However, due to market and technology uncertainties, start-ups and new enterprises confront a number of challenges that can be particularly severe for creative entrants: lack of money, administrative overhead, regulatory impediments, and a lack of expertise [1]. When it comes to market entrance, intricacy of regulatory procedures, such as a convoluted system of permits and company licenses, can be a significant obstacle as well.

It should be noted that when a corporation is just getting started, knowledge asymmetries, a lack of collateral, and a poor track record usually prevent new owners from obtaining outside capital [7]. Lack of managerial abilities frequently stands in the way of aspiring business owners using their own accumulated, context-specific knowledge in conjunction with outside sources of inspiration and distribution channels. Additionally, entrepreneurs could not get the full rewards of their company creation due to the information spillovers inherent in entrepreneurship; that is, social returns may exceed private profits. Underinvestment in entrepreneurship might result from this. However, there are also some scholars who advise against governmental initiatives that promote entrepreneurship. The main contention is that public policies, such as tax incentives

targeted at entrepreneurs generally, primarily benefit those who are already planning to start their own businesses and create micro-enterprises with modest growth goals [8]. One such example is the reduction of the pre-tax rate of return, which is a prerequisite for starting a new business. Entrepreneurship policies will be inefficient public expenditure if they offer little additionality and little influence on growth. However, the literature on policy evaluations shows that a number of targeted business support interventions, such as technical and training support, credit availability, and innovation funding, have a positive impact on firm performance and the creation of jobs [9]. These interventions aimed at building knowledge-based entrepreneurial economy address actual institutional and market failures.

It is also crucial to mention that start-ups have the power to build whole new sectors and have a significant positive social and economic effect. Therefore relevant governmental efforts should be designed to encourage the founding, expansion, and influence of start-ups en route to knowledge-based entrepreneurial economy [8]. Creating such regulations is difficult because the majority of start-ups fail. Furthermore, only a tiny percentage of those start-ups will turn out to be innovative in the end, and even fewer of those will grow to be highly influential companies. Therefore, in order to implement successful policies, it is expedient to better comprehend the processes of creation of innovative start-ups and their collaboration with well-established enterprises. While innovation is present in just a tiny percentage of start-ups, it may have a significant influence on technical advancement, and economic growth. Every start-up has the risks that come with being new and tiny, which might make them more likely to fail than more established businesses. However, when they launch a new good, service, or method onto the market, start-ups also bear the risk of novelty, which might have a detrimental impact on their chances of survival. This is especially valid for newly established businesses with a high-risk profile [10]. In this regard it is essential to better understand how start-ups can increase its chances of survival and contribute to creation

of innovations through their cooperation with well-established enterprises.

Aim of the paper. In this article, key perspectives on start-up development and entrepreneurship will be discussed. The article's major goals are to clarify the fundamentals of knowledge-based entrepreneurial economy, outline benefits, risks, and challenges of collaboration between start-ups and well-established enterprises, and assist would-be entrepreneurs in establishing an entrepreneurial attitude, skills, and company ideas.

Materials and methods. It is suggested to consider a start-up as a recently established, usually small company looking to find a lucrative, scalable, long-term, and perhaps high-growth business strategy. A technology-based start-up can be defined as follows: a legally autonomous, knowledge-based business that is still in operation and has been functioning for no more than 5 years, working in one or more ICT sectors. Under today's circumstances, start-ups are a major source of new employment creation and building knowledge-based economy. They provide creative answers to many issues and difficulties, frequently upending established markets and sectors in the process, encouraging more individuals to follow their own dreams and endeavors. Because they offer chances for education, skill development, and career advancement, start-ups also aid in the development of human capital. When start-ups' creative concepts, cutting-edge technology, and profitable business plans mature into established enterprises, they can have a favorable effect on the GDP of a nation. This shift frequently results in increased consumer spending, productivity gains, the creation of jobs, and general economic expansion [11].

Finding. Based on consumer demand, start-ups offer more intelligent and user-friendly solutions. They address the pain points of their target market by employing innovation or building technology as a core product to provide tech solutions. Additionally, start-ups frequently use technology and digital solutions to accomplish their goals and satisfy consumer demands. What's more, start-ups encourage a culture of experimentation, creativity, invention, and teamwork that may serve as an example for other companies and individuals [2]. The way

start-ups function in society fosters an entrepreneurial attitude. They underpin an innovative and risk-taking culture that upholds the growth of the start-up sector. Start-ups also enable business owners to pursue their goals, find solutions to issues, add value, make money, and encourage others to start their own businesses. Additionally, businesses that tackle environmental or social problems help society advance. There are several ways in which start-ups may make a positive social effect, including employment creation, raising living standards, encouraging social inclusion, and supporting environmental sustainability. Reduced start-up failure rates may have significant effects on the economy [8]. Globalization, regulation, and disruption are currently plaguing the economy of all nations. Many of the jobs being lost in established industries will never come back. Since new businesses will be the primary source of employment growth in the upcoming years, it is in everyone's best interest to create an atmosphere that supports their expansion and hiring of additional staff.

For the national economy to remain successful, there has to be improved communication between the traditional companies and the emerging market participants [14]. Both gain from working together to secure their competitive edge and to develop markets that they would find difficult to establish independently. The majority of established enterprises may see the value of digitizing and connecting with the start-up community. This may shift their perspective from earlier times when such collaboration initiatives could end in failure because of a mentality mismatch between enthusiastic, enterprising start-ups and more process-oriented, risk-averse corporates. Therefore improving mutual understanding can be the cornerstone of a fruitful partnership between corporates and start-ups. This cooperation may turn into the national competitive advantage. It is a fantastic chance to boost the country's competitiveness and to keep its brightest start-ups growing and adding domestic employment rather than witnessing continuous talent leak [4]. The core benefits of the improved collaboration between the well-established enterprises and start-ups as the new market entrants are outlined in table 1.

Benefits Of The Improved Communication Between The Enterprises And Start-ups

Benefits for start-ups	Benefits for corporates
Revenues and independence from external capital	External innovation and disruption
Success story for future sales	More innovative suppliers
Scalable customer base	Customer focus
Riskless internationalization	Entrepreneurial and more agile culture
Attractive retail channel	Staying on-top of market developments
Access to proprietary assets	New revenue streams and business lines

Source: World Economic Forum

Therefore as it is conveyed in table 1 to promote innovation major corporations and tech start-ups may be interested in working together. Both corporates and start-ups can gain from it as it can assist corporates in expanding into new markets and help start-ups develop their products and grow. This is because both corporate and start-up CEOs have similar strategic objectives, which include growing their businesses, enhancing their competitive positions, and making money. Given how difficult it is for an established company to disrupt from inside, even alliances with possible disruptors might be advantageous. It should be mentioned nonetheless that there are a number of possible hazards as far as the

collaboration between the well-established enterprises and start-ups is concerned [14]. For instance, CEOs of start-ups frequently find themselves conversing with staff members far down on the organizational ladder rather than with CEOs of larger companies. Conflicts across cultures are another major source of complications. Examples include disparate work ethics, varying degrees of risk appetite, and agile vs static work processes. Understanding each other's interests, expectations, incentives, culture, and work ethic is essential for successful collaboration. Possible risks and challenges of the collaboration between enterprises and start-ups are enumerated in table 2.

Table 2

Possible Risks and Challenges Of The Collaboration Between Enterprises And Start-ups

Risks for start-ups	Risks for corporates
Need for revenue	Reputational damage
Getting engulfed by one customer	Lost investment
Delayed projects	Misaligned employees
Waste of resources	Unsure outcome
Losing the start-up spirit	Maturity misalignment
Challenges for start-ups	Challenges for corporates
Duration of sales cycle	Not-invented-here problem
Client's protective middle management	Managerial support
Insufficient resources	Siloed approach
Chasm between proof of concept and real projects	Understanding change
Trust without references	Innovative organization

Source: World Economic Forum

As it is stated in table 2 it might be difficult for start-ups and corporations to collaborate because of differences in mindsets. Corporate workers are incentivized to adhere to standardized procedures and find themselves confronted by the innovative conduct of

entrepreneurs. Working with the players they set out to overthrow is a challenge to many entrepreneurs who founded their businesses with the goal of upending the status quo [14]. Understanding between parties requires that each of them recognizes the dangers and unique

challenges that the other experiences when collaborating. For example, lengthy corporate sales procedures and vendor risk evaluations put start-ups in continual danger of going bankrupt. What's more, corporates could see a risk to their brand or reputation because of their collaboration with start-ups. Expectations therefore have to coincide.

The primary goal of policy makers should be therefore to encourage the establishment of start-ups by reducing the barriers that entrepreneurs must overcome in order to launch new businesses and facilitate their collaboration with well-established enterprises. Government regulations aimed at building knowledge-based entrepreneurial economy may have a significant role in influencing the success of both current and prospective businesses [3]. Such

regulations may deal with taxes, assistance, financing, rewards, education, and training. Funding and incentives make it easier for a business to launch and run, and they also provide it the chance to grow internationally. Government rules, which provide subsidies and incentives to entrepreneurs, are a testament to the national success as a start-up destination [5]. This can make it possible for a country to support a large number of venture start-ups providing them with a chance to access international markets and therefore increase their business prospects. Policymakers should also work to lower payroll taxes in order to assist large headcount IT enterprises. In this regard it is necessary to outline the structure of IT companies in Ukraine which is conveyed in table 3.

Table 3

Structure of IT companies by segments in Ukraine

Segments	Number of companies	Share of the total number, %
Business productivity software	234	14.0
Martech & Media	230	13.7
Fintech & InsurTech	167	10.0
HealthTech & Wellness	119	7.1
E-commerce & Retail	113	6.7
Hardware & IoT	112	6.7
EdTech	93	5.5
Gaming	93	5.5
DefenseTech	69	4.1
AgTech & FoodTech	68	4.1

Source: Ukrainian Tech Ecosystem Overview

As it is shown in table 3 the most dominant segments of IT companies in Ukraine deal with business productivity software (14% of the total number of IT companies), media (13.7%), and fintech (10%). Therefore would-be entrepreneurs may be interested in exploring business opportunities in these fields as they can benefit from existing business connections there. Although the start-up ecosystem in Ukraine is becoming more complex, there is still much space for improvement in terms of the kind and quantity of assistance it gives, as well as the number of businesses it can assist [6]. One of the biggest obstacles facing companies is a lack of outside capital. The original funding originates from contributions

from friends and family as well as the founders' personal resources. But more money is required for business creation and product development. Grants from the government are useful in this context. Nonetheless, venture capital and angel funding are still in short supply and require development. To support this type of funding, a number of laws and regulations pertaining to private venture capital are required. To provide emerging entrepreneurs with training, direction, and assistance, a number of incubators and accelerators should be developed.

It is essential to note that more expertise is required for start-ups, including the founders' expertise in finance, entrepreneurship, company management, and human resources. This also

applies to competent staff members, particularly developers and programmers as well as those with product knowledge. In many situations, language is another obstacle. Since the majority of founders do not possess required knowledge of business English, they have difficulty adopting new foreign technology, obtaining outside financing, and learning new skills abroad. Both through various initiatives and the educational system, language instruction may be enhanced. Potential entrepreneurs need to be taught how to launch a business, raise capital from investors, utilize incubator programs, and teach business English to staff members and managers. Although starting a business is never an easy undertaking, it is not insurmountable. Aspiring entrepreneurs should be aware of the necessary preparations, though, which include knowing the business concept and the qualities and abilities that entrepreneurs should possess. In addition to learning the essentials of start-ups and entrepreneurship, prospective founders should take full use of the ecosystem that supports them, by signing up for start-up assistance programs. Particularly for early-stage firms, these programs offer cash, networking opportunities, mentorship, and resource access. It is also a helpful setting for evaluating company concepts, creating networks, picking up important skills, and creating goods and services that raise living standards via digital innovation.

Conclusions. Building of knowledge-based entrepreneurial economy may hinge on collaboration between enterprises and start-ups. Start-ups can heavily contribute to the development of human capital since they provide opportunities for learning, skill development, and career promotion. A country's GDP can benefit when innovative ideas, state-of-the-art technology, and successful business strategies from start-ups grow into established companies. Increased consumer spending, job creation, and overall economic growth are typically the outcomes of this transition. Both enterprises and start-ups can gain from working together to secure their competitive edge and to develop markets that they would find difficult to establish independently. There are however also a number of possible risks and challenges as far

as this collaboration is concerned. For instance, it might be difficult for start-ups and enterprises to collaborate because of differences in mindsets as corporate workers are incentivized to adhere to standardized procedures and find themselves confronted by the innovative conduct of entrepreneurs.

Would-be entrepreneurs in Ukraine may find themselves tempted to launch a start-up falling within one of the dominant segments as far as the structure of IT companies is concerned. In this respect it should be noted that the most crowded segments of IT companies in Ukraine touch upon business productivity software, media, and fintech. Potential entrepreneurs should be aware of the necessary preparations, though, which include knowing the business concept and the qualities and abilities that entrepreneurs should possess. In addition to learning the essentials of start-ups and entrepreneurship, prospective founders should take full use of the ecosystem that supports them, by signing up for start-up assistance programs. There is much space for improvement in terms of the kind and quantity of assistance the start-up ecosystem in Ukraine can give. It should be mentioned that venture capital and angel funding are still in short supply and require development. Providing emerging entrepreneurs with training, direction, and assistance may be subject of further research in this regard.

References

1. OECD/European Commission (2015), *The Missing Entrepreneurs: Policies for Inclusive Entrepreneurship in Europe*, OECD Publishing, Paris.
2. OECD (2016). «Start-ups and innovative entrepreneurship», in *OECD Science, Technology and Innovation Outlook 2016*, OECD Publishing, Paris.
3. UNIT.City. *Tech Ecosystem Guide to Ukraine*. Retrieved from https://data.unit.city/tech-guide/Tech_Ecosystem_Guide_To_Ukraine_En-1.1.pdf
4. *Ukrainian Tech Ecosystem Overview*. Ukraine: Europe's biggest Tech country. Retrieved from https://uatechecosystem.com/everything_is_techable_with_ukraine
5. PUBS. *Report. Ukrainian startup ecosystem: Facing the challenges, seizing the opportunities*. Retrieved from https://www.startupbridge.eu/wp-content/uploads/2022/01/PUSB_REPORT_UKRAINIAN_STARTUP_ECOSYSTEM_2022.pdf
6. *Startup Genome. Adaptation & Resilience: First-Hand Insights Into the Ukrainian Startup Ecosystem*. Retrieved from <https://startupgenome.com/article/adaptation-and->

resilience-first-hand-insights-into-the-ukrainian-startup-ecosystem

7. Blank, S., & Dorf, B. (2020). «The Start-up Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company». In: *The Start-up Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company*. Wiley.

8. Nahata, R. (2019). Success is good but failure is not so bad either: serial entrepreneurs and venture capital contracting. *Journal of Corporate Finance*, 58, 624-649.

<https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2019.07.006>

9. Corner, P.D., Singh, S., & Pavlovich, K. (2017). Entrepreneurial resilience and venture failure. *International Small Business Journal* 35 (6), 687-708.

10. Florida, R., Adler, P., King, K., & Mellander, C. (2020). The city as start-up machine: the urban underpinnings of modern entrepreneurship. In: *Urban Studies and Entrepreneurship*. Springer, Cham, 19-30.

https://doi.org/10.1007/978-3-030-15164-5_2

11. Richter, N., Jackson, P., & Schildhauer, T. (2018). Entrepreneurial behaviour and start-ups: the case of Germany and the USA. In: *Entrepreneurial Innovation and Leadership*. Palgrave Pivot, Cham, 1-14.

https://doi.org/10.1007/978-3-319-71737-1_1

12. Giardino, C., Paternoster, N., Unterkalmsteiner, M., Gorschek, T., & Abrahamsson, P. (2016). Software Development in Start-up Companies: The Greenfield Start-up Model, *IEEE Transactions on Software Engineering*, V. 42, I. 6, 1-22.

<https://doi.org/10.1109/tse.2015.2509970>

13. Andersson, M., & Hellerstedt, K. (2009). Location attributes and start-ups in knowledge-intensive business services. *Industry and Innovation*, 16(1), 103–121.

14. Larkin, M., & O'Halloran, D. (2018). Collaboration between Start-ups and Corporates A Practical Guide for Mutual Understanding. *World Economic Forum*, 3-22.

РОЗБУДОВА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ЕКОНОМІКИ, ЗАСНОВАНОЇ НА ЗНАННЯХ: СПІВПРАЦЯ МІЖ КОРПОРАЦІЯМИ ТА СТАРТАПАМИ

О. О. Мосін, к. е. н., засновник «OM-Sales»

Методи дослідження. Мета даного дослідження досягнена за рахунок використання наступних методів економічних досліджень: абстрагування для визначення сутності підприємницької економіки, заснованої на знаннях; індукції та дедукції – для виявлення переваг, ризиків та викликів співпраці між корпораціями та стартапами; загального й особливого – для розмежування різних підходів до сприяння зростанню інноваційних стартапів.

Результати. Дослідження дозволило стверджувати, що для розбудови підприємницької економіки, заснованої на знаннях, необхідна краща співпраця між корпораціями та стартапами. Співпраця може допомогти як вже діючим підприємствам, так і стартапам зберегти свої конкурентні переваги та вийти на ринки, на які їм було б складно потрапити самотужки. Однак така співпраця пов'язана з багатьма потенційними ризиками та труднощами. Також було визначено, що трьома основними галузями, які обслуговує український ІТ-бізнес, є програмне забезпечення для підвищення продуктивності бізнесу, медіа та фінансові технології.

Новизна полягає у визначенні особливостей співпраці між корпораціями та стартапами для сприяння зростанню інноваційних стартапів та розбудови підприємницької економіки, заснованої на знаннях, у сучасних умовах.

Практична значущість полягає у визначенні переваг, ризиків та викликів співпраці між усталеними корпораціями та стартапами як новими учасниками ринку. Це може слугувати основою для реалізації державної політики, спрямованої на прискорення економічного зростання через підприємницьку економіку, засновану на знаннях.

Ключові слова: підприємництво, інноваційні стартапи; стартап-екосистема, економіка, заснована на знаннях, підприємницьке ставлення, співпраця між корпораціями та стартапами.

Надійшла до редакції 31.05.24 р.

QUANTIFYING THE DIGITAL ECONOMY ACCORDING TO THE PROPOSED FRAMEWORK

*T. I. Mshvidobadze, Professor, Gori State University (Georgia),
tinikomshvidobadze@gmail.com, orcid.org/0000-0003-3721-9252*

Methods. The article is based on a thorough analysis of data on the development of the digital economy, obtained from experts, researchers and partners specializing in the collection and processing of statistical data. The concept proposed in the article is formed based on both the basic definition of the digital economy and the methodology of measuring its scale basing on the calculation of added value. The digital economy estimation method is based on the use of national accounts and reflects the digital economy in the general context of gross domestic product (GDP).

Results. The article examines the role of digital technologies in the socio-economic development of society. The changes that the modern model of interaction between business and society undergoes under the influence of digitalization processes are demonstrated. Special attention is paid to the research of existing systems for measuring the scale of the digital economy. The possibility of applying an approach to the assessment of the digitalization of the economy, which is based on the macroeconomic approach of consumption-output, proposed by W. Leontief, is considered. For its implementation, available data from the system of national accounts were used, namely: information on sixteen economies in Asia, Europe, North America and the Pacific region, including Australia. The study identified digitized sectors around the core perimeter of the digital economy, and predicted that countries with high imports of digital products, as well as industries that are highly dependent on the functioning of core digital sectors, are likely to have lower digital economy scores than others.

Novelty. An improved methodological approach to measuring the scale of the digital economy is proposed, which consists in estimating its share in the total GDP of the country based on the calculation of the added value of a set of key digital products created within the national economy.

Practical value. The results of the study are relevant to modern global problems, as they form a comprehensive statistical perspective of the review of the development of the digital economy.

Keywords: digital economy, measurement framework, GDP, Leontief coefficient, matrix operations.

Statement of problem. Over the years, digital technology has advanced at a relentless pace, resulting in components that are much smaller, more efficient, and less expensive than their counterparts.

Digital technologies in the form of miniature computing, communications and storage devices now play a prominent role in modern life. In response, developers, academia, government, and even private institutions have begun developing methods to measure digitization using factual information about private and public transactions involving digital

goods and services. The collective value of such products and the resulting interactions is referred to as the «digital economy».

The paper provides an analysis of a simple and practical measurement framework for the digital economy, fundamentally based on input-output analysis according to Leontief (1, p.18), using available national accounts data. The framework is used by 16 economies across Asia, Europe, North America and the Pacific, including Australia, to create an assessment of the digital economy.

Survey data also draws on official statistical agencies that participate in the Bank's statistical and analytical capacity building initiatives. Establishing a definition of the digital economy is an important first step leading to the development of methods to measure it (2, p.17).

Although the digital economy may be considered a recent phenomenon, traditional national reports and statistics actually offer a rich source of data to capture the concept.

The measurement method uses national accounts and reflects the digital economy in the overall context of gross domestic product (GDP).

Theoretical background. According to Dinan and Scheiner, although GDP in general does not provide a comprehensive measure of economic well-being, there is no doubt that it provides information that is closely related to well-being. (3, p.43).

Thus, measuring the digital economy in terms of its contribution to the economy's GDP provides a suitable lower bound for assessing its welfare effects on the wider economy. In general, the measurement is made using input-output analysis, which shows that the value-added contribution of the digital economy is given by the total GDP of the digital industry, plus the part of the GDP of the non-digital industry that enables the production of the digital industry.

The Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) and the United States Bureau of Economic Analysis (USBEA) have similarly proposed a measurement method based on national accounts (4, pp. 35–37). In particular, the OECD and USBEA propose an approach that uses a supply and use framework.

The former includes the entire value of transactions related to digital platforms, as well as the value of the platforms themselves, while the latter only calculates margin and broker fees on such transactions.

Another measurement framework is that of Brynjolfsson et al, who complement national accounts statistics by proposing a well-being-based measurement called GDP-B (5, pp.7250–7255).

Meanwhile, Huawei and Oxford Economics (2017) used digital spillover effects

to estimate the global digital economy, which they estimate to be \$11.5 trillion (6, p.12).

Aim of the paper. The purpose of the article is to develop a methodological approach to measuring the digital economy.

Materials and methods. *Disaggregating Gross Domestic Product across Users.* We consider the core evaluative framework of the digital economy, which defines digital products as goods and services whose primary function is the generation, processing and/or storage of digital data. (7, pp. 31–37).

Primary producers of such products are considered digital industries. The framework identifies key digital products that can be summarized into five main products: (i) hardware, (ii) software publishing, (iii) web publishing, (iv) telecommunications services, and (v) specialized and support services.

The length of time a product group transitions before becoming purely digital varies by product concept and life cycle. It can also vary by location, depending on factors such as the degree of trade liberalization, the ability to participate in the necessary stages of production, and consumer demand.

As for the exact point in time when virtually every unit of a product group delivered in a given economy has become digital, a conservative approximation based on published research may be the most convenient option.

The models included in the proposed measurement framework are based on input-output analysis, mainly using Leontief coefficients to directly measure sector interdependence in terms of value added contribution. The components of the digital economy measurement framework (Fig. 1).

Finding. We will consider the stages of deriving the digital GDP equation ($GDP = \text{gross domestic product}$; throughout this report, digital GDP (or GDP_{digital}) refers to the gross value-added (GVA) of the digital sector).

Inverse Leontief coefficients, show that the total output x of a standard input-output table (IOT) can be briefly represented as a Leontief function.

Gross outputs x in a standard input-output table (IOT) can be concisely represented as a function of the Leontief Inverse. A standard input-output table (IOT) is generally comprised of three quadrants (Fig. 2)

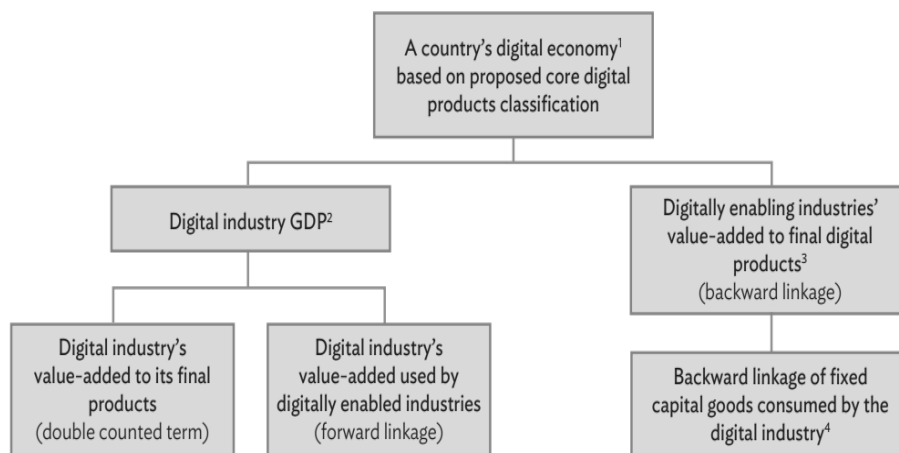


Figure 1: Proposed Digital Economy Measurement Framework

Source: Methodology of the Digital Economy Measurement Framework study team, using Leontief (1936) coefficients.

	Intermediate consumption				Final demand	Gross output
	Industry 1	Industry 2	...	Industry n		
Industry 1	Quadrant I: Z				Quadrant II: y	x
Industry 2						
⋮						
Industry n						
Value-added	Quadrant III: gpa					
Gross output	x'					

Figure 2: Standard Industry Input-Output Table

Inverse, $(1 - A)^{-1}$ and final demand, y . Equation (1) describes this relationship.

$$x = (1 - A)^{-1} y \quad (1)$$

Further mathematical manipulations would also allow derivation of a similar equation for economy-wide GDP (8, pp.78-80). For brevity, let the Leontief inverse, $(1 - A)^{-1} B$. A direct value-added coefficient vector is defined as

$$P = (p_1 \ p_2 \ \dots \ p_n) = \left(\frac{gpa_1}{x_1} \ \frac{gpa_2}{x_2} \ \dots \ \frac{gpa_n}{x_n} \right) \quad (2)$$

where, gpa_j , $j = 1, 2, \dots, n$, refers to the gross value-added (GPA) generated by industry j and x_j refers to the gross output of the same

industry j . Thus, each entry in P is the ratio of industry j 's GPA to its own output. It is shown below that pre-multiplying P from Equation (2) to x from Equation 1 would yield an expression that calculates economy-wide GDP via the production approach (Equation 3). 18 Knowing how to derive economy-wide GDP using the p By formulation in Equation 6 is the first step in understanding how a more disaggregated digital GDP is quantified (9, p.25).

$$\begin{aligned}
 px &= vB y \\
 \rightarrow gpa_1 + gpa_2 + \dots + gpa_n &= \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n p_i b_{ij} y_j \\
 &= \text{economy-wide GDP} \quad (3)
 \end{aligned}$$

The economy-wide GDP that is calculated using Equation (3) can be further disaggregated to an $n \times n$ matrix where an industry's backward and forward linkages can be derived. In particular, this matrix will show an industry's sources (backward linkages) and destination (forward linkages) of value-added. In the context of the digital economy, these sources and destinations respectively refer to industries on which digital sectors are

dependent (10, p.23), and industries that are enabled by digital sectors. Simple matrix operations involving the \check{p} , B , and y matrices are performed to get an industry's backward and forward linkages. Diagonalizing the direct value-added coefficient vector from Equation (2) and the final demand vector results in matrices \check{p} and \check{y} below.

$$\check{p} = \begin{bmatrix} p_1 & 0 & \dots & 0 \\ 0 & p_2 & \dots & 0 \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ 0 & 0 & \dots & p_n \end{bmatrix}; \quad \check{y} = \begin{bmatrix} y_1 & 0 & \dots & 0 \\ 0 & y_2 & \dots & 0 \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ 0 & 0 & \dots & y_n \end{bmatrix};$$

Pre-multiplying \check{p} to B and then post-multiplying the matrix product to \check{y} gives the $\check{p} B \check{y}$ matrix in Equation 4, which is an $n \times n$

matrix that disaggregates the scalar economy wide GDP across all industries that use and supply value-added.

$$\check{p} B \check{y} = \begin{bmatrix} p_1 & 0 & \dots & 0 \\ 0 & p_2 & \dots & 0 \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ 0 & 0 & \dots & p_n \end{bmatrix} \begin{bmatrix} b_{11} & b_{12} & \dots & b_{1n} \\ b_{21} & b_{22} & \dots & b_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ b_{n1} & b_{n2} & \dots & b_{nn} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} y_1 & 0 & \dots & 0 \\ 0 & y_2 & \dots & 0 \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ 0 & 0 & \dots & y_n \end{bmatrix}$$

$$\check{p} B \check{y} = \begin{bmatrix} p_1 b_{11} y_1 & p_1 b_{12} y_2 & \dots & p_1 b_{1n} y_n \\ p_2 b_{21} y_1 & p_2 b_{22} y_2 & \dots & p_2 b_{2n} y_n \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ p_n b_{n1} y_1 & p_n b_{n2} y_2 & \dots & p_n b_{nn} y_n \end{bmatrix} \tag{4}$$

Where the rows of the $\check{p} B \check{y}$ matrix correspond to the distribution of the use of added value created from a particular industry across all industries of the economy. And the columns correspond to the division of the contribution of added value of all sectors of the economy to the production of final goods and services of a specific industry.

Thus, the summation of all the entries in the column leads to the cost of the final products of the industry. A column-by-column tracing of the $\check{p} B \check{y}$ matrix shows the lagged industry linkages.

Quantifying the digital economy in the n-industrial economy. Consider the case when the formation of the total fixed capital of the digital economy is integrated n In an industrial

economy. To illustrate, the dimension of the vector of ratios, let r be the ratio vector of gfcf used by the digital industry corresponding to the final demand. Consequently, this is diagonalized as \hat{r} to form an $n \times n$ matrix.

Correspondingly, this is diagonalized as \hat{r} , to form an $n \times n$ matrix.

$$k = \begin{bmatrix} k_1 \\ k_2 \\ \vdots \\ k_n \end{bmatrix}; \quad \check{k} = \begin{bmatrix} k_1 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & k_2 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & \ddots & 0 \\ 0 & 0 & 0 & k_n \end{bmatrix}$$

Similarly, the matrix $\check{p} B \check{y} \check{k}$ will have dimension $n \times n$ as shown below:

$$\ddot{p} B \dot{y} \ddot{k} = \begin{bmatrix} p_1 b_{11} g_1 & p_1 b_{12} g_2 & \dots & p_1 b_{1j} g_j & \dots & p_1 b_{1n} g_n \\ p_2 b_{21} g_1 & p_2 b_{22} g_2 & \dots & p_2 b_{2j} g_j & \dots & p_2 b_{2n} g_n \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots & \ddots & \vdots \\ p_j b_{j1} g_1 & p_j b_{j2} g_2 & \dots & p_j b_{jj} g_j & \dots & p_j b_{jn} g_n \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots & \ddots & \vdots \\ p_n b_{n1} g_1 & p_n b_{n2} g_2 & \dots & p_n b_{nj} g_j & \dots & p_n b_{nn} g_n \end{bmatrix} \begin{bmatrix} k_1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & k_2 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & \ddots & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & k_j & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & k_n \end{bmatrix}$$

$$\begin{bmatrix} k_1 p_1 b_{11} g_1 & k_2 p_1 b_{12} g_2 & \dots & k_j p_1 b_{1j} g_j & \dots & k_n p_1 b_{1n} g_n \\ k_1 p_2 b_{21} g_1 & k_2 p_2 b_{22} g_2 & \dots & k_j p_2 b_{2j} g_j & \dots & k_n p_2 b_{2n} g_n \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots & \ddots & \vdots \\ k_1 p_j b_{j1} g_1 & k_2 p_j b_{j2} g_2 & \dots & k_j p_j b_{jj} g_j & \dots & k_n p_j b_{jn} g_n \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots & \ddots & \vdots \\ k_1 p_n b_{n1} g_1 & k_2 p_n b_{n2} g_2 & \dots & k_j p_n b_{nj} g_j & \dots & k_n p_n b_{nn} g_n \end{bmatrix}$$

The Core Digital Economy Equation. The core digital economy equation (Equation 6) is derived by consolidating Equation 5 with the value of the backward linkage of fixed capital goods consumed by the digital industry. In Equation 10, the «agg» subscripts are suppressed for notational simplicity.

$$GDP_{digital} = I^t \ddot{p}_{agg} B_{agg} \dot{y}_{agg} \varepsilon_1 + I^t (\ddot{p}_{agg} B_{agg} \dot{y}_{agg})^T \varepsilon_1 - [dig (\ddot{p}_{agg} B_{agg} \dot{y}_{agg})]^T \varepsilon_1 \quad (5)$$

Equation (5) captures all contemporaneous input-output transactions with respect to exogenous final demand.

$$GDP_{digital} = I^t \ddot{p}_{agg} B_{agg} \dot{y}_{agg} \varepsilon_1 + I^t (\ddot{p}_{agg} B_{agg} \dot{y}_{agg})^T \varepsilon_1 - [dig (\ddot{p}_{agg} B_{agg} \dot{y}_{agg})]^T \varepsilon_1 + (I - \varepsilon_1)^T \ddot{p}_{agg} B_{agg} \dot{y}_{agg} \varepsilon_2$$

$$GDP_{digital} = I^t \ddot{p} B \dot{y} \varepsilon_1 + I^t (\ddot{p} B \dot{y})^T \varepsilon_1 - [dig (\ddot{p} B \dot{y})]^T \varepsilon_1 + (I - \varepsilon_1)^T \ddot{p} B \dot{y} \ddot{k} \varepsilon_2 \quad (6)$$

The first term $- I^t \ddot{p}_{agg} B_{agg} \dot{y}_{agg} \varepsilon_1$ directly calculates the backward linkage related to the digital industry while the second term –

$I^t (\ddot{p}_{agg} B_{agg} \dot{y}_{agg})^T \varepsilon_1$, gives the forward linkage. To account for the double-counted term, the diagonal entry in the $\ddot{p} B \dot{y}$ matrix that corresponds to the digital industry is removed, which is why $[dig (\ddot{p}_{agg} B_{agg} \dot{y}_{agg})]^T \varepsilon_1$ is subtracted in GDP digital. An “eliminator vector” ε_1 is used to mathematically eliminate entries that should not be included in calculations.

The $n \times 1$ eliminator vector ε_2 is post-multiplied to $(I - \varepsilon_1)^T \ddot{p} B \dot{y} \ddot{k}$ to arrive at a value for the backward linkage of fixed capital goods consumed by the digital industry.

Limitations of the Framework. The framework presented in this study relies on official and reliable published secondary data sources. Therefore, there is a limitation to ensure consistency and accuracy of all data.

This framework does not include the total value of online sales of non-digital goods. Instead, only the value contribution of digital products (or digital industries) involved in such transactions is recorded. As the scope of digital products is at the narrowest level, it excludes the digitally dependent economy, which includes the added value of sectors that are critically dependent on digital sectors.

The measurement framework is flexible for calculating this. Also, the measurement

framework that estimates the value of the digital economy as a percentage of national GDP represents another area of limitation.

Since an economy's GDP excludes imports, estimates of the digital economy also exclude them (11, p.78).

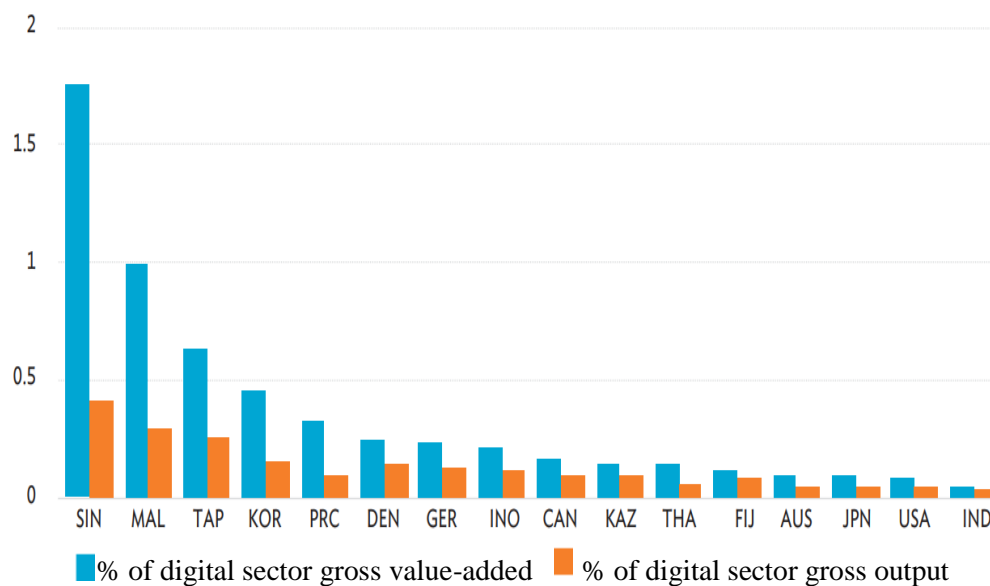


Figure 3: Imports of Digital Sectors, 2022

Source: Calculations of the Digital Economy Measurement Framework study team, using the 38-sector Asian Development Bank Multiregional Input-Output Tables 2022.

This may lead to a somewhat underestimation of the digital economy, especially for economies with digital sectors that have relatively high imports, such as Singapore; Malaysia; and Taipei, China as shown in the picture.

Conclusion. At this point, the proposed framework for measuring the digital economy tries to focus on the emerging products and industries of the digital age. frame

Measures the digital economy's share of GDP attributable to the economy's total GDP, which is accounted for by the contribution of value added to a defined set of key digital products, consistent with the digital economy.

Using national accounts data from 16 economies in different regions of the world, the results are clear. Despite the narrow definition adopted in the framework, the digital economy accounts for a significant part of the GDP of all sampled economies (approximately 2% to 9%). However, characterizing the role of the digital economy. Varies in different economies - some act more as value-added providers in the economy, while others act as consumers. As digital technologies play different roles in non-digital products, measuring the digitally dependent economy allows for a more

comprehensive understanding of the digital economy in general. Therefore, economies with high imports of digital products, as well as economies with industries that depend heavily on core digital sectors, are likely to have smaller digital economy estimates than others. Digital technologies are transforming the way businesses operate and how societies interact.

References

1. Leontief, W. (1936). Quantitative Input and Output Relations in the Economic System of the United States. *Review of Economics and Statistics*. P.18; <https://doi.org/10.2307/1927837>
2. Asian Development Bank (ADB). (2021). Key Indicators for Asia and the Pacific Database. Regional Tables: Economy and Output, Gross Domestic Product. p.17.
3. Dynan, K., & Sheiner, L. (2018). GDP as a Measure of Economic Well-Being. *utchins Center Working Paper*. p. 43. <https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2018/08/WP43-8.23.18.pdf>.
4. Mitchell, B. (2019). PSTN (Public Switched Telephone Network): The History and Current Relevance of Landline Phone Service. *Lifewire*. 13 December pp. 35-37. <https://www.lifewire.com/pstn-public-switched-telephone-network-818168>.
5. Byrnjolfsson, E., Collis, A., & Eggers, F. (2019). Using Massive Online Choice Experiments to Measure Changes in Well-Being. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 116. pp. 7250-7255.

6. Huawei and Oxford Economics. (2017). Digital Spillover: Measuring the True Impact of the Digital Economy.

<https://www.huawei.com/minisite/gci/en/digital-spillover/index.html> p.12.

7. Capturing the digital economy – a proposed measurement framework and its application. A Special Supplement to Key Indicators for Asia and the Pacific, 2022, Asian Development Bank, pp. 31-37. <https://doi.org/10.22617/fls210307-3>

8. Ahmad, N., & Schreyer, P. (2016). Measuring Digitalised Economy. OECD Statistics Working Papers. No. 7. pp. 78-80.

9. Raa, T. (2006). The Economics of Input-Output Analysis. Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/CBO9780511610783. P.25.

10. N. Ahmad & J. Ribarsky. (2018). Towards a Framework for Measuring the Digital Economy. 16th Conference of the International Association of Official Statisticians (IAOS). Paris: OECD. P.23.

11. Lund, J. Manyika, J. Woetzel, J. Bughin, M. Krishnan, J. Seong, & M. Muir. (2019). Globalization in Transition: The Future of Trade and Value Chains. McKinsey & Company. 16 January. P.78.

КІЛЬКІСНА ОЦІНКА ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ ЗГІДНО З ПРОПОНОВАНОЮ СИСТЕМОЮ ВІМИРЮВАННЯ

Т. І. Мивідобадзе, професор Горійського державного університету (Грузія)

Методологія дослідження. Стаття побудована на ретельному аналізі даних розвитку цифрової економіки, отриманих від експертів, дослідників і партнерів, що спеціалізуються на зборі та обробці статистичних даних. Концепція, запропонована в статті, сформована за рахунок як базового визначення цифрової економіки, так і методології вимірювання її масштабу, базованого на розрахунку доданої вартості. Метод оцінки цифрової економіки ґрунтується на використанні національних рахунків та відображає цифрову економіку в загальному контексті валового внутрішнього продукту (ВВП).

Результати. У статті досліджено роль цифрових технологій у соціально-економічному розвитку суспільства. Продемонстровано зміни, яких зазнає сучасна модель взаємодії бізнесу та суспільства під впливом процесів діджиталізації. Особливу увагу приділено дослідженню існуючих систем виміру масштабу цифрової економіки. Розглянуто можливість застосування підходу до оцінки цифровізації економіки, який базується на макроекономічному підході витрати-випуск, запропонованому В. Леонтєвим. Для його імплементації використано доступні дані системи національних рахунків а саме: інформацію за шістнадцятьма економіками в Азії, Європі, Північній Америці та Тихоокеанському регіоні, включаючи Австралію. Дослідження показало ідентифікацію діджиталізованих секторів навколо основного периметра цифрової економіки, а також прогноз щодо того, що країни з великим імпортом цифрових продуктів, а також з галузями, які сильно залежать від функціонування основних цифрових секторів, ймовірно, матимуть менші оцінки цифрової економіки, ніж інші.

Новизна. Запропоновано удосконалений методологічний підхід до вимірювання масштабу цифрової економіки, який полягає в оцінці її частки в загальному ВВП країни на основі обчислення доданої вартості набору ключових цифрових продуктів, створених у межах національної економіки.

Практична значущість. Результати дослідження мають відношення до сучасних глобальних проблем, оскільки формують комплексну статистичну перспективу огляду розвитку цифрової економіки.

Ключові слова: цифрова економіка, система вимірювання, ВВП, коефіцієнт Леонтєва, матричні операції.

Надійшла до редакції 22.05.24 р.

ЦИФРОВИЙ ВИМІР РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Ю. І. Пилипенко, д. е. н., професор, НТУ «Дніпровська політехніка»,
pylypenkoYI@gmail.com, orcid.org/0000-0002-4772-1492,
А. С. Швець, shvets.a.s@ntu.one, аспірант, НТУ «Дніпровська політехніка»

Методологія дослідження. При виконанні дослідження було використано методи наукового узагальнення – при визначенні сутності категорій «цифровізація», «цифрова економіка», «людський капітал»; аналізу та синтезу – для з'ясування тенденцій та форм розвитку процесів цифровізації; логічного аналізу – при встановленні взаємозв'язку показників розвитку цифрової економіки та людського капіталу.

Результати дослідження. У статті проаналізовано теоретичні підходи до визначення понять «цифровізація» та «цифрова економіка». Підкреслено важливість процесів цифрової трансформації у сучасному суспільстві як переходу до нових способів роботи і мислення з використанням цифрових, соціальних, мобільних і нових технологій. Охарактеризовано основні цифрові системи діджиталізованого середовища. Підкреслено, що функціонування цифрової економіки на основі цифрових систем відбувається завдяки, по-перше, наявності особливої інфраструктури, сформованої за допомогою апаратних засобів, програмного забезпечення, телекомунікацій, по-друге, специфічних бізнес-моделей, які функціонують на основі використання комп'ютерних мереж у межах віртуальних взаємодій та, по-третє, електронної комерції, завдяки якій реалізуються торгові операції в межах глобальної мережі Інтернет.

Проаналізовано сутність людського капіталу, його види та умови формування. Розглянуто існуючі підходи до оцінювання людського капіталу, підкреслено необхідність врахування аспектів володіння інформаційними технологіями при вимірюванні його рівня розвитку. Розглянуто показники розвитку цифрової економіки та людського капіталу, встановлено прямий взаємозв'язок між ними.

Новизна. Встановлено відповідність між показниками розвитку людського капіталу та цифрової економіки.

Практична значущість. Результати дослідження можуть бути використані в процесі оцінювання рівня розвитку національного людського капіталу.

Ключові слова: людський капітал, цифровізація, цифрова економіка, оцінка людського капіталу, соціально-економічний розвиток.

Постановка проблеми. Розвиток суспільства відбувається під впливом цілої низки чинників, головним з яких є зміна технологій. Упродовж тисячоліть люди прагнули покращити умови навколишнього середовища та своєї життєдіяльності, покращити якість життя і для цього постійно удосконалювали засоби виробництва. Останні відкривали більш широкі можливості для створення більшої маси товарів і послуг. А для уведення їх у дію необхідно було обрати варіанти комбінації економічних ресурсів та

запровадити певні способи їхнього використання у виробництві.

Упродовж історичного розвитку суспільства відбулося декілька етапів змін домінуючих технологій, а саме: перехід від збирання і полювання до виробничого освоєння природи, від ручної техніки до машинної, від машинного виробництва до автоматизації виробничих процесів. Сучасний етап характеризується розвитком цифровізації, що знаходить прояв у насиченні фізичного світу електронно-цифровими

пристроями, засобами, системами та налагодження електронно-комунікаційного обміну між ними. Це уможлиблює інтегральну взаємодію віртуального та фізичного, тобто створює кіберфізичний простір. Разом з тим, широке застосування інформаційно-комунікаційних технологій у всіх суспільних сферах не зменшує роль людини в економічних процесах. Більш того, саме розвиток людини, людського капіталу є однією із ключових умов поширення новітніх технологій та їх ефективного застосування в сучасних умовах. Іншими словами, це процес двосторонній: з одного боку, технічний прогрес, цифрові технології формують нові вимоги до характеристик людини, як безпосередньої продуктивної сили суспільного розвитку, з іншого, саме розвиток людського капіталу уможлиблює подальший технічний та соціально-економічний прогрес на більш нових технологічних принципах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематиці людського капіталу та його впливу на соціально-економічний розвиток присвячена велика кількість наукових публікацій вітчизняних та зарубіжних вчених. Незважаючи на те, що вивчення цього явища економічного життя має тривалу історію і є важливим як для розвитку науки, так і практики, науковці єдині в тому, що до сих пір все ще не створено такого визначення людського капіталу, яке б виражало єдність у баченні його сутності. Так, наприклад, вітчизняні дослідники О. Грішнова [1] та Ю. Гуменюк [2] у якості ключових сутнісних ознак даного феномену вбачають сукупність вроджених набутих в процесі життя людини її природних здібностей, таланту, рівня освіти, кваліфікації, професійного досвіду та стану здоров'я. В. Антонюк до цих характеристик додає здатність володіння інформацією, мотивацію, мобільність [3]. В. Компанієць, намагаючись узагальнити різноманітні підходи до визначення сутності людського капіталу, наголошує на декількох ознаках, які найчастіше зустрічаються в науковій літературі: активи, які є у людини у вигляді природжених якостей: фізичних, психологічних, інтелектуальних, а також ті якості, здібності, які набуває людина протягом життя (знання, вміння, навички, мотивація); активи, які потребують значних інвес-

тицій; активи, які генерують на протязі певного періоду часу дохід [4]. Водночас, незважаючи на значний інтерес науковців до з'ясування сутності даної категорії та напрямів впливу людського капіталу на соціально-економічні процеси, проблема взаємозалежності тенденцій цифровізації економіки та рівня розвитку людського капіталу ще не повною мірою отримала поширення в економічній думці. Тому з'ясування цієї взаємозалежності є актуальною для економічної теорії та практики.

Формулювання мети статті. Метою даної статті є з'ясування впливу сучасних процесів цифровізації економіки на розвиток людського капіталу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Термін «цифровізація» походить від англійського слова digitalization. Тому його часто синонімізують із поняттям діджиталізація. Категорія «цифровізація» найбільш часто використовується для опису трансформацій, які не тільки пов'язані із заміною аналогового або фізичного ресурсу на цифровий або інформаційне. У більш широкому розумінні даного терміну відображає процес упровадження цифрових технологій в усі сфери життєдіяльності людей: від взаємодії між людьми до промислових виробництв, від предметів побуту до дитячих іграшок, одягу тощо.

Українська дослідниця М. В. Руденко здійснила глибокий аналіз існуючих у зарубіжній та українській науковій літературі підходів до визначення сутності поняття «цифровізація» і прийшла до висновку, що це поняття має декілька змістів. Так, вказується, що цифровізацію визначають як:

- зміну парадигми, яка має місце в суспільстві, з широким використанням інформаційно-комунікаційних технологій, які постійно розвиваються та вдосконалюються;
- соціально-економічну трансформацію, яка ініційована масовим впровадженням і використанням цифрових технологій, тобто технологій створення, обробки, обміну і передачі інформації;
- удосконалення процесів за рахунок використання цифрових технологій та оцифрованих даних;
- спосіб реструктуризації багатьох областей соціального життя навколо цифро-

вої комунікації і медіа-інфраструктур;

- бізнес-операціями, ніж з соціальними взаємодіями або бізнес-моделями;
- нова парадигма розвитку країни, економіки та суспільства у цілому, що викликає сучасні соціально-економічні трансформації, пов'язані з інформатизацією суспільства;
- процес впровадження цифрових технологій для вдосконалення життєдіяль-

ності людини, суспільства і держави;

- усі соціально-економічні процеси, в основі яких лежить використання сучасних цифрових технологій [5, с.5].

На її думку, цифровізація є синтетичною категорією, яка поєднує в собі технологічний, економічний, соціальний, філософський і нормативний контексти (див. табл. 1).

Таблиця 1

Теоретичні підходи до визначення поняття «цифровізація»

Підходи	Тлумачення
Технологічний	Відбуваються соціально-економічні трансформації ініційовані масовим впровадженням і використанням інформаційно-комунікаційних (цифрових) технологій (створення, збір, обробка, зберігання, перетворення, обмін і передача інформації). Відбувається оцифровка всього, що можна оцифрувати.
Економічний	Зміна природи та бізнес-моделі економічних відносин, їх суб'єктивно-об'єктивної орієнтованості (перехід до цифрового бізнесу). Надання нових можливостей отримання прибутку та створення цінності; вдосконалення управління виробництвом товарів і послуг; вирішення нагальних економічних проблем в розрізі окремих держав, регіонів, галузей та підприємств.
Соціальний	Здійснюється перехід від аналогових інструментів взаємодії в суспільстві до цифрових, ключовим у процесі цифровізації є обмін знаннями, технологіями, інформацією, а також люди, які здатні приймати участь у наведеному процесі та управляти ним з метою вдосконалення життєдіяльності людини, суспільства і держави.
Філософський	Зміна загальної парадигми розвитку суспільства (думок, дій, уявлень, бачень, механізмів спілкування) як із зовнішнім світом, так і один з одним.
Нормативний	Закріплення ключових термінів цифровізації в кодифікованому акті (Законі), як відправної точки раціоналізації права в сфері цифрових технологій.

Джерело: [5, с.10].

Ще однією категорією, яка відображає процеси, пов'язані із цифровізацією, є поняття цифрового суспільства, а по відношенню до економічної сфери – цифрової економіки. У найбільш загальному вигляді цифрове суспільство є спільнотою, яке, яке інтенсивно та продуктивно використовує цифрові технології для власних потреб (самореалізація, робота, відпочинок, навчання, дозвілля кожного), а також для досягнення та реалізації спільних економічних, суспільних та громадських цілей [6]. У цьому суспільстві поєднано економічну, політичну, правову, екологічну та інші сфери, а отже можна вести мову про цифровізацію щодо кожної із цих сфер.

Сучасна цифрова економіка характеризується тим, що в ній економічна діяльність суб'єктів реалізується через спеціальні цифрові платформи та екосистеми. Під час взаємодії між собою економічні агенти широко використовують персоніфіковані сервісні моделі, що дозволяє встановлювати

контакти у комп'ютерних мережах. На цій основі відбувається безпосередня взаємодія виробників та споживачів продукції у віртуальному просторі.

Зрозуміло, що ефективність подібної взаємодії багато у чому залежить не тільки від якості та взаємоузгодженості цифрових пристроїв та технологій, але, перш за все, від ступеню вміння суб'єктів їх використовувати для досягнення своїх цілей. Світова практика свідчить, що застосування навіть найбільш досконалих технологій в людському середовищі, яке за своїми професійним та мотиваційним рівнем не готове та не зацікавлене в цих нових технологіях, унеможливує позитивний соціально-економічний результат. Відтак, необхідно вести мову про необхідність взаємоузгодження між рівнем застосовуваних технологій (зокрема, цифрових) та відповідним рівнем знань, вмінь та навичок людей, які їх застосовують, тобто рівнем людського капіталу.

У переважній більшості наукових робіт

поняття «людський капітал» відображає запас знань, навичок, мотивів до продуктивної діяльності, що може нагромаджуватися внаслідок інвестування у виховання, освіту, медицину, підготовку до виробничої діяльності та інформаційну інфраструктуру. Зрозуміло, що людський капітал, так само як і фізичний капітал потребує витрат. Саме тому один із фундаторів теорії людського капіталу Г. Беккер визначив, що нагромадження людського капіталу відбувається завдяки освіті, підвищенню кваліфікації, турботі про стан здоров'я, міграції людських ресурсів та пошуку інформації щодо цін і доходів [7, с.71]. Людський капітал є єдиним активним капіталом, тоді як всі інші капітали є пасивними, оскільки вони всі без винятку підпорядковуються людині й діють відповідно до її волі. З огляду на цю позицію інвестування в інші види капіталу, минаючи людський, виявляються не досить результативними. Інвестиції в людський капітал – джерело економічного зростання, при чому, не менш важливе, ніж капіталовкладення у матеріально-речові фактори виробництва та землю. У порівнянні з інвестиціями в інші різні форми капіталу, інвестиції в людський капітал є найбільш вигідними як з точки зору окремої людини, так і всього суспільства, оскільки дають досить значний за обсягом, тривалий за часом й інтегральний за характером економічний і соціальний ефект.

Зважаючи на це, існує необхідність вимірювання розміру людського капіталу, у тому числі з урахуванням засвоєння людиною новітніх вмінь та навичок, зокрема з огляду розвитку цифрової економіки. Необхідно зауважити, що природа людського капіталу багатоаспектна, яка цілком з об'єктивних причин не могла бути у повній мірі оціненою кількісно. Різні види знань, навичок, вмінь і здібностей людей – це, у своїй переважній більшості, невидима форма капіталу. Тому реальному виміру підлягають з більшою або меншою точністю виключно рівні набутих когнітивних навичок і явних знань. Всі ж інші аспекти людського капіталу, як то навички некогнітивного характеру, отримані за межами формальної освіти, а також набутий досвід, можуть бути враховані тільки завдяки застосуванню непрямих методів, як то тестування, опитування, експертні

оцінки тощо. А це не дозволяє уніфікувати процес збору даних та отримувати інформацію по країнам світу на постійній основі.

У матеріалах світового економічного форуму зазначається, що людський капітал не можна визначити лише формальною освітою та кваліфікацією працівників, оскільки завдяки різним факторам його можна або посилити або знизити. Тому важливим є динамічний вимір цієї категорії, що представлено в методології розрахунку Глобального індексу людського капіталу. Останній складається із трьох елементів – потужність (рівень формальної освіти молодшого та старшого поколінь як результат минулих інвестицій в освіту), розвиток (формальна освіта робочої сили наступного покоління та подальше підвищення кваліфікації та перекваліфікація поточної робочої сили), розміщення (застосування та нагромадження навичок серед дорослого населення), ноу-хау (широта та глибина використання спеціалізованих навичок на роботі) [8, с.13].

На відміну від вищерозглянутого Глобального індексу людського капіталу, Індекс людського капіталу (НСІ) Світового банку ґрунтується на вимірі людського капіталу, на який може розраховувати дитина, яка народилася сьогодні і досягає 18-річного віку, за певних характеристик здоров'я і освіти у певній країні. Цей показник відображає очікувану продуктивність нинішньої дитини як майбутнього працівника по відношенню до еталону – однакового для всіх країн з огляду на повноту показників освіти і здоров'я. НСІ складається з трьох складових: виживання, очікувані роки шкільної підготовки та здоров'я. Перший компонент відображає той факт, що дітям, народженим сьогодні, потрібно вижити, доки не може розпочатися процес накопичення людського капіталу за допомогою формальної освіти. Вживання вимірюється за допомогою показника рівня смертності дітей до 5 років. Другий компонент містить інформацію про кількість років освіти, на яку дитина може розраховувати до 18 років і поєднується із показником якості: скільки дітей навчаються у школі на основі відносної успішності країн у міжнародних тестах засвоєння математики та природничих наук. Враховуючи таким чином якість освіти, цей компонент відображає реальність

того, що діти в деяких країнах вчаться набагато менше, ніж в інших країнах, незважаючи на те, що вони однаковий час відвідують школу. І нарешті, компонент охорони здоров'я використовує два показники для загального стану здоров'я в країні: рівень затримки росту дітей у віці до 5 років та рівень виживання дорослих, визначений як частка 15-річних, які проживуть до 60 років. Перший показник відображає стан здоров'я, який спостерігається під час пренатального, дитячого та раннього розвитку дітей, а другий – діапазон наслідків для здоров'я, які дитина, яка народилася сьогодні, може пережити як доросла людина [9, с.14].

Якщо узагальнити вищенаведене, то незважаючи на спроби загального охоплення людського капіталу, представлені підходи все ж таки позбавлені універсальності та системності. У сучасній науці немає єдиного загальноновизнаного підходу, що враховує особливості людського капіталу. Разом з тим, у практиці досліджень людського розвитку, які проводять міжнародні політичні та економічні організації, все ж таки найбільш розповсюдженим є індексний підхід.

Зважаючи на це, ми пропонуємо гіпотезу про наявність взаємозв'язку та взаємозалежності між розвитком людського капіталу та процесами цифровізації економіки перевірити за допомогою найбільш поширених кількісних індикаторів їх вимірювання. З одного боку, розглянемо значення індексу людського капіталу в деяких країнах світу, з іншого – один із найбільш поширених індикаторів вимірювання рівня розповсюдження та застосування цифрових технологій – індекс розвитку ІКТ. Вибірка 22 країн світу була обумовлена, по-перше, необхідністю представлення Топ-10 країн з найбільш високими рівнем розвитку людського капіталу, по-друге, з'ясуванням даного показника для найбільш розвинутих країн світу, а також Китаю – країни, що найбільш динамічно розвивається останні десятиліття, по-третє, врахуванням позицій у світовому рейтингу за рівнем розвитку людського капіталу України та її сусідів – країн з групи колишніх так званих «соціалістичних» країн та, по-четверте, представленням найменш розвинутих за цим показником краї світу (див. табл. 2).

Таблиця 2

Показники індексів людського капіталу та розвитку інформаційно-комунікаційних технологій в деяких країнах світу

№ з/п	Країна	Індекс людського капіталу (рейтинг)	Індекс розвитку ІКТ
1	Сінгапур	0,88 (1)	97,4
2	Гонконг	0,81 (2)	96,5
3	Японія	0,8 (3)	92,0
4	Республіка Корея	0,8 (4)	93,8
5	Канада	0,8 (5)	87,2
6	Фінляндія	0,8 (6)	96,7
7	Макао	0,8 (7)	93,3
8	Швеція	0,8 (8)	93,9
9	Ірландія	0,79 (9)	88,9
10	Нідерланди	0,79 (10)	93,5
11	Великобританія	0,78 (11)	92,8
12	Естонія	0,78 (12)	96,9
13	Франція	0,76 (18)	89,4
14	Польща	0,75 (23)	94,6
15	Німеччина	0,75 (25)	87,3
16	США	0,7 (35)	96,6
17	Китай	0,65 (45)	84,4
18	Україна	0,63 (53)	80,8
19	Молдова	0,58 (79)	77,1
20	Грузія	0,57 (84)	85,1
21	Чад	0,3 (168)	20,0
22	ЦАР	0,29 (169)	-

Примітка: складено за [10-11].

На основі даних таблиці 2 можна зробити висновок, що країни з найбільш високим рівнем людського капіталу водночас відносяться до групи з найбільш високим рівнем розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Так, наприклад, найбільш розвинутими країнами світу за відповідним рейтингом людського капіталу є Сінгапур (№1 у рейтингу), Гонконг (№2), Японія (№3), Республіка Корея (№4) та Канада (№5). Всі вони відносяться до групи розвинутих країн світу і відзначаються дуже високими показниками рівня життя населення. Водночас, ці країни входять до групи світових лідерів і за показником індексу розвитку ІКТ (необхідно зауважити, що згідно останнього дослідження даного показника рейтинг країн не визначався). Привертає увагу, що в першій Топ-5 країн за показником рівня розвитку людського капіталу є три так звані «нових індустріальних» країни, які мають свої специфічні закономірності швидкого входження із групи країн, що розвиваються, до найбільш розвинутих країн сьогодення.

Щодо крупних розвинутих країн – Японії, США, Великобританії, Франції, Німеччини, то вони також знаходяться в групі країн-лідерів за обома цими показниками. Китай, як можна побачити із даних таблиці 2, має відносно невисоке 43-є місце за показником розвитку людського капіталу, що свідчить про наявність певного потенціалу покращення якості зростання цієї країни в найближчій перспективі. Щодо України, то ми на 53 місці за рівнем розвитку людського капіталу та маємо достатньо високі показники використання інформаційно-комунікаційних технологій.

Висновки. Таким чином, ядром людського капіталу була і залишається людина, але сьогодні це людина освічена, творча та ініціативна, яка володіє високим рівнем професіоналізму, у тому числі при використанні цифрових технологій. Цифрові трансформації у сучасному суспільстві, пов'язані з переходом до нових способів роботи і мислення з використанням цифрових, соціальних, мобільних і нових технологій, вимагають від працівників відповідних цифрових навичок і вмінь. Це вимагає врахування аспектів володіння інформаційними технологі-

ями при вимірюванні рівня розвитку людського капіталу. Проведений аналіз засвідчив, що між показниками розвитку цифрової економіки та людського капіталу існує прямий взаємозв'язок.

Література.

1. Грیشнова О.А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки: монографія. Київ: Знання, 2001. 254 с.
2. Гуменюк Ю.П. Людський капітал та вплив його глобального переливу на соціально-економічний розвиток. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2010. № 682. С. 270-279.
3. Антонюк В.П. Формування та використання людського капіталу в Україні: соціально-економічна оцінка та забезпечення розвитку: монографія. Донецьк: НАН України. Інститут економіки промисловості, 2007. 348 с.
4. Компанієць В.В. Людський капітал: визначення, особливості, відтворення. *Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту ім. акад. В. Лазаряна*. 2008. Вип. 21. С. 281-284.
5. Руденко М.В. Цифровізація: категоріальні особливості та специфіка трактування. *Економічний форум*. 2021. 1(4). С. 3-13.
6. Піжук О., Муравйов В. Цифрове суспільство як нова парадигма розвитку цивілізації XXI століття. *Veda a Perspektivy*. 2022. №2. С. 75-86. DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1584-2022-2\(9\)-75-86](https://doi.org/10.52058/2695-1584-2022-2(9)-75-86).
7. Becker G. S. Human Capital N. Y. Columbia University Press, 1964. 464 p.
8. The Global Human Capital Report 2017. World Economic Forum, 2017. URL: <https://weforum.ent.box.com/s/dari4dktg4jt2g9xo2o5pkjpatvawdb>.
9. The human capital project. International Bank for Reconstruction and Development. The World Bank, 2018. 50 с. URL: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/363661540826242921/pdf/The-Human-Capital-Project.pdf>.
10. Human capital index (HCI) (scale 0-1) - Country Ranking. Indexmundi: вебсайт. URL: <https://www.indexmundi.com/facts/indicators/HD.NCI.OVRL/rankings>
11. ICT Development Index 2023. International Telecommunication Union Telecommunication Development Sector. https://www.itu.int/hub/publication/D-IND-ICT_MDD-2023-2/

Reference

1. Hrishnova, O.A. (2001). Lyudskyy kapital: formuvannya v systemi osvity i profesiynoyi pidhotovky. Kyiv: Znannia.
2. Humeniuk, Yu.P. (2010). Lyudskyy kapital ta vplyv yoho hlobalnoho perelyvu na sotsialno-ekonomichnyi rozvytok. Visnyk Natsionalnoho univertsytetu «Lvivska politekhnika». (682), 270-279.

3. Antoniuk, V.P. (2007). Formuvannia ta vykorystannia lyudskoho kapitalu v Ukraini: sotsialno-ekonomichna otsinka ta zabezpechennya rozvytku. Donetsk: NAN Ukrainy. Instytut ekonomiky promyslovosti.
4. Kompaniyets, V.V. (2008). Lyudskyi kapital: vyznachennia, osoblyvosti, vidtvorennia. Visnyk Dnipropetrovskoho natsionalnoho universytetu zaliznychnoho transportu imeni akademika V. Lazariana. Issue 21, 281-284.
5. Rudenko, M.V. (2021). Tsyfrovizatsiya: katehorialni osoblyvosti ta spetsyfika traktuvannya. Ekonomichnyy forum, 1(4), 3-13. DOI:10.32680/2409-9260-2022-5-6-294-295-80-87
6. Pizhuk, O., & Muraviov, V. (2022). Tsyfrove suspilstvo yak nova paradyhma rozvytku tsyvilizatsiyi XXI stolittia. Veda a Perspektivy, (2), 75-86. DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1584-2022-2\(9\)-75-86](https://doi.org/10.52058/2695-1584-2022-2(9)-75-86).
7. Becker, G.S. (1964). Human Capital N. Y. Columbia University Press.
8. The Global Human Capital Report 2017. World Economic Forum, 2017. Retrieved from <https://weforum.ent.box.com/s/dari4dktg4jt2g9xo2o5pksjpatvawdb>.
9. The human capital project. International Bank for Reconstruction and Development. The World Bank, 2018. 50 c. Retrieved from <https://documents1.worldbank.org/curated/en/363661540826242921/pdf/The-Human-Capital-Project.pdf>.
10. Human capital index (HCI) (scale 0-1) - Country Ranking. Indexmundi: вебсайт. Retrieved from <https://www.indexmundi.com/facts/indicators/HD.HCI.OVRL/rankings>
11. ICT Development Index 2023. International Telecommunication Union Telecommunication Development Sector. Retrieved from https://www.itu.int/hub/publication/D-IND-ICT_MDD-2023-2/

DIGITAL DIMENSION OF HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT
Yu. I. Pylypenko, D.E., Professor, A. S. Shvets, Post-graduate Student,
Dnipro University of Technology

Methods. When conducting the research, the following methods were used: scientific generalization – when determining the essence of the categories «digitalization», «digital economy», «human capital»; analysis and synthesis – when clarifying trends and forms of development of digitalization processes; logical analysis – when establishing the correlation between indicators of the development of the digital economy and human capital.

Results. The article analyzes theoretical approaches to defining the concepts of «digitalization» and «digital economy». The importance of digital transformation processes in modern society is emphasized, in particular as a transition to new ways of working and thinking with the use of digital, social, mobile and new technologies. The main digital systems of the digitized environment are characterized. It is emphasized that the functioning of the digital economy based on digital systems is due to, firstly, the presence of a special infrastructure formed with the help of hardware, software, telecommunications, and secondly, specific business models that function based on the use of computer networks within virtual interactions and, thirdly, electronic commerce, through which trade operations are implemented within the global Internet network.

The essence of human capital, its types and conditions of formation are analyzed. The existing approaches to the evaluation of human capital are considered, the need to take into account aspects of information technology ownership when measuring its level of development is emphasized. The indicators of the development of the digital economy and human capital were considered, a direct correlation between them was established.

Novelty. Correspondence between the indicators of the development of human capital and the digital economy has been established.

Practical value. The results of the study can be used in the process of assessing the level of development of national human capital.

Keywords: human capital, digitalization, digital economy, assessment of human capital, socio-economic development.

Надійшла до редакції 20.05.24 р.

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ЗАКОНОМІРНОСТІ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ЗМІН

*Л. Л. Лазебник, д. е. н. професор, Державний податковий університет,
ll1808816@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-2234-4093>*

Методологія дослідження. Методологічною основою дослідження стали такі наукові методи: аналітичний – при виокремленні позитивних та негативних аспектів процесу глобалізації; конкретного та абстрактного – при узагальненні характеру впливу процесів глобалізації на технологічний розвиток; аналізу та синтезу – при з'ясуванні циклічних закономірностей технологічних змін.

Результати. В статті проаналізовані циклічні закономірності технологічних змін під впливом процесів глобалізації. Відзначено суперечливий характер процесів глобалізації в сучасних умовах, що призвело до тенденцій регіоналізації світогосподарських зв'язків та вплинуло на характер міжнародної конкуренції. На основі теорій довгострокових коливань розглянуто циклічні закономірності технологічних змін. Підкреслено, що різні підходи до вивчення закономірностей довгострокової економічної динаміки та процесів періодичного оновлення технологічних способів виробництва взаємодоповнюють один одного. Розкрито характер структурних криз як фази довгострокових економічних коливань. Відзначено, що у сучасних умовах характер технологічних змін обумовлюється взаємовпливом процесів глобалізації, науково-технічного прогресу та економічної політики.

Новизна. Встановлено, що характер технологічних змін, як об'єктивного процесу періодичного оновлення технологічних способів виробництва, у сучасних умовах суттєво модифікується суперечливими процесами глобалізації.

Практична значущість. Результати дослідження можуть бути використані науковцями, представниками державної влади в процесі дослідження та розробки механізмів технологічної модернізації національної економіки України.

Ключові слова: глобалізація, технологічні зміни, циклічний розвиток, науково-технічний прогрес, інновації.

Постановка проблеми. У сучасних умовах конкурентоздатність як окремих господарюючих суб'єктів, так і національних економік у цілому залежить від здатності швидко реагувати на постійні зміни ринкової кон'юнктури під впливом багатьох факторів, які мають не лише економічну природу. Практика свідчить, що здатність такого реагування багато у чому зумовлюється не тільки ефективністю менеджменту конкретного підприємства чи дієвості відповідної економічної політики держави, але й наявністю необхідних ресурсних, технологічних та інституційних умов для інноваційного розвитку. Саме інноваційний характер економічної діяльності в умовах загострення конкуренції на національних ринках

та у світовому господарстві формує реальну та потенційну основу здатності відповідати на існуючі ринкові та глобальні виклики.

Центральне місце в інноваційних моделях розвитку, притаманних провідним компаніям та країнам світу, займає науково-технічна та технологічна складова. Широке впровадження в усі суспільні сфери результатів фундаментальних і прикладних досліджень, винахідницької діяльності, дослідно-конструкторських робіт через відповідні інвестиційно-інноваційні заходи втілюються у принципово нові або вдосконалені системи машин, технологічні процеси, джерела енергії тощо. Все це виступає запорукою стійкого та конкурентоздатного соціально-економічного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика технологічного розвитку та зміни технологічної основи економічної діяльності завжди була в центрі уваги економічної науки. Сьогодні вітчизняні та зарубіжні науковці активно досліджують сучасні тенденції технологічного розвитку, пов'язані із вимогами 4-ї промислової революції, пропонують заходи, спрямовані на формування більш сприятливих умов для технологічного оновлення національних економік на інноваційних засадах тощо. У цьому відношенні заслуговують на увагу, наприклад, праці Ю. Власенко [1], Ю. Дубей [2], Н. Крючкової [3] та інших. Разом з тим, аспекти впливу на характер сучасних технологічних змін суперечливих процесів глобалізації в економічних дослідженнях ще, на нашу думку, представлені недостатньо. Автори, досліджуючи процеси глобалізації, здебільшого зосереджені на характеристиках сутності глобалізаційних процесів у світовій економіці, їхніх рушійних сил та тенденції, основних напрямів і показників, які характеризують глобалізацію тощо. Тому з'ясування механізмів впливу глобалізації на закономірності технологічного розвитку у сучасних умовах, зокрема циклічного характеру, є актуальними з теоретичної та практичної точки зору.

Формулювання мети статті. Метою даної є аналіз циклічних закономірностей технологічних змін під впливом процесів глобалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Циклічність як нерівномірність розвитку, що постійно і періодично повторюється, відображає процеси формування, загострення та вирішення внутрішніх протиріч, які, власне, і утворюють ендогенний циклічний механізм чергування етапів еволюційного розвитку та якісних стрибків. Особливо яскраво подібна циклічна закономірність представлена в теоріях довгострокових економічних коливань, або «довгих хвиль», які описують періодичне оновлення технологічного способу виробництва та базуються на розумінні того, що технічні і технологічні нововведення розвиваються не прямолінійно, а мають чітко виражену хвилеподібну динаміку. Існує достатньо багато різних трактувань механізмів подіб-

ної довгострокової динаміки та різне бачення хронології технологічних змін. Разом з тим, незважаючи на ці розбіжності, сьогодні відбувається формування в економічних дослідженнях певної цілісної теорії довговильових коливань.

Сучасна економічна практика та новітні теоретичні дослідження підтверджують факт існування «довгих хвиль» в економіці. Зазначені розбіжності закономірно виникають через те, що кожен з дослідників економічної динаміки використовує власні досить великі, але обмежені масиви емпіричних даних, власні методи обробки статистичної інформації, по-своєму визначає головні чинники, які зумовлюють довгострокові коливання тощо. Це, безумовно, стає причиною появи різних моделей довгих хвиль, різних механізмів їх утворення. Проте, ці різні підходи до вивчення закономірностей довгострокової економічної динаміки та процесів періодичного оновлення технологічних способів виробництва не так суперечать, як доповнюють та збагачують один одного. Поступово дедалі повніше визначається цілісний механізм циклічного економічного зростання та технологічного оновлення суспільства.

Хоча загальна умова формування механізму довгих хвиль пов'язана із закономірностями розвитку товарно-виробничих відносин, важливого значення набуває доведений багатьма дослідниками факт нерівномірності технічного прогресу, тобто факт існування чинників довгострокових коливань, що є загальними закономірностями розвитку продуктивних сил. Кожна довга хвиля – це не тільки коливання економічної кон'юнктури, але й певний етап техніко-економічного розвитку. Причиною поширення технологій нового етапу стає створення нової виробничої інфраструктури, відповідної енергетичної бази, нових видів знарядь праці, конструктивних матеріалів тощо. Всі ці умови виникають у рамках попереднього етапу у вигляді нових поколінь НДДКР, нових зразків техніки та технологій. На той час, коли традиційні технологічні можливості економічного зростання вичерпують себе, зазначені умови перетворюються з потенційних на реальні напрями та способи використання суспільного капіталу.

Інноваційна діяльність в економіці, у тому числі у вигляді технологічних інновацій, пояснюється двома гіпотезами. Згідно з першою – в основі інноваційної діяльності, інноваційного процесу лежить технологічний поштовх, а з точки зору другої – тиск ринкового попиту. Гіпотеза технологічного поштовху базується на ідеї автономного розвитку науки, не надаючи значення зворотному зв'язку між економічним середовищем і спрямованістю технічного прогресу. Вважається, що розвиток наукової думки відносно незалежний від практики і виражається у вигляді зміни наукових парадигм, або революцій. Кожну наукову революцію характеризує яскраво виражена тенденція збільшення числа відкриттів у порівнянні з попередньою.

У другій гіпотезі формування суспільної потреби в інноваційній діяльності опосередковується необхідністю економічних агентів зіставляти розмір застосовуваних ресурсів (сукупних витрат) на інновації з результатами їх освоєння у матеріальному виробництві. Інший критерій здійснення цієї діяльності – соціальний ефект у відповідності з цілями конкретної економічної системи. Співвідношення результатів і витрат, яке визначає здійснення інноваційної діяльності, відбувається в таких ситуаціях:

1) попит і пропозиція рівновеликі – джерелом прибутку стає зниження витрат виробництва, а інновації використовуються недостатньо для максимізації підприємством прибутку;

2) підвищення сукупного попиту над пропозицією, що приводить до залучення у виробництво резервів та інновацій, зростання додаткових витрат, які покриваються збільшенням обсягів виробництва і продажів;

3) попит нижче пропозиції – зменшуються ціни і кошти на інноваційну діяльність, з обороту вилучаються неефективні фактори виробництва за допомогою їх консервації, утилізації. Оптимальний рівень прибутку утримується тільки за рахунок зниження витрат.

Отже, інновації активно залучаються у виробництво тоді, коли зростання попиту вимагає різкого збільшення обсягу виробництва, тобто пріоритетними для здійснення

інноваційної діяльності є економічні умови. Ретроспективний аналіз підтверджує: економічний ефект отримує найчастіше економічний суб'єкт, який не обов'язково створив нововведення, але застосував його. Таким чином, гіпотеза ринкового попиту пов'язує зростання інноваційних можливостей економіки до вимог ринку, з появою нових галузей і реконструкцією старих.

Можна стверджувати, що процес перерозподілу виробничих ресурсів відповідно до нових напрямів інноваційного розвитку в умовах товарного виробництва закономірно набуває вигляду тривалої структурної кризи. Це пояснюється об'єктивно обумовленим прагненням приватних та інституційних власників захистити та окупити свої вкладення у існуючі технології. У свою чергу, ці прагнення через внутрішню суперечливість економічних інтересів їхніх власників утворюють соціальні, організаційні, політичні фактори, які модифікують (посилюють або, навпаки, послаблюють) економічні коливання, що впливає на характер структурних криз. У цілому, кожна структурна криза виникає як результат взаємодії певного специфічного набору ендогенних та екзогенних факторів на макроекономічному та мегаекономічному рівнях. У масштабах світової економіки, де господарські процеси визначаються переважно внутрішніми чинниками, наявність ендогенних механізмів відтворення перетворює структурні кризи на необхідну частину економічного циклу довгої хвилі, тому структурні кризи як фази довгострокового циклу стають періодичними.

У рамках так званої концепції техніко-економічної парадигми відома дослідниця К. Перес, досліджуючи закономірності довгохвильових коливань звертає увагу на те, що їх механізмом є взаємодія техніко-економічної та інституційної сфер суспільства. На її думку технологічні зміни відбуваються відносно швидко і випереджають зміни в інституційній структурі, яка має значний інертний потенціал. Період, за який відбуваються кардинальні зміни в соціально-економічній структурі, і є періодом становлення техніко-економічної парадигми, яка відповідає новим принципам управління в різних сферах і які стають загально визначеними для чергової фази розвитку. Фактично

К. Перес в своїй теорії відійшла від пануючих раніше технократичних підходів, що дало можливість більш системно розглянути закономірності технологічного розвитку суспільства [4].

Ми погоджуємося із Ю. Пилипенко, що К. Перес «... пов'язує причини та характер довгохвильових коливань не лише з ендогенними, але й екзогенними факторами, які криються у невідповідності структурних елементів всієї соціальної системи і, насамперед, її технологічної та інституціональної підсистем. Як вбачається, саме поєднання ендогенного механізму довгохвильових коливань, викладеному у теорії Г. Менша із аналізом екзогенного впливу на технологічний розвиток інших складових суспільної системи, який міститься у концепції К. Перес, може дати більш системний погляд на закономірності еволюції технологічних систем в межах загальної теорії «довгих хвиль» [5, с.73].

На його думку, періодичне оновлення технологічного способу виробництва («техніко-економічної парадигми») як основи довгострокових коливань економічних систем відбувається внаслідок постійного відтворення його внутрішніх протиріч між двома структурами (підсистемами): технологічною та інституційною. Кожна із двох економічних підсистем має власні джерела, закономірності розвитку. Визначальним чинником розвитку технологічної структури є науково-технічний прогрес, що у виробничих процесах реалізується у вигляді інвестиційної та інноваційної діяльності. Інституційна структура розвивається під впливом змін у соціально-економічних відносинах та об'єктивно необхідної координації економічної поведінки між суб'єктами господарювання різних країн під впливом розгортання процесів глобалізації. Отже, робить висновок дослідник, довгострокові економічні коливання обумовлює існування 3-х груп факторів:

- науково-технічного прогресу;
- державної економічної політики;
- глобалізації економіки [5, с.74].

Необхідно підкреслити, що вплив процесів глобалізації на механізм довгострокових економічних коливань не є однорідним та односпрямованим. Якщо тривалий час

глобалізація розглядалася як неминучий процес, пов'язаний зі зростанням взаємозв'язків та взаємозалежності між державами, то останнім часом практика свідчить про наявність дещо специфічних тенденцій. Ті явні переваги процесів глобалізації, що реально та потенційно розширюють можливості соціально-економічного розвитку для національних економік зіштовхнулися із низкою проблем, які пов'язані із несправедливим розподілом вигоди для країн із різним рівнем розвитку, посиленням залежності менш розвинених країн тощо. В результаті ми сьогодні спостерігаємо процеси регіоналізації або навіть деглобалізації, тенденції яких активно набирають оберті. Зростає роль інтеграційних союзів, які виступають способом уникнення негативних процесів, пов'язаних з глобалізацією і найбільш ефективним шляхом підвищення конкурентоспроможності як окремих країн, так регіональних об'єднань у цілому. Це, у свою чергу, модифікує процеси координації економічної поведінки між суб'єктами господарювання (особливо в контексті регіональної транснаціоналізації економічної діяльності), трансформує ринковий механізм та принципи національної економічної політики. У сукупності зазначені тенденції глобалізації на сучасному етапі змінюють характер інституційного середовища економічної діяльності та, відповідно, техніко-економічної сфери суспільства.

Висновки. Циклічність технологічного розвитку є іманентною сучасному етапу існування людства. Теорії довгострокових економічних коливань описують періодичне оновлення технологічного способу виробництва та хвилеподібний характер технічних і технологічних змін. Механізмом «довгих хвиль» в економіці є взаємодія техніко-економічної та інституційної сфер суспільства. Одним із ключових факторів, який обумовлює довгострокові економічні коливання, а, отже, і технологічні зміни, є глобалізація. Останні десятиліття свідчать про посилення тенденцій регіоналізації та деглобалізації, які модифікують інституційне середовище економічної діяльності та, відповідно, техніко-економічну сферу суспільства.

Література.

1. Власенко Ю.Г., Букіна Т.В., Литвин Л.М. Розвиток економіки України в умовах четвертої промислової революції. *Економіка та держава*. 2021. № 1. С. 53-60. DOI: 10.32702/2306-6806.2021.1.53
2. Дубей Ю.В. Технологічний розвиток України в умовах четвертої промислової революції. *Вісник Одеського національного університету: Серія Економіка*. 2020. Т.25. Вип. 6 (85). С. 16-81.
3. Крючкова Н.М., Гацька Л.П., Лук'яненко Н.Е., Єжелей Ю.О. Український економічний вимір: четверта промислова революція. *Академічні візії*. 2023. Вип. 18. URI: <https://dspace.onu.edu.ua/handle/123456789/38300>
4. Perez C. Toward a Comprehensive Theory of Long Waves. Long Waves, Depression, and Innovation: Implication for National and Regional Economic Policy: Collaborative Paper. IASA, 1985. P. 103-117.
5. Пилипенко Ю.І. Технологічна структура національної економіки: теорія, практика та регулювання: Монографія. Д.: Національний гірничий університет, 2010. 201 с.

Reference

1. Vlasenko, Yu.H., Bukina, T.V. & Lytvyn, L.M. (2021), Rozvytok ekonomiky Ukrainy v umovakh chetvertoyi promyslovoi revolyutsiyi. *Ekonomika ta derzhava*, (1), 53-60. DOI: 10.32702/2306-6806.2021.1.53
2. Dubeey, Yu.V. (2020). Tekhnolohichnyy rozvytok Ukrainy v umovakh chetvertoyi promyslovoi revolyutsiyi. *Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu: Ser.: Ekonomika*. T.25, Issue 6(85), 16-81. <https://doi.org/10.32782/2304-0920/6-85-4>
3. Kryuchkova, N.M., Hatska, L.P., Lukyanenko, N.E., & Yezhelyy, Yu.O. (2023). Ukrayinskyy ekonomichnyy vymir: chetverta promyslova revolyutsiya. *Akademichni vizii*, Issue 18. URI: <https://dspace.onu.edu.ua/handle/123456789/38300> DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7794988>
4. Perez, C. (1985). Toward a Comprehensive Theory of Long Waves. Long Waves, Depression, and Innovation: Implication for National and Regional Economic Policy: Collaborative Paper. IASA, 103-117.
5. Pylypenko, Yu.I. (2010). Tekhnolohichna struktura natsionalnoyi ekonomiky: teoriya, praktyka ta rehulyuvannya. Dnipropetrovsk: Natsionalnyy hirnychy universyte.

EFFECT OF GLOBALIZATION ON THE TECHNOLOGICAL CHANGES TENDENCIES

L. L. Lazebnyk, D.E., Professor, State Tax University

Methods. The following scientific methods are the methodological basis of the research: analytical – when distinguishing positive and negative aspects of the globalization process; concrete and abstract – when generalizing the nature of the impact of globalization processes on technological development; analysis and synthesis – when clarifying the cyclic patterns of technological changes.

Results. The cyclic patterns of technological changes under the influence of globalization processes are analyzed. The contradictory nature of the processes of globalization in modern conditions, which led to the regionalization of world economic relations and affected the nature of international competition, was highlighted. On the basis of the theories of long-term fluctuations, the cyclic patterns of technological changes are considered. It is emphasized that different approaches to studying the regularities of long-term economic dynamics and processes of periodic renewal of technological methods of production complement each other. The nature of structural crises as a phase of long-term economic fluctuations is revealed. It is noted that in modern conditions, the nature of technological changes is determined by the mutual influence of globalization processes, scientific and technological progress, and economic policy.

Novelty. It has been established that the nature of technological changes, as an objective process of periodic renewal of technological methods of production, in modern conditions is significantly modified by the contradictory processes of globalization.

Practical value. The results of the study can be used by scientists, representatives of the state authorities in the process of research and development of mechanisms of technological modernization of the national economy of Ukraine.

Keywords: globalization, technological changes, cyclical development, scientific and technological progress, innovations.

Надійшла до редакції 20.05.24 р.

МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ДИСКУРС ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

*Г. М. Пилипенко, д. е. н., професор, anparylyp@ukr.net, orcid.org/0000-0003-2091-4320,
І. Ю. Гузенко, к. е. н., доцент, iguzenko1@gmail.com, orcid.org/0000-0003-1693-6260,
НТУ «Дніпровська політехніка»*

Методологія дослідження. Дослідження базується на використанні міждисциплінарної методології для аналізу феномену сучасної глобалізації. Системний підхід застосовано для представлення глобальної економіки як складної, відкритої системи, в межах якої взаємодіють між собою економічні, політичні, правові та соціокультурні складові людської цивілізації. На основі аналізу й синтезу визначено багатоаспектність та багатогранність поняття глобальної економіки, а завдяки методу класифікацій виокремлено теоретико-методологічні підходи міждисциплінарних досліджень глобальних проблем.

Результати. У статті розглянуто сучасні тенденції розвитку світової економіки. Продемонстровано взаємопов'язаність і взаємозалежність країн світу, взаємопроникнення їхніх економік. Показано, що економічні процеси в межах глобальної економіки тісно пов'язані із трансформаціями не тільки економічної, але й політичної, правової, соціальної та соціокультурної сфер функціонування людської цивілізації. Встановлено багатоаспектність феномену глобалізації, що породжує неоднозначність його тлумачення різними авторами.

Новизна. Запропоновано використання міждисциплінарного підходу до дослідження процесів глобалізації. Виокремлено теоретико-методологічні підходи міждисциплінарних досліджень глобальних проблем.

Практична значущість. Встановлення багатоаспектності феномену глобальної економіки та визначення ознак міждисциплінарної методології для його дослідження дозволить отримувати більш досконалу інформацію про закономірності функціонування та сучасні тенденції розвитку світового господарства.

Ключові слова. Глобалізація, глобальна економіка, економічна глобалізація, міждисциплінарна методологія, напрями міждисциплінарної методології.

Постановка проблеми. Системні трансформації ХХ – початку ХХІ століть кардинальним чином змінили економічний, політичний та інституціональний простір, в якому вибудовуються взаємовідносини економічних суб'єктів. Поглиблення процесів інтернаціоналізації привело до розвитку стійких економічних зв'язків між країнами, виходу відтворювальних процесів далеко за межі національних кордонів, що, у свою чергу, посилює взаємозалежність країн. Поряд з цим набули поширення процеси транснаціоналізації, під час яких відбувається взаємопроникнення економік різних країн

через діяльність міжнародних компаній, які є національними за походженням капіталу, але інтернаціональними з огляду на його розміщення. Відкриваючи філії на території інших країн, проводячи операції із злиття й поглинання, приєднуючи тисячі іноземних фірм до глобальних ланцюгів створення вартості транснаціональні корпорації ще більше поглиблюють взаємозалежність між суб'єктами світової економіки і здобувають не тільки ринкову, але й політичну владу.

Необхідність наддержавного регулювання економічних процесів потребувала нових інституціональних утворень, якими

стали міжнародні організації. До виникнення міждержавних інститутів регулювання національні держави завжди мали вирішальний голос у визначенні параметрів взаємодії з іншими державами на міжнародній арені. Саме на національному рівні приймалися основні політичні рішення, що торкалися виробництва, розподілу й використання економічних ресурсів, забезпечувались чітко визначені напрями національної безпеки та підтримувався баланс між економічно ефективним і справедливим розвитком суспільства. На етапі сучасної інтернаціоналізації цей баланс порушується, оскільки виникає невідповідність реальних повноважень між традиційними інститутами прийняття рішень і новими організаціями, які здійснюють контроль над ресурсами й економічними процесами, необхідними для реалізації їхніх регулюючих функцій. На практиці виявляється, що національні держави, з одного боку, делегували значну частину своїх економічних функцій і повноважень міждержавним політичним й економічним органам, а з іншого – самі потрапили під їх регулюючий вплив. Останній проявляється у різних формах і призводить до неоднозначних наслідків [1, с.19].

Прагнення вирішити обмеженість національного і наднаціонального регулювання активізувало діяльність інститутів громадянського суспільства, яке все більше набуває ознак інтернаціонального механізму ініціювання і розповсюдження суспільних змін через формування взаємозв'язку окремих суб'єктів з політичним процесом у межах світового господарства. Саме завдяки функціонуванню інститутів громадянського суспільства формується механізм протидії узурпації економічної і політичної влади окремими суб'єктами міжнародної економіки, реалізація поступу світової спільноти до досягнення глобальних цілей сталого розвитку [2].

Більше того, в сучасному світі зазнають модифікації не тільки економічні й політичні інститути, але й відбувається формування мультикультурного простору, в якому зближуються, проникають одна в одну і збагачуються різні культури в єдиному річищі загальнолюдських цінностей. Ці якісні зміни у взаємодії та взаємозалежності

різних країн і регіонів світу, що поєднали національні економіки, зумовили виникнення нового явища, названого «глобалізацією».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Процеси, властиві сучасному світу, є настільки складними і взаємозалежними, що вони виходять за межі виключно економічної системи і охоплюють усі сфери функціонування суспільства. Ця обставина суттєво утруднює дослідження сучасної глобалізації і вимагає пошуку таких методологічних підходів, які б дозволили її вивчати у всій сукупності форм прояву.

Слід зазначити, що у вітчизняній економічній літературі існує певна кількість робіт, яка присвячена методологічним аспектам наукового пошуку у сфері глобалізації. Серед них на особливу увагу заслуговує робота А. Філіпенка, в якій автор пропонує розглядати міжнародну економічну політику як складову глобалізації на чотирьох дослідницьких рівнях, а саме: філософському (містить у собі загальні принципи пізнання і категоріальний устрій науки в цілому), загальнонауковому (охоплює всі теоретичні концепції, що застосовуються до всіх чи більшості наукових дисциплін), конкретно науковому (сукупність методів, принципів дослідження і процедур, що застосовуються в тій чи тій спеціальній науковій дисципліні) та технологічному (набір процедур, що забезпечують отримання достовірного емпіричного матеріалу і його первинну обробку, після якої він може включатись у масив наукового знання) [3, с.6]. Проекція цих методологічних рівнів на систему міжнародної економічної політики дозволила автору стверджувати, що феномен глобальної економіки має розглядатися як складна відкрита система згідно методологічним принципам синергетики.

В. Рокоча, Б. Одягайло, В. Терехов досліджують глобальну економіку як явище багатоманітного світу, який складається з багатьох вимірів. Отже, на думку авторів, для її дослідження важливо сформулювати і використовувати нову методологію, яка заснована не на одному, а де-кількох взаємопов'язаних постулатах: багатомірне мислення – поліцентризм – плюралізм. «Новий методологічний підхід до аналізу світогоспо-

дарських процесів, на думку дослідників, полягає в тому, що, по-перше, типи (моделі) економічних систем неможливо об'єднати в одну загальну модель, по-друге, моделі не виключають і не витісняють одна одну, хоча між ними можуть існувати суперечності: жодна модель не претендує на те, щоб бути єдиною істиною, переважати над іншими, кожна модель пристосована лише до певних обмежених умов, за яких і виявляються її найбільші переваги. Ця особливість методології дозволяє підвищити рівень достовірності дослідження і наблизити останнє до рівня сьогодення. А реалії полягають у формуванні сфери багатоманітності, що пов'язано з глобалізацією світової економіки» [4, с.12]. У якості методології, яка забезпечує виконання поставлених завдань, автори обирають інтегральний підхід, який дозволяє здійснювати системний аналіз сучасного багатоманітного світового середовища [Там само, с.27].

На застосуванні системного підходу до дослідження глобальної економіки наголошує і Т. Кальченко, який розглядає інструментарій глобалістики як міждисциплінарної науки з виділенням технократичного, еколого-популістського та екзистенціально-культурного напрямів її формування. Поряд з цим науковець пропонує методологію системного аналізу транснаціоналізації, яка дозволяє розглянути цей процес як домінування оболонкових і матричних структур організаційної оптимізації ТНК з тенденцією до віртуалізації їхньої діяльності [5].

Поряд з цими фундаментальними роботами варто звернути увагу і на низку праць інших українських науковців, зокрема Кучерук Д., Руденко-Сударєвої Л., Шевчик Б., в яких підіймаються питання теоретико-методологічних підходів дослідження окремих аспектів функціонування глобальної економіки [6-8].

Формулювання мети статті. Метою даної роботи є аналіз існуючих теоретико-методологічних підходів до дослідження феномену глобалізації, обґрунтування методу досліджень сучасної глобалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. В усіх згаданих роботах наголошується на необхідності застосування системного підходу до вивчення глобальних аспек-

тів функціонування сучасної світової економіки, а також використанні тих методологічних підходів, які дозволяють врахувати взаємозалежність її складових та багатоманітність. На наше глибоке переконання, це завдання може бути вирішене виключно у межах міждисциплінарності. Такі комплексні й всеосяжні процеси світового масштабу як глобалізація належить розглядати в межах пізнавальних схем на підставі методологій різних наук і з врахуванням зростаючої ролі ціннісно-культурних чинників міжнародної економічної взаємодії та зовнішньоекономічної діяльності за умов глобалізації.

На цьому зроблено наголос у наших попередніх роботах, де запропоновано для досліджень використання методу системного інтегралізму, в якому на основі інституціонального підходу поєднано наукові досягнення економіки, соціології, антропології, соціальної психології та політології [9, с.75]. Такий підхід утворює міждисциплінарну методологію і дозволяє дослідити феномен глобальної економіки у всіх її проявах з огляду на економічну, політичну, правову, соціальну та соціокультурну сфери функціонування людської цивілізації. При цьому глобальну й глобалізовану економіку доцільно розглядати як сферу взаємодії (протиставлення й конвергенції) цінностей, оскільки міжнародно-економічна взаємодія і зовнішньоекономічна діяльність мають свої ціннісні мотиваційні комплекси, які спрямовують їх за умов глобалізації або ж нею й породжуються. Загалом, йдеться про теоретико-методологічну спробу розглянути увесь процес (глобалізації) під кутом зору одного з його аспектів (ціннісного). Нарешті, зазначена «аксіологія глобалізації» може стати органічною і важливою частиною інтердисциплінарного комплексу «глобалістики» [10, с.25].

Звернення під таким кутом до проблем глобалізації дозволяє зробити висновок про те, що саме багатоаспектність цього феномену породжує його неоднозначність тлумачення. Відтак, сьогодні термін «глобалізація» вживається в досить широкому сенсі. Перш за все, під цим поняттям в основному розуміють посилення взаємозалежності держав. Як виявилось, глобалізація справляє

трансформувальний вплив на всі базові структури та цінності цивілізації, тобто це новий всесвітній процес соціальних перетворень. При цьому глобалізація – явище багатогранне, тому її слід розглядати як комплекс трансформаційних процесів, що охоплюють різні сфери світового співтовариства. Іншими словами, глобалізація – це всеохоплюючий процес трансформації всього світового співтовариства у відкриту цілісну систему інформаційно-технологічних, фінансово-економічних, суспільно-політичних, соціально-культурних взаємозв'язків і взаємозалежностей.

Термін «трансформація» означає кількісні зміни та якісні перетворення, зумовлені складною взаємодією зовнішніх і внутрішніх факторів розвитку. Як відомо, синтез елементів розвитку народжує нову якість, тому в суспільних науках термін «трансформація» став активно використовуватися для опису якісних змін і появи нової властивості. Використання поняття «глобальні трансформації» відбулося одночасно із переходом до новітнього етапу глобалізації, коли наростання хвилі глобальних потоків і взаємозв'язків якісно змінило (трансформувало) основні форми соціальної діяльності – політичної, економічної та культурної. Сучасні системні трансформації надають глобалізації нової якості – з тенденції вона перетворюється на всепоглинальний процес, який зосереджує в собі політичні, економічні, соціальні, екологічні, науково-технологічні та інші складові, серед яких центральною складовою виступає економічна.

Економічна домінанта в процесі глобалізації не тільки не виключає, але й передбачає міждисциплінарний підхід у дослідженні та аналізі згаданого явища, оскільки господарський процес пронизує всі аспекти людського буття, при цьому зміни в економічній сфері неминуче відображаються на всіх сферах соціального життя – політичних, культурних, екологічних, на розвитку науки тощо. Своєю чергою, зміна характеру розвитку в цих сферах впливає на перебіг глобалізаційних процесів у світовому господарстві.

Перше, що слід зробити, підходячи до розгляду глобалізації як до об'єкта міждис-

циплінарного дослідження, – поставити перед собою питання, що ж таке глобалізація, які сутнісні риси цього багатогранного й складного феномена входять у коло інтересів наукових шкіл економіки, соціології, історії, політології, теорії міжнародних відносин, а також міжнародних організацій. З безлічі визначень глобалізації та її різних проявів (наприклад, поданих у табл. 1) найбільш важливими є ті, де говориться про зміну характеру світової економіки, яка з фрагментарного стану сукупності національних господарств перетворюється на цілісне утворення, що потребує адекватного управління.

Перевага розгляду певних аспектів процесу глобалізації (економічних, соціальних, культурних, технологічних, екологічних) зовсім не виключає вивчення також інших її складових. Наприклад, просто неможливо уявити відокремлену від соціальної взаємодії економічну діяльність людини. Відомо, що саме розвиток нових технологій закладає фундамент практично безмежного поширення економічної взаємодії. Своєю чергою, це зумовлює контакти між представниками суттєво відмінних одна від одної культур. Цю відмінність економічні суб'єкти помічають саме тому, що господарська взаємодія набуває глобальних масштабів. Всі знають, що вплив людини на зовнішнє середовище, який невинно зростає в міру активізації її господарської діяльності, породжує екологічні проблеми. Отже, обмежувати дослідження тільки сферою однієї наукової дисципліни – це означає погіршувати їхню якість, зробити неповними, не забезпечити адекватності отримуваних результатів. У цих умовах потрібне поєднання зусиль дослідників, які працюють у суміжних наукових галузях. І тоді в центрі уваги опиняються різні аспекти діяльності людини, що стосуються глобальної господарської взаємодії.

Варто зауважити, що мова йде саме про господарську, а не економічну взаємодію. Бо перше виходить далеко за рамки виробничих або товарно-грошових відносин. І в цьому контексті міждисциплінарний дискурс глобальних досліджень, долучення до них науковців, які вивчають соціологічні, культурологічні, антропологічні, історичні,

правові, філософські, технологічні, екологічні аспекти згаданої взаємодії, лише підтверджує той факт, що правильне розуміння сутності процесів, які відбуваються в сучас-

ному глобалізованому світі, неможливе, якщо спиратись тільки на теоретичні концепти «людини економічної».

Таблиця 1

Глобалізація як багатогранний і складний феномен

Глобалізація	Нова ситуація, яка характеризується розширенням можливостей для зв'язків й обмінів у всесвітньому масштабі, що робить можливою побудову «світової системи» <i>Форум тисячоліття ООН</i>
	Серія вимірів, що емпірично фіксуються, різнорідних, але поєднаних логікою перетворення світу в єдине ціле <i>Роланд Робертсон</i>
	Вільна комбінація угод про свободу зовнішньої торгівлі, Інтернету й інтеграції фінансових ринків, що стирають рамки та поєднують світ у цілісне, прибуткове, але жорстке місце небаченого досі конкурентного тиску <i>Томас Фрідман</i>
	Процес злиття калюж, ставків, озер і морів в один глобальний господарський океан, який маленьку одиницю піддає дії цунамі економічної конкуренції замість дії, як це було колись, дрібних хвиль, а також регулярних припливів і відпливів <i>Ганс-Петер Мартін, Харольд Шуман</i>
	З одного боку – об'єктивний закономірний процес, а з іншого – штучне насильницьке явище, що розвивається під тиском економічно потужних держав, й особливо ТНК, для вирішення власних проблем і реалізації егоїстичних інтересів у глобальному середовищі <i>Антон Філіпенко</i>
	Процес, що виводить цивілізацію на вищий рівень розвитку із системною інтернаціоналізацією умов та сфер людської життєдіяльності <i>Дмитро Лук'яненко</i>

Можна виокремити кілька підходів до міждисциплінарних досліджень глобальних проблем. Перший підхід включає роботи, присвячені визначенню філософсько-методологічних засад дослідження глобалізації. Серед них можна назвати публікації У. Бека, А. Гальчинського, Г. Задорожного, Е. Райнерта, Б. Шевчика. Тут передбачено розробку власне методологічного забезпечення досліджень проблем, породжених глобалізацією та пов'язаними з цим концептуальними засадами визначення історичних вимірів глобалізації; пояснення сутності й змістового наповнення цього поняття (У. Бек); критичний аналіз «мейнстріму» економічної теорії як інструменту дослідження глобальних проблем і альтернативних варіантів її розвитку (А. Гальчинський, Г. Задорожний, Е. Райнерт). Другий підхід, реалізований власне в межах мультидисципліни, включає дослідження у сфері глобалістики, зміст яких означає поєднання в рамках одного дослідницького проекту соціо-природних, економіко-технологічних, політологічних, культурологічних аспектів гло-

бальних процесів. Серед цієї групи особливого значення набуває розгляд питань геополітики. При цьому вивчення політичних аспектів глобалізації поєднується з економічними, географічними, тоді формуються такі наукові дисципліни як геополітика, гео-економіка. Відповідність такій концепції знаходимо в роботах М. Геффернена, К. Жана, П. Савона, Р. Каплана, К. Хаусхофера.

Третій підхід включає бі- та полідисциплінарні дослідження, зокрема це стосується соціології глобальних ринків, які передбачають у межах єдиного об'єкта (власне, глобалізація) поєднано одразу кілька складових, що належать до різних наукових дисциплін, наприклад у роботах Г. Джерефі, Н. Флігштейна. Також цей підхід реалізовано авторами світ-системного аналізу історії формування глобальної світ-економіки капіталізму (Дж. Аррігі, Ім. Валлерстайном); дослідниками становлення економічних світ-систем (Ф. Броделем), розвитку глобальної мережевої інформаційної економіки (М. Кастельсом), зростання ролі та значення

творчості як чинника прискорення процесів глобалізації (Р. Флорідом, Дж. Хокінсом).

Четвертий підхід відображає виконання міждисциплінарних проектів у сфері глобалістики. Особливий інтерес серед них викликає ціла низка досліджень цінностей національних культур господарювання (наприклад, роботи Р. Інглхарта про глобалізацію та динаміку цінностей; Ф. Тромпенаарса, Г. Хофстеда, Ш. Шварца на тему цінностей та особливостей корпоративної культури).

Висновки. Сучасна глобалістика не має і, очевидно, не матиме в близькому майбутньому якоїсь єдиної наукової парадигми. І наявність різних її концепцій свідчить про те, що, з одного боку, формуються загальні засади теорії цієї науки, визначено її основні напрями, зокрема економічний, політичний, соціальний, екологічний (оскільки планетарні процеси охоплюють своєю гравітацією всі сфери суспільного життя, хоча їхня основа має економічну природу), а з іншого, – на сьогодні ще не досягнуто єдиного розуміння процесів глобалізації, повного усвідомлення його позитивних і негативних рис.

При цьому дослідження вчених розвинутих країн на сучасному етапі зорієнтовані переважно на обґрунтування явищ інтеграції (глобалізації) західної ринкової економічної моделі та безальтернативно позитивного впливу «вестернізації» на загальноцивілізаційні процеси. Оскільки глобалізація – це, насамперед, економічний синтез цивілізацій як наслідок інтеграції національних і регіональних ринків у цілісний простір планетарного обміну, де існування локальної ізольованої спільноти неможливе навіть теоретично. Не можна не згодитись з тим, що ліберальний підхід західної демократії до процесів глобалізації людського співтовариства є найбільш досконалим як з теоретичного, так і з практичного погляду. Це не суперечить самій сутності явища глобалізації як сукупності всіх процесів, завдяки яким відбувається інкорпорація населення планети в єдине співтовариство.

Таким чином, пропозиції західних діячів науки щодо глобальної модернізації людського співтовариства можна звести до трьох узагальнених характеристик: 1) ринкове господарювання; 2) раціональне знання

в повному обсязі його ідей, дисциплін, інститутів і технологічного оснащення в їхній історичній трансформації; 3) принцип права на захист гідності людини. Одночасно варто зазначити, що тут ідеться про очевидний одновекторний прагматизм, породжений тривалим лідерством у світовій економіці країн Заходу, хоча останніми роками і в цих країнах піднялась хвиля безпрецедентного громадського опору сучасному економічному глобалізму, що набуло відображення в багатьох антиглобалістських публікаціях [11, с.47].

Література

1. Пилипенко Г.М., Гузенко І.Ю. Проблеми наднаціонального регулювання глобальної економіки. *Економічний простір*. № 128. 2017. С. 16-24
2. Пилипенко А.Н., Пилипенко Ю.И. Роль гражданского общества в институциональной трансформации экономики Украины. *Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: економічна*. 2014. №2. С. 56-77
3. Філіпенко А. Методологічний дискурс міжнародної економічної політики. *Міжнародна економічна політика*. 2013. № 1. С. 5-20.
4. Рокоча В., Одягайло Б., Терехов В. Глобальна економіка: парадигми та парадокси розвитку: монографія за заг. ред. В. В. Рокочої. К.: Університет економіки та права «КРОК», 2017. 314 с.
5. Кальченко Т.В. Глобальна економіка: методологія системних досліджень: Монографія К.: КНЕУ, 2006. 248 с.
6. Шевчик Б. Сучасні економічні теорії глобальних систем. Львів: Новий світ-2000, 2011. 352 с.
7. Кучерук Д.Г. Рушійні сили глобального економічного розвитку: теоретико-методологічні основи дослідження. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2009. № 4. С. 58-61.
8. Руденко-Сударєва Л., Мозговий О., Гуртов Д. Процеси глобалізації та транснаціоналізації: теоретико-методологічний підхід до комплексної оцінки. *Журнал європейської економіки*. 2010. Т. 9. № 3. С. 279-306.
9. Пилипенко Г.М. Інституціональні чинники співвідношення державної і ринкової координації економічної діяльності: монографія. Д.: Національний гірничий університет, 2012. 293 с.
10. Гузенко І.Ю. Ціннісно-культурні аспекти економічної глобалізації. *Економічний вісник НГУ*. 2019. №1. С. 25-36. <https://doi.org/10.33271/ev/65.025>,
11. Гузенко І.Ю. Глобальна економіка: навч. пос. Д.: НТУ ДП. 2024. 234 с.

References

1. Pylypenko, H.M., & Huzenko, I.Yu. (2017). Problemy nadnatsionalnoho rehulivannia hlobalnoi ekonomiky. *Ekonomichnyi prostir*, (128), 16-24.
2. Pylypenko, A.N., & Pylypenko, Yu.I.

92014). Rol hrazhdanskoho obshchestva v instytutsionalnoi transformatsiyi ekonomiky Ukrainy. Naukovi pratsi Donetskoho natsionalnogo tekhnichnogo universytetu. Seriya: ekonomichna, (2), 56-77.

3. Filipenko, A. (2013). Metodolohichni dyskurs mizhnarodnoi ekonomichnoi polityky. Mizhnarodna ekonomichna polityka, (1), 5-20.

4. Rokocha, V., Odiahailo, B., (2017). Terekhov, V. Hlobalna ekonomika: paradyhmy ta paradoksy rozvytku. V.V. Rokocha. (Ed.). Kyiv: Universytet ekonomiky ta prava «KROK».

5. Kalchenko, T.V. (2006). Hlobalna ekonomika: metodolohiia systemnykh doslidzhen. Kyiv: KNEU.

6. Shevchuk, B. (2011). Suchasni ekonomichni teorii hlobalnykh system. Lviv: Novyi svit-2000.

7. Kucheruk, D.H. (2009). Rushiini syly hlobalnogo ekonomichnogo rozvytku: teoretyko-

metodolohichni osnovy doslidzhennia. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini, (4), 58-61.

8. Rudenko-Sudarieva, L., Mozghovyi, O., & Hurtoy, D. (2010). Protsesy hlobalizatsii ta transnatsionalizatsii: teoretyko-metodolohichni pidkhyd do kompleksnoi otsinky. Zhurnal yevropeiskoi ekonomiky, T.9, (3), 279-306.

9. Pylypenko, H.M. (2012). Instytutsionalni chynnyky spivvidnoshennia derzhavnoi i rynkovo koordynatsii ekonomichnoi diialnosti. Dnipropetrovsk: Natsionalnyi hirnychiy universytet.

10. Huzenko, I.Yu. (2019). Tsinnisno-kulturni aspekty ekonomichnoi hlobalizatsii. Ekonomichni visnyk NHU, (1), 25-36. <https://doi.org/10.33271/ev/65.025>

11. Huzenko, I.Yu. Hlobalna ekonomika. Dnipro: NTU DP.. 2024. 234 s.

METHODOLOGICAL DISCOURSE OF THE GLOBAL ECONOMY

H. M. Pylypenko, D.E., Professor, I. Yu. Huzenko, Ph. D (Econ.), Associate Professor, Dnipro University of Technology

Methods. The research is based on the use of interdisciplinary methodology to analyze the phenomenon of modern globalization. The systemic approach is used to present the global economy as a complex, open system within which the economic, political, legal, and sociocultural components of human civilization interact with each other. On the basis of analysis and synthesis, the multi-aspect and multi-faceted nature of the concept of the global economy is determined, and through the use of the method of classifications, the theoretical and methodological approaches of interdisciplinary studies of global problems are distinguished.

Results. The article examines the current trends in the development of the world economy. The interconnectedness and interdependence of the countries of the world, their economies have been demonstrated. It is shown that economic processes within the global economy are closely related to transformations not only in the economic, but also in the political, legal, social and socio-cultural spheres of the functioning of human civilization. The multi-aspect nature of the phenomenon of globalization, which gives rise to the ambiguity of its interpretation by different authors, has been established.

Novelty. The use of an interdisciplinary approach to the study of globalization processes is proposed. The theoretical and methodological approaches of interdisciplinary studies of global problems are singled out.

Practical value. Establishing the multifaceted nature of the phenomenon of the global economy and determining the features of an interdisciplinary methodology for its research will allow to obtain more advanced information about the patterns of functioning and modern trends in the development of the world economy.

Keywords: Globalization, global economy, economic globalization, interdisciplinary methodology, directions of interdisciplinary methodology.

Надійшла до редакції 29.05.24 р.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ УКРАЇНСЬКИХ ФІРМ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

*М. В. Бойченко, д. е. н., професор, НТУ «Дніпровська політехніка», bojchenko.m.v@ntu.one,
<https://orcid.org/0000-0002-9874-3085>,*

*О. О. Осадчий, аспірант, НТУ «Дніпровська політехніка», osadchyi.o.o@ntu.one,
<https://orcid.org/0009-0001-8410-9649>*

Методологія дослідження. Під час проведення дослідження використано сукупність загальнонаукових методів пізнання, зокрема методи аналізу та синтезу – для вивчення особливостей європейської інтеграції нових країн-членів ЄС з точки зору управління ланцюгами постачань, вивчення змісту Директив та Регламентів ЄС щодо транспортних перевезень та управління ланцюгами постачань, метод узагальнення – для оцінювання наслідків впливу європейського законодавства на управління ланцюгами постачання українських фірм.

Результати. У роботі пропонується перелік заходів, що має бути вжитий керівництвом українських фірм задля адаптації їх діяльності до вимог законодавства ЄС та Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. Пропонується при розробленні стратегічних планів діяльності фірм враховувати екологічні вимоги, необхідність серветизації, зміни конфігурації ланцюга створення вартості, потенційний вплив збільшення тривалості життєвого циклу продукту на обсяги реалізації, а також вирішення проблем зворотної логістики та можливостей повторного використання продуктів

Новизна. Надано оцінку впливу Директив та Регламентів Європейського Союзу, що спрямовані на створення циркулярної економіки та забезпечення сталого розвитку транспортної інфраструктури, на управління ланцюгами постачань українських фірм.

Практична значущість. Робота містить описання викликів, що створює перехід до циркулярної економіки в країнах-членах ЄС, на ланцюги постачання та ланцюжки створення вартості фірм, а також рекомендації для керівництва українських фірм щодо врахування впливу циркулярної економіки на їхні бізнес-моделі.

Ключові слова: менеджмент, управління ланцюгами постачань, циркулярна економіка, міжнародна логістика, європейська інтеграція.

Постановка проблеми. Незважаючи на виклики воєнного часу, Україна набула статусу країни-кандидата на членство до Європейського Союзу, що стало наступним важливим досягненням після підписання Угоди про асоціацію з ЄС. Очевидно, що цей прогрес дався нашій країні високою ціною, а саме по собі досягнення статусу «кандидата на вступ» не є кінцевою метою зовнішньої політики української держави. Для збереження незалежності, відновлення економічного та демографічного потенціалу критично важливим стає набуття повноцінного статусу країни-учасника Європейського Союзу з повноцінною інтеграцією в

спільний європейський ринок товарів, послуг, технологій, трудової сили та фінансових ресурсів. Це вимагає від урядових та підприємницьких структур реалізації комплексу заходів, які б дозволили у середньостроковій перспективі адаптувати як національне законодавство, так і чинні бізнес-моделі до вимог європейського спільного ринку. Лише така адаптація стане запорукою посилення конкурентних позицій українських фірм в умовах, коли національна економіка знаходиться (і буде знаходитися) під тиском регіональної та глобальної конкуренції, наслідків воєнних дій, кризових

явищ у національній фінансовій та економічній системах.

Європейський Союз визначає своїми пріоритетними напрямками сталий розвиток, ресурсозбереження та розвиток відновлювальних джерел енергії, що вкладається у загальну філософію побудови циркулярної економіки. Особливого значення набуває досвід інтеграції до ЄС наших країн-сусідів, які мали приблизно подібні до наших стартові умови: країн Балтії, Польщі, Словаччини, Угорщини, Румунії та Болгарії. Адаптація підходів до управління ланцюгами постачань до роботи в умовах спільного ринку має враховувати також ті виклики, що притаманні логістичним мережам більшості країн ЄС та України: значно менша роль залізничного транспорту у перевезенні комерційних вантажів, розвинуті перевезення водним, зокрема, річковим, та автомобільним транспортом, необхідність зміни міжнародної логістики з урахуванням актуальної воєнно-політичної ситуації та посилення контролю за напрямками експортної діяльності з урахуванням факту формування біполярного світу. Наслідком виникнення останнього стала не тільки російсько-українська війна, але й посилення конфронтації між країнами так званого західного світу (куди також зараховують Південну Корею, Японію та Австралію) та китайсько-російським альянсом (з союзниками). Найбільшою мірою воєнно-політичне протистояння вплинуло як на реалізацію китайської ініціативи «Один пояс- Один шлях», під яку істотно готувалися логістичні потужності більшості східних країн-членів ЄС, та яким передбачалося реалізація сухопутного маршруту доставки китайських товарів на європейський ринок транзитом через країни Центральної Азії, росію та Білорусь, так і на перспективи міжнародної торгівлі багатьох країн Східної Європи та виникнення так званих «транзитних тупиків» (до таких можна зарахувати північні та східні регіони нашої країни, де з початку повномасштабної агресії було втрачено залізничні та автомобільні логістичні маршрути до країн Азії). Зазначені обставини істотно вплинули на управління ланцюгами постачання українських фірм та мають братися до уваги керівниками в контексті процесів європейської

інтеграції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання впливу європейської інтеграції на перспективи ведення бізнесу національних фірм розглядалися у численних працях вітчизняних та закордонних науковців. Так, у статті [1] розглянуто вплив Європейського стандарту EN 16258 на екологізацію логістики у країнах ЄС та країнах-партнерах, а також надано оцінку перспективам трансформації національної транспортно-логістичної системи з використанням «зеленої логістики» як інструменту. У роботі [2] описано три стадії розвитку форм координації логістики з урахуванням польського досвіду роботи транснаціональних корпорацій. Описано етапи еволюції управлінських підходів до функціонування логістичних систем з урахуванням архітектури рішень, принципів роботи з інформацією, залучених ресурсів та застосовуваних інструментів управління. Василь Швець та Микола Бойченко у своїй роботі [3] обґрунтовують доцільність передачі промисловими підприємствами частини логістичних ризиків операторам 3PL та 4PL з урахуванням досвіду країн ЄС. У роботі Марини Іванової та співавторів [4] розглядається вплив ефективності сформованих на підприємстві логістичних ланцюгів на стан його економічної безпеки, що пропонується здійснювати на підставі оцінювання стаціонарності співвідношення результатів від операційної діяльності до логістичних витрат, причому за взірць тут пропонується брати їхнє усереднене значення або детермінований у часі тренд. У статті Тетяни Кузнецової, Оксани Банар, Тетяни Понедільчук та Євгена Кузнецова [5] приділено певну увагу перспективам застосування цифрових технологій в процесі європейської інтеграції на прикладі цифрових інструментів EUREPGAP та електронних паспортів аграрної продукції. В дещо подібному ракурсі розглядають питання управління ланцюгами постачань Ігор Шльонак, Анатолій Солтус та Максим Рудь, акцентуючи увагу на процесах цифровізації управління ланцюгами постачання [6]. У роботі [7] розглядається питання впливу стану розвитку логістичної інфраструктури країни (на прикладі Хорватії) на розвиток міжнародної торгівлі, залучення іноземних

інвестицій та темпи зростання національної економіки за допомогою індексу LPI (Logistics Performance Index). Автор зазначає, що найбільшу перевагу від європейської інтеграції отримують країни, що розташовані в центрі та на заході, натомість периферійним країнам для досягнення максимального ефекту необхідно докладати зусилля для розвитку національної логістичної інфраструктури та отримання доступу до основних ринків, таких як Німеччина, Франція, Італія та Іспанія. Робота [8] описує роль транспортних послуг у забезпеченні міжнародної торгівлі Польщі з іншими країнами-членами ЄС, а також надає оцінку впливу цих послуг на стан польської економіки, зокрема в контексті її сталого розвитку. Зазначене дослідження розглядає транспортні послуги з точки зору їх чотирьох складових: морського транспорту, повітряного транспорту, інших видів транспортних послуг, поштових та кур'єрських послуг, на основі даних за 2010–2018 роки.

У дослідженні [9] проаналізовано досвід європейських мультинаціональних компаній з адаптування власних ланцюгів постачання до вимог функціонування циркулярної економіки. Описано практики мультинаціональних фірм, які найкращим чином відображають вимоги до циркулярної економіки, а також фактори, що впливають на впровадження ініціатив з розвитку циркулярної економіки в країнах Європи. Андреас Віланд у своїй статті [10] критикує усталений погляд на ланцюги постачання як інструмент забезпечення організацій дешевою робочою силою та ресурсами, зазначаючи, що насправді мова йде про формування навколо таких ланцюгів специфічного середовища, яке має кілька вимірів: бізнесової співпраці, соціальної взаємодії, економічного розвитку, а самі ланцюги постачання у такий спосіб виконують функцію соціально-економічної системи. Ельжбета Мачошек у своїй роботі [11] розглядає досвід Польщі щодо розміщення логістично-дистрибуційних центрів, що набуло особливої актуальності після вступу цієї країни до ЄС та її перетворення на основний виробничо-торгівельний майданчик для постачання європейських товарів на ринки країн-учасниць східного партнерства та пострадянських

республік. Стаття українських дослідників [12] визначає основні тенденції розвитку міжнародної логістики та пропонує розрахунок значень індексу ефективності логістичної діяльності (LPI) для різних регіонів світу у динаміці.

Формулювання мети статті. Метою даної статті є дослідження особливостей управління ланцюгами постачання українських фірм в умовах інтеграції до Європейського Союзу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наближення української економіки до Європейського Союзу вимагає від керівників організацій чіткого усвідомлення тих завдань, які необхідно виконати в різних сферах господарської діяльності протягом найближчих років. Керівними настановами на найближчий час для України залишатиметься Угода про асоціацію (далі – Угода), окремі положення якої визначають вимоги щодо гармонізації національного законодавства з загальноєвропейським у таких сферах як транзиту, перевезення усіма видами транспорту, а також інтермодальних перевезень. Важливим кроком є забезпечення взаємодії митних систем сторін угоди з наступною участю України у спільній транзитній системі із застосуванням правил транзиту вантажів визначених у Статті V ГАТТ 1994 року та положень Дохійського раунду переговорів про сприяння торгівлі [13]. При цьому в Угоді надається визначення терміну «транскордонне надання послуг», під яким розуміється надання послуг з території України на територію Європейського Союзу (та навпаки), а також на території України європейському споживачеві або навпаки – на території Європейського Союзу українському споживачу. У документі міститься визначення таких категорій як «керівники» та «спеціалісти» організацій, що надають транзитні та транспортні послуги, причому під «керівниками» пропонується розуміти тих осіб, які працюють на керівних посадах в межах юридичної особи і які, головним чином, управляють діяльністю підприємства, перебуваючи під загальним наглядом або у безпосередньому підпорядкуванні раді директорів чи акціонерів суб'єкта господарської діяльності або аналогічному органу, здійснюють управління підприємством

або департаментом чи підрозділом в його межах, здійснюють нагляд та контроль за діяльністю інших професійних співробітників та співробітників, які виконують функції нагляду або управління; мають повноваження особисто наймати на роботу та звільняти або надавати рекомендації щодо найму чи звільнення або виконувати іншу кадрову діяльність [13]. Що ж стосується «спеціалістів», то в Угоді під ними розуміють осіб, які працюють в межах юридичної особи та володіють спеціальними знаннями (зокрема технічними), високим рівнем кваліфікації, членством у професійних спілках, що є визначальними для виробництва, науково-дослідного обладнання, методів виробництва, а також управління підприємством [13].

Як відомо, на відміну від України, де залізничний транспорт традиційно є одним з основних засобів перевезення вантажів, в Європі він відіграє допоміжну роль, значно поступаючись автомобільному, морському (річковому) та навіть авіаційному. Саме тому Стаття 135 Угоди детально визначає умови її застосування до торгівлі між портами України та третіми країнами і між портами держав-членів Європейського Союзу та третіми країнами, що стало особливо актуальним з моменту переорієнтації значної частини вантажів у напрямку українських, румунських портів на Дунаї та молдовського порту Джурджулешти, а також спрямуванням значної частини експортної продукції аграрних та металургійних підприємств України до румунського порту Констанца. Хоча дія Угоди не поширюється на внутрішні морські перевезення між портами України або між портами окремих держав-членів Європейського Союзу, проте у випадку руху обладнання, наприклад порожніх контейнерів, які не перевозяться в якості вантажу за винагороду між портами України або між портами окремої держави-члена Європейського Союзу, такі операції все ж розглядаються як частина міжнародних морських перевезень [13]. Відповідно, у Частинах 2, 3 та 4 Статті 135 Угоди визначаються категорії «міжнародні морські перевезення» та «морські навантажувально-розвантажувальні послуги» так, як це представлено на рисунку 1.

Під «морським плечем» (див. рис. 1)

розуміють традиційно дистанцію між двома пунктами навантаження та розвантаження морського судна, а у випадку інтермодальних перевезень воно означає використання декількох видів транспорту (зокрема й морського) за єдиним документом та за укладеними різними постачальниками транспортних послуг контрактами [13]. Важливо зазначити, що послуги з морського плеча можуть надаватися і у внутрішніх водах кожної зі сторін (до таких відносяться річкові водні маршрути та окупована росіянами акваторія Азовського моря). Послуги агента з митного очищення вантажів означає виконання митних формальностей від імені іншої сторони щодо імпорتنих, експортних поставок або транзитних перевезень вантажів незалежно від того, чи належить зазначена послуга до основної діяльності фірми, що надає такі послуги, чи є звичайним доповненням до її основного виду діяльності [13].

Зберігання контейнерів у межах порту або на віддаленні від моря з метою їхнього заповнення/розвантаження, ремонту та підготовки до відправки вантажу належить до діяльності з надання контейнерних станцій та депо перевізникам вантажів [13]. «Фідерні послуги» означають попереднє та подальше транспортування міжнародних вантажів морем, зокрема контейнерів, між портами на території України та Європейського Союзу, у той час як «транспортно-експедиційні послуги» означають діяльність, яка полягає в організації та моніторингу відправки вантажів від імені вантажовідправника шляхом організації транспортування та супутніх послуг, підготовки документації та надання комерційної інформації зацікавленим сторонам [13].

Україна та ЄС зобов'язуються до моменту набуття нашою країною повноцінного членства надавати суднам під прапором України та країн ЄС максимально сприятливий режим, що застосовується до суден власної країни, зокрема це стосується доступу до портів, використання інфраструктури та портових послуг, застосування морських допоміжних послуг (навантажувально-розвантажувальних, складських послуг та послуг зберігання, митного оформлення, послуг контейнерних станцій та депо, мор-

ських агентських послуг, транспортно-експедиційних (морських) послуг, оренди суден з екіпажем, обслуговування та ремонту суден, послуг буксирування), а також

пов'язаних з ними ставок та зборів, митних послуг, розподілу місць для стоянки та послуг із завантаження та розвантаження [13].



Рис. 1. Діяльність з організації міжнародних морських перевезень та надання навантажувально-розвантажувальних послуг

Джерело: розроблене авторами на основі [13]

Також учасники Угоди зобов'язуються уникати дискримінації кожної зі сторін при наданні портових послуг з лоцманської проводки, буксирування та допомоги при буксируванні, постачанні продовольства, заправки та водопостачання, збору сміття та утилізації баластних відходів, послуг капітана порту, навігаційної допомоги, берего-

вих експлуатаційних послуг в порту, зокрема зв'язку, водо- та електропостачання, аварійно-ремонтної майстерні, якірної стоянки, причалу та причальних послуг [13]. За умови, коли Україна має чинні аналогічні угоди з якоюсь з країн ЄС, причому норми Угоди є менш сприятливими у порівнянні з двосторонньою угодою, то перевагу матимуть

більш сприятливі положення матимуть перевагу без шкоди для зобов'язань Сторони ЄС

Статтею 136 Угоди визначено, що Україна та Європейський Союз визначатимуть умови взаємного доступу на ринок для автомобільного, залізничного та внутрішнього водного транспорту відповідними спеціальними угодами. Важливо зазначити, що з одного боку такий процес передбачає гармонізацію українського законодавства з загальноєвропейським шляхом ухвалення Верховною Радою відповідних нормативно-правових актів, а з іншого – передбачає проведення інтенсивних двосторонніх переговорів з кожною країною ЄС щодо умов взаємного доступу на зазначені ринки, де кожна зі сторін буде намагатися максимально відстояти власні інтереси на етапі підготовки України до набуття повноправного членства. Такого роду перемовини не варто розглядати як порожню формальність, оскільки період після набуття країною статусу кандидату може тривати десятиліттями: так, Туреччина набула статусу кандидату на вступ до ЄС далекого 1987 року, Північна Македонія – у 2004 році, Албанія та Сербія – у 2009 році. Таким чином «тимчасові» та «перехідні» умови можуть зберігати чинність впродовж тривалих періодів часу та суттєвим чином позначатися на розвитку національних економік країн – кандидатів на вступ до Союзу. Перед початком повномасштабної агресії Україною було досягнуто суттєвого прогресу в інтеграції українського повітряних перевізників до європейського ринку, що відбулося після ратифікації Верховною Радою Угоди між Україною, та Європейським Союзом і його державами-членами про спільний авіаційний простір [14]. У цій частині, окрім очевидних переваг від надання перевізникам з України та країн ЄС на ринках сторін та застосування однакових правил із забезпеченням режимів найбільшого сприяння при перевезенні пасажирів та вантажів, інтерес представляє описання особливостей інтермодальних перевезень в умовах, коли використовується авіаційний транспорт. У випадку, коли авіаперевізники здійснюють наземні перевезення під власним іменем, вони звільняються від зобов'язань дотримуватися законів та

правил, що регулюють повітряні перевезення, можуть на власний розсуд ухвалювати рішення про укладання спільних комерційних домовленостей, беручи при цьому до уваги інтереси споживачів послуг, а також технічні та економічні обмеження [14]. Аналогічні вимоги поширюються і на морських перевізників у тих випадках, коли вони під власним іменем виконують перевезення наземним транспортом. Авіаперевізникам (так само як і непрямим постачальникам послуг) дозволяється залучати наземний транспорт для перевезення вантажів за тією самою накладною. Вантаж, що перевозиться повітряним чи наземним транспортом підлягає митному оформленню в аеропортах, а саме його транспортування авіаперевізники можуть здійснювати самостійно або на основі укладених домовленостей з іншими перевізниками, причому такого роду інтермодальні перевезення вважаються єдиною послугою (розглядаються як єдине ціле), що означає поєднання ціни та належне інформування отримувачів послуг про поєднання повітряних та наземних перевезень.

Аналогічні за містом угоди уклалися більшістю країн-членів ЄС, але найбільший інтерес для українських фірм представляє досвід Польщі, Болгарії та Хорватії. Хоча перша знаходилася у відносно привілейованому стані через вигідне географічне розташування та близькість до найбільших європейських ринків Німеччини та Франції, проте на момент приєднання проблемою залишалася слабо розвинута мережа швидкісних автомобільних магістралей, питання розміщення дистрибуційних та логістичних центрів, оновлення інфраструктури повітряних та морських портів, а також захист інтересів національних фірм на загальноєвропейському ринку. У 2018 році польськими фірмами було перевезено майже 270 млн т вантажів, що дорівнює 23% від обсягу загальноєвропейських перевезень, що залишає за цією країною провідний статус країни – постачальника транспортних послуг в усьому Європейському Союзі. З 2004 року, коли Польща стала членом ЄС, обсяги перевезень польськими компаніями зросли у шість разів, причому 64% обсягів вантажопотоків припадала саме на міжнародні перевезення, тобто за межами самої Польщі [8].

Так само слабо розвинутою була магістральна мережа Хорватії, хоча тут безперечною перевагою знову таки залишалася географічна близькість до ринків таких країн ЄС як Італія, Німеччина та Австрія. Водночас, хорватському уряду в процесі інтеграції довелося зіткнутися з необхідністю подолання наслідків війни за незалежність, що тривала з 1991 по 1995 роках. За оцінками дослідників [7], логістичний ринок Хорватії залишається недостатньо розвинутим, зазнаючи негативного впливу від високого рівня безробіття, відносно низьких зарплат, низька скорочення реальних доходів та купівельної здатності населення країни. Це спричинило суттєве (на 36,3%) скорочення обсягів пасажирських перевезень з 2009 по 2012 роки усіма видами транспорту, а також до скорочення на 33% обсягів перевезених вантажів (товарів та продукції) за той самий період, причому найбільше падіння – на 40,9% - продемонстрував автомобільний транспорт [7]. Ситуація почала поліпшуватися після набуття країною статусу члена Європейського Союзу у 2013 році, завдяки чому з'явилася можливість використання вигідного географічного положення – своєрідних адриатичних «морських воріт» для вантажів з Далекого Сходу та з інших несвоєвропейських країн. Розвиток мережі швидкісних автомобільних магістралей у період після набуття членства в ЄС супроводжувався інвестиціями (значною мірою з фондів Європейського Союзу) у розвиток залізничної інфраструктури, що дозволило би портам у хорватській Рієці, словенському Копері та італійській Венеції скласти конкуренцію північноєвропейським портам і спрямувати частину вантажопотоків до Центральної та Східної Європи за адриатичним маршрутом [7].

У випадку Болгарії до застарілого залізничного парку, необхідності оновлення інфраструктури повітряних та морських портів додавався брак потужностей (магістралей, потужностей дунайських портів) для транспортування товарів до ключових ринків Європейського Союзу, сусідство з Грецією та Туреччиною, економічна ситуація в яких значно поступалася ситуації в країнах ЄС, що розташовані у Центральній та Західній Європі, а також «периферійне» сприй-

няття Брюсселем цієї балканської країни в силу її ізольованості. Для підприємств Хорватії, Болгарії та Польщі викликом стала втрата ринків так званих пострадянських країн та країн Східної Європи, необхідність переорієнтації ланцюгів постачання у бік європейського спільного ринку, заміна національних стандартів та регламентів, приведення їх у відповідність європейським [7,8]. Основні вимоги зазначених регламентів, стандартів та директив стосуються концепції «циркулярної економіки» та її основних принципах – перепроєктуванні продуктів, скороченні відходів, повторному використанні та переробці, завдяки чому мінімізується забруднення середовища, продовжується термін служби матеріалів і продуктів, відбувається відновлення природних екосистем [15]. Відповідно до позиції Європейської комісії, реалізація принципів циркулярної економіки на території країн спільного ринку дозволить створити нову економічну вигоду, яка приносить одночасно користь як суспільству так і природному середовищу. При цьому Європейська комісія декларує прагнення створити оптимальне бізнес-середовище для сталого зростання, інновацій та створення нових робочих місць, для чого у 2015 році був ухвалений План дій Європейського Союзу щодо перетворення економік країн-членів на циркулярні, в яких цінність продуктів і матеріалів зберігається протягом якомога довше, приносячи, таким чином, великі економічні вигоди разом із соціальними та екологічними стимулами [15]. За оцінками Європейської Комісії ЄС має потенціал генерувати 320 мільярдів євро вартості до 2025 року, враховуючи інвестиції у мобільність (135 мільярдів євро), продовольчу безпеку (70 мільярдів євро) та архітектурне середовище (115 мільярдів євро) [9]. Водночас, вагомий внесок у розвиток економіки ЄС чинять мультинаціональні корпорації, причому які координують та керують глобальними ланцюгами постачання, охоплюючи ринки країн в різних частинах світу, впливаючи на динаміку виробництва та споживання товарів на окремих національних ринках, включно з ринками країн-членів ЄС. Вважається, що з 1988 року 71% усіх викидів парникових газів припадає на частку 100 мультинаціона-

льних корпорацій світу [9]. У пропонуваній Європейській Комісією бізнес-моделі мета підприємницької діяльності має полягати не лише у створенні додаткової вартості, але й у забезпеченні соціальної стабільності та екологічної рівноваги для забезпечення сталого розвитку. Таким чином, компанії мають не лише докладати управлінські зусилля для отримання прибутку, але також працювати над досягненням довгострокового балансу між конкурентоспроможністю, збереженням природного середовища та соціальною відповідальністю [15]. Роль Європейської Комісії та національних урядів країн-членів ЄС є значимою у формуванні громадської свідомості та знань про принципи

та цілі циркулярності в економіці, а також інтегруванні правових механізмів циркулярної економіки в чинну систему законодавства в частині екологічного регулювання, технічної підтримки, фінансових ініціатив, політики стимулювання, платформ співпраці, рекомендацій для моніторингу та аудиту структури ланцюгів постачання [15].

Зміна бізнес-моделі відповідно до принципів циркулярної економіки впливає на ланцюги постачання фірм, спричиняючи зміни, що узагальнені у табл. 1, та які можуть бути згруповані як складності в економічній та фінансовій життєздатності, ринковій позиції та конкурентоздатності фірми, проблеми з характеристиками товару [19].

Таблиця 1

Зміни в ланцюгах постачання фірм внаслідок створення циркулярної економіки

№	Зміна	Описання	Вплив на ланцюги постачання
1	Часовий розрив між доходними та витратними грошовими потоками	Орієнтовані на обслуговування бізнес-моделі відокремлюють у часі понесені витрати на виробництво продукту (послуги) та доходи від його (її) реалізації клієнтам, що збільшує період окупності для виробника	Проблема серветизації (сервісно-орієнтованій моделі бізнесу)
2	Фінансовий ризик	В орієнтованих на продаж бізнес-моделях фінансовий ризик перекладається на покупця, а у сервітизованих бізнес-моделі фінансовий ризик залишається за постачальником навіть після першої операції	Проблема серветизації (сервісно-орієнтованій моделі бізнесу)
3	Операційний ризик	В сервітизованих бізнес-моделях витрати від пошкодження продукту, сервісне обслуговування, ремонт (операційні) залишаються за постачальником	Проблема серветизації
4	Канібалізація	Нові продукти, призначені для довшого використання, можуть канібалізувати існуючі та впливати на потоки доходів компанії від традиційних продуктів і зменшувати загальні обсяги продажів компанії в майбутньому	Актуалізація явища канібалізації та зростання його значення, оскільки в циркулярній економіці воно призводить до збільшення тривалості життєвого циклу продукту (товару) та зменшує продажі нових (навіть відремонтованих) продуктів завдяки нижчому коефіцієнту заміни.

5	Інтелектуальна власність та ноу-хау	Діяльність (наприклад, відновлення), здійснена третьою стороною (незалежною від виробника), може призвести до втрати виробником контролю над інтелектуальною власністю, втіленою у продуктах. З тих самих причин виробники можуть перешкоджати легкому доступу сторонніх осіб до запасних частин, посібників з ремонту та інструментів	Проблеми конфігурації ланцюга створення вартості
6	Імідж бренду	Діяльність (відновлення або ремонт) здійснена третьою стороною (незалежною від власника бренду), якщо вона не виконується належним чином, матиме негативний вплив на імідж бренду	Проблеми конфігурації ланцюга створення вартості
7	Зміна моди	Продукти, призначені для тривалого використання, не реагують на них зміни моди	Ця зміна набуває особливого значення в умовах циркулярної економіки, оскільки сучасна конкуренція між продуктами базується на інших характеристиках, ніж тривалість (ціна, просування, мода, додаткові сервіси).
8	Складність продукту	Поширення нових матеріалів та технологічне ускладнення продукту посилюють труднощі в управлінні процесами його відновлення та переробки	Проблема зворотної логістики та відновлення
9	Масова товарна кастомізація	Масова кастомізація стимулює виробників до більшої диференціації товару та створення персоналізованих продуктів, що ускладнює їхнє використання для повторного виробництва	Проблема зворотної логістики та відновлення

Джерело: [19]

В процесі європейської інтеграції для українських фірм важливо враховувати вимоги Директиви 2010/40/EU (ухвалена 7 липня 2010 року) та Директиви (EU)2023/2661 (ухвалена 22 листопада 2023 року). Перша з них визначає вимоги до створення у країнах-членів ITS («інтелектуальних транспортних систем»), запровадження яких повинно сприяти зменшенню антропогенного навантаження на природне середовище, зробивши сам процес транспортування вантажів безпечнішим та економічно ефективнішим. Директивою описа-

но заходи, що мають прискорити застосування інноваційних транспортних технологій в Європейському Союзі, а кінцевою метою має стати створення повністю сумісних та безперешкодних інтелектуальних транспортних систем як всередині самого ЄС (в його країнах-членах), залишаючи право вибору за останніми конкретних програмних продуктів, в які будуть спрямовуватися інвестиції національними урядами [17]. Директивою 2010/40/EU визначено функціональні, технічні, організаційні та такі, що стосуються надання послуг специфікації для

забезпечення сумісності, безперервності та взаємодії інтелектуальних транспортних систем на території Союзу. Під ІТС тут розуміються удосконалені програмні продукти, які безпосередньо не є програмами штучного інтелекту (ШІ) як такі, проте спрямовані на надання інноваційних послуг різними видами транспорту як окремо, так і в їх поєднанні, керування дорожнім рухом, завдяки чому надавачі та споживачі послуг будуть краще поінформованими, самі послуги будуть більш безпечними, а використання транспортних мереж буде краще скординованим та раціональним [17].

Ухвалена у 2023 році нова Директива має на меті доповнення Директиви 2010/40/EU завдяки адаптації транспортних фірм та споживачів послуг до появи нових варіантів дорожньої мобільності, додатків мобільності та підключеної та автоматизованої мобільності. Це дозволить стимулювати прискорене розгортання нових інтелектуальних послуг, надаючи можливість отримувати ключові дані про дороги, подорожі, обмеження швидкості, плани руху транспорту, дорожні роботи та дорожній рух у цифровому форматі. Це забезпечить доступність основних послуг, пов'язаних з безпекою, для водіїв в рамках Транс'європейської мережі TEN-T [18].

Транс'європейська мережа TEN-T створена відповідно до вимог Регламенту ЄС (EU) 2024/1679, яким встановлюються вимоги до транспортної інфраструктури для забезпечення узгодженого рівня якості в межах Євросоюзу, сприяння пасажирським та вантажним перевезенням, доступу до робочих місць та послуг, сприяння торгівлі та економічному країні-членів, зміцнення єдності Європейського Союзу (економічної, соціальної та територіальної), побудові транскордонних безперервних транспортних систем та усуненню вузьких ланок у транспортних системах. Важливою умовою функціонування Транс'європейської мережі TEN-T з 2024 року визначено зменшення впливу транспорту на навколишнє середовище та клімат, а також на підвищення безпеки та стійкості мережі [18]. Транс'європейська мережа складається з трьох рівнів: базової мережі, розширеної базової мережі та комплексної мережі. Ба-

зова мережа має бути завершена до 2030 року, забезпечуючи сполучення між великими містами та основними транспортними вузлами. Розширена базова мережа має бути завершена у 2040 році, а комплексна мережа має сполучити усі регіони Європи та бути завершеною у 2050 році [18]. Ці етапи повинні забезпечити розвиток стійких форм транспорту, енергоефективної та надійної інфраструктури, сприяти цифровізації логістичних бізнесів та полегшувати мультимодальність перевезень всередині ЄС.

Ще одним документом, який потенційно може вплинути на діяльність українських фірм, є ухвалений у березні 2024 року проєкт Директиви ЄС щодо належної перевірки корпоративного сталого розвитку. Хоча сам проєкт здобув неоднозначну оцінку (наприклад, Німеччина утрималася від голосування за нього) і до того ж ще потребує схвалення Радою ЄС та Європейським парламентом, проте його шанси на остаточну імплементацію є дуже високими. Проєктом передбачається, що протягом трирічного перехідного періоду під його дію потрапляють компанії, які спочатку мають понад 5000 співробітників та глобальний річний оборот у 1,5 млрд євро, через чотири роки дія документу поширюється на компанії з чисельністю співробітників у 3000 осіб та 900 млн євро обороту, а за п'ять років до сфери його впливу додаються фірми з чисельністю у 1000 та більше співробітників та глобальним чистим річним оборотом у 450 млн євро [16]. Для усіх зазначених компаній запроваджуються зобов'язання щодо дотримання прав людини та екологічно належної поведінки (так званий «due diligence»), причому вони охоплюють весь ланцюг створення цінності компанії: власні ділові операції, партнерів по бізнесу (постачальників), а також партнерів, що задіяні у дистрибуції продукції, її обслуговуванні, транспортуванні, зберіганні та утилізації [16]. Ті підприємства, що підпадають під дію документу, зобов'язані розробити та реалізувати так званий «план переходу» (план, спрямований на зменшення викиду парникових газів та боротьбу з глобальним потеплінням), а також зберігати документацію щодо дотримання власних зобов'язань стосовно екологічно належної діяльності

протягом п'яти років з моменту створення або отримання таких документів [16]. На відміну від доволі подібного за змістом німецького Закону про належну перевірку ланцюга постачань, цим проєктом передбачена можливість фізичних та юридичних осіб позиватися до компанії-порушника на основі національного законодавства протягом п'яти років з моменту вчинення такого порушення. При цьому максимальний розмір штрафу може становити до п'яти відсотків глобального чистого обороту фірми.

Висновки. Роблячи узагальнення щодо особливостей управління ланцюгами постачання українських фірм в умовах євроінтеграції, варто відзначити важливість попередньої адаптації українських фірм до роботи в умовах циркулярної економіки, зростання витрат на впровадження енергоефективних та ресурсозберігаючих технологій, витрат на утилізацію та повторне використання ресурсів, а також цифровізацію власних бізнес-моделей. Високу ризикованість для українських фірм становлять вимоги щодо зменшення впливу на довкілля, зокрема в частині боротьби з глобальним потеплінням (відповідно до норм ЄС до 2050 року зростання середньорічної температури внаслідок антропогенної діяльності не повинно перевищувати 1,5 градуси Цельсія), а також зобов'язання контролювати діяльність власних бізнес-партнерів, що залучені до міжнародних ланцюгів постачання продукції, оскільки для більшості країн світу, що розвиваються, подібні вимоги є важко досяжними. Українські фірми мають почати перебудову власних ланцюгів постачання та створення цінності з урахуванням наслідків впливу циркулярної економіки на моделі ведення бізнесу, зокрема в частині впливу на зміну прав інтелектуальної власності, імідж брендів, маркетингову політику, фінансові та операційні ризики у власній діяльності. Менеджмент фірм при розробленні стратегічних планів діяльності повинен враховувати екологічні вимоги, необхідність серветизації, зміни конфігурації ланцюга створення вартості, потенційний вплив збільшення тривалості життєвого циклу продукту на обсяги реалізації, а також вирішення проблем зворотної логістики та можливостей повторного використання продуктів.

Література

1. Бойченко М.В. Зелена логістика вантажо-перевезень: проблеми, шляхи вирішення. *Вісник економічної науки України*. 2021. №2. С. 152-155.
2. Бардась А.В., Бойченко М.В., Дудник А.В., Богач К.С., Казимиренко О.В. Тенденції управління ланцюгами постачань в умовах глобалізації. *Економічний простір*. 2017. №121. С. 144-167.
3. Швець В.Я., Бойченко М.В. Аутсорсинг в логістиці автомобільних вантажоперевезень в Україні: стан, проблеми та перспективи. *Економічний вісник Донбасу*. 2019. №3(57). С. 103-108.
4. Ivanova, M., Smiesova, V., Tkachenko, A., Boichenko, M., Arkhupenko, T. Efficiency of the logistics chain as a factor of economic security of enterprises. *Financial and credit activity problems of theory and practice*, 2021. №2(37). С. 151-160.
5. Понедільчук Т.В., Кузнєцова Т.В., Банар О.В., Кузнєцов Є.С. Перспективи розвитку HR-менеджменту, бізнесу та логістики в епоху діджиталізації й євроінтеграції. *Ефективна економіка*. 2024. №2. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/3075/3111>
6. Шльончак І.А., Солтус А.П., Рудь М.П. Аналіз можливості застосування технології blockchain у сфері управління ланцюгами постачань. *Центральноукраїнський науковий вісник*. 2023. №7 (38-2). С. 231-236.
7. Pupavac, D., Golubović, F. Croatian competitiveness within European logistics space. *Business Logistics in Modern Management*, 15th International scientific conference, 2015. URL: <https://www.efos.unios.hr/repec/osi/bulimm/PDF/BusinessLogisticsinModernManagement15/blimm1517.pdf>
8. Malkowska, A., Malkowski, A.. International trade in transport services between Poland and the European Union. *Sustainability*. 2021. №13(1). P. 424.
9. Calzolari, T., Genovese, A., Brint, A. The adoption of circular economy practices in supply chains—An assessment of European Multi-National Enterprises. *Journal of Cleaner Production*. 2021. №312. P. 127616.
10. Wieland, A. Dancing the supply chain: Toward transformative supply chain management. *Journal of Supply Chain Management*. 2021. №57(1). P. 58-73.
11. Macioszek, E. The principles and methods of locating logistics centers in transport networks. In *Decision support methods in modern transportation systems and networks* Cham: Springer International Publishing. 2021. pp. 149-162.
12. Maiboroda, O., Bezuhla, L., Gukaliuk, A., Shymanska, V., Momont, T., Ilchenko, T. Assessment of perspective development of transport and logistics systems at macro and micro level under the conditions of Industry 4.0 integration. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*. 2021. VOL.21 №3. P. 235-244.
13. Офіційний портал Верховної Ради України. УГОДА ПРО АСОЦІАЦІЮ між Україною, з однієї сторони, та Європейським

Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони.
URL:

https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text

14. Офіційний портал Верховної Ради України. Угода між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом і його державами-членами, з іншої сторони, про спільний авіаційний простір
URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_004-21#Text

15. Mhatre, P., Panchal, R., Singh, A., Bibyan, S. A systematic literature review on the circular economy initiatives in the European Union. *Sustainable Production and Consumption*. 2021. №26. P. 187-202.

16. Legal Advise. The European Supply Chain Due Diligence Act is coming
URL:<https://www.ebnerstolz.de/en/european-supply-chain-due-diligence-act-is-coming-480250.html>

17. European Commission. ITS Directive and Action Plan
URL:https://transport.ec.europa.eu/transport-themes/intelligent-transport-systems/road/its-directive-and-action-plan_en

18. European Commission. The eFTI Regulation
URL:https://transport.ec.europa.eu/transport-themes/logistics-and-multimodal-transport/efti-regulation_en

19. Bressanelli, G., Perona, M., Saccani, N. Challenges in supply chain redesign for the Circular Economy: a literature review and a multiple case study. *International Journal of Production Research*. 2019. №57(23), P. 7395-7422.

References

1. Boichenko, M.V. (2021). Zelena lohistyka vantazhoperevezen: problemy i shliakhy vyrishennia. *Visnyk ekonomichnoi nauki Ukrainy*, (2), 152-155.

[https://doi.org/10.37405/1729-7206.2021.2\(41\).152-155](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2021.2(41).152-155)

2. Bardas, A.V., Boichenko, M.V., Dudnyk, A.V., Bohach, K.S., & Kazymyrenko, O.V. (2017). Tendentsii upravlinnia lancuhamy postachan v umovakh hlobalizatsii. *Ekonomichniy prostir*, (121), 144-167.

3. Shvets, V.Ya., & Boichenko, M.V. (2019). Autsorsynh v lohystyky avtomobilnykh vantazhoperevezen v Ukraini: stan, problemy ta perspektyvy. *Ekonomichniy visnyk Donbasu*, 3(57), 103-108.

DOI: 10.12958/1817-3772-2019-3(57)-103-108

4. Ivanova, M., Smiesova, V., Tkachenko, A., Boichenko, M., & Arkhynenko, T. (2021). Efficiency of the logistics chain as a factor of economic security of enterprises. *Financial and credit activity problems of theory and practice*, 2(37), 151-160.

<https://doi.org/10.18371/fcaptp.v2i37.229950>

5. Ponedilchuk, T.V., Kuznietsova, T.V., Banar, O.V., & Kuznietsov, Ye.S. (2024). Perspektyvy rozvytku HR-menedzmentu, biznesu ta lohistyky v epokhu didzhitalizatsii i ievrointehratsii. *Efektivna ekonomika*, (2). Retrieved from <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/307>

5/3111 <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.2.20>

6. Shlionchak, I.A., Soltus, A.P., & Rud, M.P. (2023). Analiz mozhlyvosti zastosuvannia tekhnologii blockchain u sferi upravlinnia lantsuhamy postachan. *Tsentrlnoukrainskyi naukovyi visnyk*, 7 (38-2), 231-236. [https://doi.org/10.32515/2664-262X.2023.7\(38\).2.231-236](https://doi.org/10.32515/2664-262X.2023.7(38).2.231-236)

7. Pupavac, D., & Golubović, F. (2015). Croatian competitiveness within European logistics space. *Proceedings from MIIM '15: XV International scientific conference. «Business Logistics in Modern Management»*. Retrieved from <https://www.efos.unios.hr/repec/osi/bulimm/PDF/BusinessLogisticsinModernManagement15/blimm1517.pdf>

8. Malkowska, A., & Malkowski, A. (2021). International trade in transport services between Poland and the European Union. *Sustainability*, 13(1), 424. <https://doi.org/10.3390/su13010424>

9. Calzolari, T., Genovese, A., & Brint, A. (2021). The adoption of circular economy practices in supply chains—An assessment of European Multi-National Enterprises. *Journal of Cleaner Production*, (312), P. 127616.

<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127616>

10. Wieland, A. (2021). Dancing the supply chain: Toward transformative supply chain management. *Journal of Supply Chain Management*, 57(1), P. 58-73.

<https://doi.org/10.1111/jscm.12248>

11. Macioszek, E. (2021). The principles and methods of locating logistics centers in transport networks. In *Decision support methods in modern transportation systems and networks* (pp. 149-162). Cham: Springer International Publishing.

https://doi.org/10.1007/978-3-030-71771-1_10

12. Maiboroda, O., Bezuhla, L., Gukaliuk, A., Shymanska, V., Momont, T., & Ilchenko, T. (2021). Assessment of perspective development of transport and logistics systems at macro and micro level under the conditions of Industry 4.0 integration. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*, Vol .21, (3), 235-244. DOI:10.22937/IJCSNS.2021.21.3.32

13. Ofitsiyni portal Verkhovnoi Rady Ukrainy. Uhoda pro asotsiatsiiu mizh Ukrainoiu, z odniiei storony, ta Ievropeiskim Soiuzom, Ievropeiskim spivtovarystvom z atomnoi enerhii i iichnimy derzhavamy-chlenamy, z inshoi storony. Retrieved from https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text

14. Ofitsiyni portal Verkhovnoi Rady Ukrainy. Uhoda mizh Ukrainoiu, z odniiei storony, ta Ievropeiskim Soiuzom i iioho derzhavamy-chlenamy, z inshoi storony, pro spilnyi aviatsiyni prostir Retrieved from https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_004-21#Text

15. Mhatre, P., Panchal, R., Singh, A., & Bibyan, S. (2021). A systematic literature review on the circular economy initiatives in the European Union. *Sustainable Production and Consumption*, (26), 187-202.

<https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.09.008>

16. Legal Advise. The European Supply Chain

Due Diligence Act is coming Retrieved from <https://www.ebnerstolz.de/en/european-supply-chain-due-diligence-act-is-coming-480250.html>

17. European Commission. ITS Directive and Action Plan Retrieved from https://transport.ec.europa.eu/transport-themes/intelligent-transport-systems/road/its-directive-and-action-plan_en

18. European Commission. The eFTI Regulation

Retrieved from https://transport.ec.europa.eu/transport-themes/logistics-and-multimodal-transport/efti-regulation_en

19. Bressanelli, G., Perona, M., & Saccani, N. (2019). Challenges in supply chain redesign for the Circular Economy: a literature review and a multiple case study. *International Journal of Production Research*, 57(23), 7395-7422.

<https://doi.org/10.1080/00207543.2018.1542176>

SPECIFIC FEATURES OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT OF UKRAINIAN FIRMS IN THE CONDITIONS OF EUROPEAN INTEGRATION

M. V. Boichenko, D.E., Professor, Dnipro University of Technology,

O. O. Osadchyi, Post-graduate Student, Dnipro University of Technology

Methods. During the research, a range of general scientific methods of cognition was used, in particular, methods of analysis and synthesis – to study the features of the European integration of the new EU member states from the point of view of supply chain management, to study the content of EU Directives and Regulations on transport and supply chain management, a method of generalization – to assess the consequences of the impact of European legislation on supply chain management of Ukrainian firms.

Results. The work offers a list of measures that should be taken by the management of Ukrainian firms in order to adapt their activities to the requirements of EU legislation and the Association Agreement between Ukraine and the European Union. It is proposed to take into account environmental requirements, the need for servitization, changes in the configuration of the value chain, the potential impact of increasing the duration of the product life cycle on sales volumes, as well as solving the problems of reverse logistics and the possibility of reusing products when developing strategic business plans of companies.

Novelty. The paper provides an assessment of the influence of Directives and Regulations of the European Union, aimed at creating a circular economy and ensuring the sustainable development of transport infrastructure, on the of supply chain management of Ukrainian firms.

Practical value. The work contains a description of the challenges that the transition to the circular economy in EU member states creates for supply chains and value chains of firms, as well as recommendations for the management of Ukrainian firms to consider the impact of the circular economy on their business models.

Keywords: management, supply chain management, circular economy, international logistics, European integration

Надійшла до редакції 03.06.24 р.

ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ ОРГАНІЧНОЮ ПРОДУКЦІЄЮ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

*О. Г. Вагонова, д. е. н., професор, НТУ «Дніпровська політехніка», vagonova@ntu.org.ua,
orcid.org/0000-0001-6553-7771,*

*Л. В. Тимошенко, к. е. н., доцент, НТУ «Дніпровська політехніка», tymoshenko.l.v@ntu.one,
orcid.org/0000-0003-4869-8244,*

*В. В. Чорнобаєв, к. е. н., доцент, НТУ «Дніпровська політехніка», chornobaiev.v.v@ntu.one,
orcid.org/0000-0001-6624-6423,*

*Є. В. Терехов, к. е. н., доцент, НТУ «Дніпровська політехніка», terekhov.ye.v@ntu.one,
orcid.org/0000-0002-4816-6072,*

*Ю. С. Госалов, аспірант, НТУ «Дніпровська політехніка», sgosalov@gmail.com,
orcid.org/0009-0008-9297-3665.*

Методологія дослідження. Під час виконання даного дослідження були використані такі методи: аналізу й синтезу – при визначенні місця виробництва органічної сільськогосподарської продукції у загальній галузевій структурі України, а також виокремленні основних переваг розвитку органічного сільського господарства в українській економіці в контексті забезпечення сталості; системного підходу – при встановленні взаємозв'язку між органічним виробництвом і досягненням цілей сталого розвитку; загального й особливого – при з'ясуванні специфіки торгівлі органічною продукцією на зовнішніх ринках задля досягнення цілей сталого розвитку; методів статистики – при створенні рейтингів країн-імпортерів органічної продукції в ЄС.

Результати. Розкрито зміст світоглядної концепції сталого розвитку та визначено позицію України в досягненні його цілей у порівнянні з іншими європейськими країнами. Визначено місце органічної продукції у загальній структурі товарів сільськогосподарського виробництва. Проаналізовано особливості формування попиту на органічну продукцію на внутрішньому ринку України та фактори, що його визначають на зовнішніх ринках. Показано динаміку обсягів продажу української органічної продукції на зовнішніх ринках, зокрема країн Європейського Союзу. Представлено рейтинг ТОП 10 країн-імпортерів органічної продукції українського виробництва в Європейський Союз у 2022 р.

Новизна. Встановлено взаємозв'язок між органічним виробництвом і досягненням цілей сталого розвитку. Визначено переваги розвитку органічного сільського господарства в українській економіці в контексті забезпечення сталості.

Практична значущість. Аналіз обсягів торгівлі органічною продукцією в контексті сталості дозволяє визначити пріоритетні напрями покращення торгового балансу України та її просування на шляху досягнення цілей сталого розвитку.

Ключові слова: сталий розвиток, цілі сталого розвитку, сільське господарство, органічна продукція, зовнішня торгівля, експорт, імпорт.

Постановка проблеми. Протягом останніх десятиріч, незважаючи на позитивну динаміку багатьох показників, що характеризують стан сталого розвитку в Україні, він ще знаходиться на не дуже високому рівні, порівнюючи з розвиненими країнами світу та на-

віть з найближчими сусідами (Польща, Чехія, Словаччина). В сьогоденних умовах, сталий розвиток виступає орієнтиром для прийняття стратегічних рішень, який враховує та вирівнює основні економічні, екологічні та соціальні аспекти людської діяльності.

Після завершення війни Україна має великий потенціал для прискореного економічного розвитку, завдяки своєму вигідному геополітичному та географічному розташуванню, різноманіттю природних ресурсів, достатньому рівню освіченості населення та високій кваліфікованості трудових ресурсів. Але наявність складних політичних, економічних, екологічних і соціальних умов, зумовлених, насамперед, поточною війною, а також присутніми сьогодні і у недалекому минулому кризовими економічними явищами, ресурсними обмеженнями та гуманітарними проблемами, ускладнюють досягнення поставлених цілей і вирішення завдань щодо забезпечення сталого розвитку країни в цілому, її регіонів, територіальних громад, бізнес-структур тощо.

Як справедливо зазначають О. В. Трифонова, Л. В. Тимошенко та С. А. Ус, дієве та ефективне повоєнне відновлення України повинно ґрунтуватися на принципах сталості, забезпечуючи захист національних інтересів [1]. Ухвалюючи рішення, публічна влада, громади, компанії мають враховувати не лише вирішення поточних проблем та перспективу 10–20 років, а й далеке майбутнє.

Внаслідок цього, для прискореного відновлення економіки у повоєнний час, вже зараз необхідно зосередитися на тих сферах і галузях, котрі є системно значимими для України. І це, безумовно, ІТ-сфера та сільське господарство.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Виконаний нами огляд і аналіз наукової літератури доводить, що в останні роки вітчизняні вчені продовжують робити активний науковий внесок в розвиток проблематики органічного виробництва сільськогосподарської продукції. Як приклад, приведемо наукову працю В. Камінського, в якій зазначено, що сприятливі природно-кліматичні умови відкривають перед Україною широкі можливості для переходу на органічне землеробство, що могло б забезпечити нарощування виробництва високоякісних продуктів харчування і для власних потреб, і для перспективних сегментів зовнішнього ринку [2].

У своїй науковій праці Л. Б. Артеменко розглянув динамічні світові тенденції

розвитку органічного продовольчого ринку. Він зазначив, що успішний досвід провідних країн має прикладне значення для сприяння системності процесу господарювання вітчизняних суб'єктів органічної сфери, ефективність розширення меж органічної сфери стане каталізатором мультиплікативного ефекту забезпечення населення якісними та екологічно безпечними сертифікованими продуктами харчування без шкоди довкіллю та підвищить рівень продовольчої безпеки [3].

Окремої уваги заслуговує думка науковців О. Міняйла та А. Нестерець, що ринок органічної продукції поступово вдосконалюється та є конкурентоспроможним завдяки зростанню попиту іноземних споживачів на українську органічну продукцію. Посилити позиції на конкурентному ринку вдасться в першу чергу завдяки масштабам експорту [4].

Формулювання мети статті. Метою даної статті є виокремлення специфіки торгівлі органічною продукцією на зовнішніх ринках задля досягнення цілей сталого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Незважаючи на 30 років трансформації вітчизняної економіки, нажаль, сьогодні виробництво органічної продукції не є пріоритетним для фермерських структур. Згідно з дослідженнями Ради ООН з торгівлі та розвитку, органічне сільське господарство в країнах, що розвиваються, має значний потенціал зростання в аспектах врожайності, диверсифікації та економічної ефективності. Зазначені переваги роблять органічне виробництво особливо привабливим для представників малого бізнесу. Органічне сільське господарство повинно стати потужним інструментом для зменшення нерівності у доходах та голоду серед населення у світі. Воно має великий потенціал для забезпечення життєздатності сільського населення і стимулювання діяльності дрібних фермерських господарств, що є його соціально-економічною перевагою.

Законодавчим підґрунтям для виробництва та реалізації екологічно чистої продукції виступає прийнятий у 2019 р. Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та марку-

вання органічної продукції». У ньому визначені основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції, засади правового регулювання органічного виробництва, обігу органічної продукції та функціонування ринку органічної продукції, правові основи діяльності центральних органів виконавчої влади, суб'єктів ринку органічної продукції та напрями державної політики у зазначених сферах [5].

Враховуючи низький попит на органічну продукцію на внутрішньому ринку її виробники орієнтовані на експорт, основному до країн ЄС, де споживач має фінансові можливості й бажання купувати овочі та фрукти за більш високим цінами, оскільки є достатньо обізнаним у корисності продуктів органічного виробництва. Внаслідок цього, більшість фермерських господарств в Україні, котрі займаються вирощуванням органічної продукції, здійснюють це паралельно із традиційними сільськогосподарськими культурами. Тому пересічному споживачу, котрий не вникає в особливості виробничого процесу, відрізнити органічну продукцію від звичайної допомагає маркування.

Маркування органічної продукції підтверджує дотримання виробником одного із базових принципів органічного виробництва – це простеження та контролю усього процесу від «поля до готового продукту». Органічний продукт повинен бути виготовлений із дотриманням відповідних вимог і стандартів законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування, і містити не менше 95% органічних інгредієнтів сільськогосподарського походження (за вагою, без урахування частки води та кухонної солі). Весь процес органічного виробництва контролюється сертифікаційним органом і підтверджується сертифікатом на завершальному етапі.

В Україні станом на кінець 2022 р. активно працювали лише 7 органів сертифікації: Органік Стандарт (Україна), SIA STC (Латвія), Control Union (Нідерланди), Bioinspecta (Швейцарія), Ceres (Німеччина), Suolo e Salute (Італія), DQS (Польща) [6].

Як знак маркування для органічних харчових продуктів та кормів європейські стандарти давно застосовуються в Україні.

Водночас вітчизняний стандарт та органічне маркування почали впроваджувати лише наприкінці 2023 р., внаслідок цього розроблений державний логотип для органічної продукції ще зовсім новий і в уявленні споживачів має репутаційні ризики.

Державний реєстр операторів, які виробляють продукцію відповідно до вимог законодавства України у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції запрацював в серпні 2023 року. Реєстр веде та постійно оновлює Мінагрополітики на офіційному сайті. Станом на кінець квітня 2024 року в реєстрі налічується 179 операторів, з яких 149 мають органічний статус продукції та, відповідно, вже мають право маркувати продукцію державним органічним логотипом України. Вже з 1 липня 2024 року маркування державним логотипом стане обов'язковим для всіх операторів. Використання написів «органічний продукт» у власних назвах продуктів і торговельних марках, а також маркування продукції як органічної в разі відсутності чинного сертифіката, що засвідчує виробництво та/або обіг органічної продукції згідно законодавства України, буде заборонено [7].

Розвиток органічного сільського господарства в Україні визначено як один із індикаторів досягнення Цілей сталого розвитку (ЦСР). Практично всі 17 Глобальних ЦСР пов'язані закликом до дій щодо скорочення бідності, захисту планети та забезпечення того, щоб до 2030 року усі люди жили в мирі і достатку. Водночас органічне виробництво згадується в контексті виконання трьох цілей [8]:

Ціль 2. Подолання голоду, досягнення продовольчої безпеки, поліпшення харчування і сприяння сталому розвитку сільськогосподарства.

Ціль 12. Забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва.

Ціль 15. Захист та відновлення екосистем суші та сприяння їх раціональному використанню, раціональне лісокористування, боротьба з опустелюванням, припинення і повернення назад процесу деградації земель та зупинка процесу втрати біорізноманіття.

Саме Ціль 15 визначає орієнтир до 2030 року – 3 млн. га, зайнятих під органіч-

ним виробництвом, що відповідає 7% сільськогосподарських угідь України. За результатами досліджень, проведених в рамках проекту «Оцінка технологічних потреб в Україні – Технології скорочення викидів парникових газів у сільському господарстві»

[9] потенціал органічного виробництва в Україні може становити близько 4 млн. га.

З огляду на вище зазначене, виокремимо основні переваги розвитку органічного сільського господарства в Україні в контексті забезпечення сталості (рис. 1).



Рис. 1. Основні переваги розвитку органічного сільського господарства в Україні

В Україні споживання органічної продукції формується під впливом цілого комплексу факторів (певна частина яких є негативними), а значна частина такої продукції експортується, тому що посилюється попит на органічну продукцію в Європейському Союзі.

Стратегія збереження біорізноманіття ЄС до 2030 року [10] і Стратегія «Від ферми до столу/виделки» [11] разом із майбутнім Планом дій ЄС щодо нульового забруднення повітря, води та ґрунту – визначають конкретні дії, що охоплюють повний ланцюжок від виробництва їжі до споживання, а також міжнародне співробітництво щодо сталих продовольчих систем. Ці стратегії спрямовані на поєднання виробництва харчових продуктів із захистом навколишнього середовища, водночас стимулюючи інвестиції та стале виробництво, мету, яку Європейська Комісія намагатиметься просувати в контексті Цілей сталого розвитку.

Існує широкий консенсус щодо ключової ролі органічного виробництва та споживання. У своїй Стратегії «Від ферми до виделки» та Стратегії біорізноманіття Комісія визначила мету «принаймні 25% сільськогосподарських угідь ЄС використовувати для органічного землеробства та значного

збільшення органічної аквакультури до 2030 року».

План дій організовано за трьома напрямками, які враховують структуру ланцюга постачання харчових продуктів (виробництво, переробка, роздрібна торгівля та споживачі). Щоб підтримувати позитивні зміни в органічному секторі та підтримувати збалансований і прибутковий ринок для органічних операторів, надзвичайно важливо підвищити загальний попит на органічні продукти. Зростаюче споживання органічних продуктів має життєво важливе значення для заохочення фермерів переходити до органічного виробництва (Напрямок 1). Подальші стимули для виробництва також необхідні для досягнення мети 25% оброблюваних органічних сільськогосподарських земель і значного зростання органічної аквакультури до 2030 року (Напрямок 2). Нарешті, існує потреба в подальшому покращенні внеску органічного сектора у сталість і вирішення екологічних проблем (Напрямок 3) [12].

Задля досягнення поставленої амбіційної цілі необхідно забезпечити вітчизняний сектор виробництва органічної продукції дієвими інструментами, які активізують зміни в сільському господарстві і аквакультури

на шляху до високих стандартів якості ЄС, окрім цього, досягнення основної цілі органічного сільського господарства – нульового рівня забруднення, значним чином сприятиме досягненню проміжних цілей, таких, як зменшення використання пестицидів і появи надлишку поживних речовин, таким чином сприяючи руху ЄС до.

Слід зазначити, що органічне сільське господарство допомагає пом'якшити вплив виробничих процесів на зміну клімату та сприяє адаптації фермерів до неї, а також створює стійкі системи землеробства і при цьому захищає та покращує біорізноманіття.

Безумовно, споживчий попит на органічну продукцію на сьогодні зосереджений, головним чином, в економічно розвинених країнах, оскільки така продукція, як правило, є дорожчою, ніж звичайна, зважаючи на вищу собівартість її виробництва та переробки, а також необхідність урахування у витратах виробництва таких параметрів як охорона навколишнього середовища, поліпшення умов утримання тварин і вживання заходів щодо розвитку сільських районів [13].

Першим українським зареєстрованим і сертифікованим сільськогосподарським оператором у 2007 році є бізнес-об'єднання «Жива Земля Потутори» (с. Потутори, Тернопільська область), котре спеціалізується на органічному та біодинамічному землеробстві. Саме це господарство здійснило перший експорт органічної продукції (хвощ польовий (сухий) та зернові). У поточному часі підприємницька структура нарощує експорт на ринки Швейцарії та Німеччини овес, спельту, просо.

За інформацією ГС «Органічна Україна» [14] досягти успіхів у експорті, зокрема цьому господарству, і багатьом фермерським господарствам в Україні, допомогли міжнародні програми та проекти. З роками структура експорту органічної продукції з України змінювалася. Почали експортувати великі партії кормових зернових та бобових для органічних тварин до ЄС та США, пшона як дороблену продукцію, вже з 2020 року почалися партії готової продукції до країн Сходу, США.

За даними Дослідного інституту органічного сільського господарства (FiBL,

м.Фрік, Швейцарія) та IFOAM – Organics International станом на 31.12.2022 в сфері роздрібного продажу органічних продуктів за регіонами світу лідирувала Північна Америка (64,4 млрд. євро), далі – Європа (53,1 млрд. євро) та Азія (15 млрд. євро). Європейськими країнами з найбільшими ринками органічних харчових продуктів були Німеччина (15,3 млрд. євро), Франція (12,1 млрд. євро), Швейцарія (3,9 млрд. євро) та Італія (3,7 млрд. євро). У Швейцарії зазначено найвищий рівень споживання органічних продуктів на душу населення – 437 євро.

За період 2017–2022 рр. найбільший обсяг зовнішньої торгівлі органічною продукцією у натуральному вимірі відмічається у 2019 р. – 469 тис. т. У подальшому під впливом негативних факторів, як то пандемічні обмеження Covid-19 та впровадження в Україні воєнного стану у 2022 р., відбулося значне зниження обсягів продажу української органічної продукції до 245 тис. т. Тенденція зовнішньої торгівлі органічною продукцією у грошовому вимірі характеризується зростанням з 102 до 219 млн. дол. США, що свідчить, насамперед, про подорожчання продукції органічного сектору (рис.2).

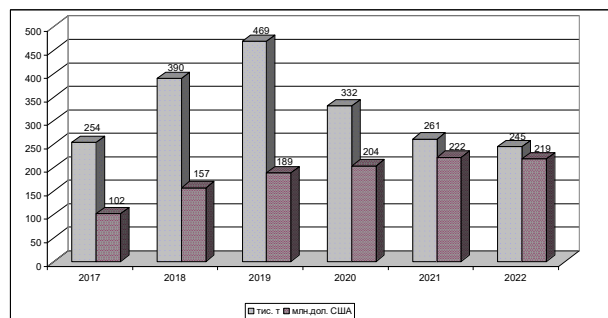


Рис. 2. Динаміка обсягів продажу української органічної продукції на зовнішній ринок
Побудовано за [15]

У 2022 р. експорт органічної продукції з України склав близько 219 млн. дол. США. до 36 країн світу, було експортовано 67 органічних товарів (ТОП 3 органічних товару: кукурудза, соя, пшениця). Взаємодія українських постачальників органічної продукції здійснювалась із 225 компаніями-імпортерами (ТОП 3 компаній-імпортерів:

52 – з Німеччини, 32 – з Польщі, 20 – з Нідерландів).

Постачання продукції органічного виробництва здійснювалось, насамперед, до країн Європи – 95% (у т.ч. 90% – до країн ЄС). У табл. 1 та 2 подано ТОП країн-імпортерів за обсягами та вартістю експорту української органічної продукції в ЄС за 2022 р. У трійці лідерів Нідерланди, Німеччина та Австрія.

Таблиця 1
ТОП 10 країн-імпортерів за обсягами органічної продукції українського виробництва в ЄС за 2022 р.

Місце	Країна	Обсяг, т.	Питома вага, %
1	Нідерланди	101 000	48,56
2	Німеччина	33 100	15,91
3	Австрія	27 300	13,13
4	Польща	13 400	6,44
5	Литва	10 600	5,10
6	Італія	6 300	3,03
7	Чеська республіка	5 000	2,40
8	Болгарія	5 000	2,40
9	Румунія	2 200	1,06
10	Франція	2 100	1,01
	Інші країни ЄС	2 000	0,96
	Всього	208 000	100,00

Побудовано за [16]

Таблиця 2
ТОП 10 країн-імпортерів за вартістю органічної продукції українського виробництва в ЄС за 2022 р.

Місце	Країна	Вартість, млн. дол. США	Питома вага, %
1	Нідерланди	46,1	25,05
2	Австрія	35,8	19,46
3	Німеччина	35,6	19,35
4	Польща	22,3	12,12
5	Чеська республіка	10,2	5,54
6	Італія	9,9	5,38
7	Франція	6,7	3,64
8	Литва	5,2	2,83
9	Болгарія	4,1	2,23
10	Румунія	1,7	0,92
	Інші країни ЄС	6,4	3,48
	Всього	184	100,00

Побудовано за [16]

Навіть незважаючи, на активні бойові дії у 2022 році, Україна за обсягами постачання органічної продукції до країн ЄС, посіла третє місце, поступившись Еквадору та Домініканській Республіці. За обсягами органічного експорту фруктів, свіжих або су-

шених, крім цитрусових і тропічних, за країнами-експортерами, у 2022 році Україна посіла 2 місце після Туреччини. За обсягами органічного експорту олійних культур, крім соєвих бобів, Україна – лідер в Європі [17].

Після незначного падіння ринку органічної продукції у 2022 році продажі органічних харчових продуктів в Німеччині за результатами 2023 року зросли на 5%. Відповідно ринок органічної продукції Німеччини становить 16,1 мільярда євро. Загалом з 2019 по 2023 рік зростання продажів органічної продукції в усіх торгових точках становило 31%. Німеччина є другим за обсягом імпортером органічної продукції з України і потенціал для українських експортерів органічної продукції тільки зростає [18].

Важливе значення при реалізації органічної продукції в цьому відіграють підприємства роздрібної торгівлі, які становлять за мету значне збільшення рівня продажів цих товарів у своїх мережах, а також розвиток співпраці з провідними асоціаціями органічних виробників. Окрім того, наприкінці 2023 року в Німеччині було ухвалено Національну стратегію щодо досягнення 30% під органічним сільським господарством та щодо виробництва органічних харчових продуктів до 2030 року, виконання якої буде супроводжуватись інформаційною кампанією. Як зазначено вище, Україна за результатами 2022 року була третім за обсягами імпортером органічної продукції до ЄС. Водночас, кількість земель, що перебували під контролем органів органічної сертифікації, у 2022 році зменшилась на 38% та склала 0,6% від загальної кількості земель сільськогосподарського призначення в Україні. Всього станом на 31 грудня 2022 року налічувалось 263 619 га зайнятих під органічним виробництвом (органічних і перехідного періоду), сертифікованих за стандартом, що еквівалентний органічному законодавству ЄС та NOP (США). Тренд на органічне у світі не зменшується, але органічний ринок перестає бути нішовим, а отже дедалі більше буде схильний до впливу зовнішніх факторів – економічні та геополітичні чинники є найбільшими викликами для органічного сектору. Але подальша трансформація продовольчих систем та перехід до більш сталих практик агровиробництва скоріше сприятиме

подальшому зростанню попиту на органічні харчові продукти. [19].

Україна на систематичній основі поступово розширює та шукає нові зовнішні ринки збуту органічної презентуючи свою продукцію. Наприклад, вперше була представлена на міжнародній виставці GastroNord, яка проходила з 9 по 11 квітня 2024 року у Стокгольмі (Швеція). У колективному стенді України взяли участь одразу 12 компаній, 7 з яких органічні. Українські компанії провели 200 B2b-зустрічей з дистриб'юторами, ритейлерами зі Швеції, Норвегії, Данії, Фінляндії, Естонії, Італії та Іспанії, серед яких були представники Menigo Foodservice AB, Coop, Martin & Servera. А ще отримали 23 попередні домовленості про співпрацю [20].

На жаль в сучасних умовах ведення бізнесу відбулося скорочення як сільськогосподарських угідь так і кількості органічних операторів в Україні, адже значна їх частина знаходиться під окупацією в південних регіонах країни.

Українські органічні експортери попри зростаючі загрози ведення органічного виробництва в умовах воєнного стану, руйнування об'єктів інфраструктури, порушені логістичні маршрути, блокування портів та автомобільних доріг, підвищення цін на паливо та добрива, обмеження експорту окремих категорій продукції, продовжують працювати у таких складних умовах, ґрунтуючись на засадах сталого розвитку.

Науковиця В. Г. Грановська [21] зазначає, що найбільш перспективним сегментом західноєвропейського ринку є ринок екологічно чистих продуктів харчування. Наразі необхідна інформаційно-аналітична підтримка бізнесу щодо співробітництва з торговими партнерами з інших країн для освоєння культури європейського торговельного підприємництва, оволодіння управлінськими навичками та сучасними методами просування органічної продукції.

Науковцями Чичкало-Кондрацькою та І. Новицькою встановлено І., що на сьогоднішній день все більше зростає зацікавленість споживачів до продуктів харчування, які є екологічно чистими і виробництво яких не має негативного впливу на навколишнє середовище, що відкриває значні перспекти-

ви для експорту органічних товарів. Вони зазначають, що існуючий світовий досвід розвитку органічного виробництва і ринку органічної продукції, а також підвищення ефективності просування органічних продуктів свідчить: щоб продукт був придбаний кінцевим споживачем повинні взаємодіяти три елементи: держава – виробник – споживач. Крім того, успішному експорту органічної продукції з України повинно сприяти впровадження окремих інструментів ризик-менеджменту в практичній діяльності вітчизняних виробників органічної продукції [22].

Вітчизняні постачальники суттєво залежать від коливань європейських закупівельних цін на органічну сировину, а комунікаційна складова при просуванні українського органічного продукту зосереджується в сегменті B2B та практично не торкається кінцевих споживачів. Якщо вказувати на те, як забезпечити стимулювання зовнішнього попиту на органічну агропродовольчу продукцію із України, то за дослідженням [23] можна виділити такі нагальні завдання:

- нарощування інформаційно-комунікаційної підтримки держави та недержавних інституцій координаційного типу малого та середнього органічного фермера;

- нарощування внутрішнього попиту на готові органічні продукти та подолання низької поінформованості вітчизняних споживачів щодо переваг вітчизняного органічного продукту, що уможливить підвищення економічних стимулів для нарощування виробництва та збуту як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках;

- популяризація бренду «Made in Ukraine», що підвищить цінність та привабливість для іноземного споживача.

Висновки. Соціально-економічний розвиток країн світу виступає в сучасних умовах як процес незворотних, цілеспрямованих, закономірних та багатофакторних змін в усіх сферах господарського життя, що знаходять прояв у підвищенні рівня задоволення матеріальних, духовних та соціальних потреб усього суспільства й окремої людини, майбутніх поколінь, зокрема ступеня реалізації сил, можливостей та індивідуальності людини, гармонізації відносин «людина – природа – суспільство – майбутні поко-

ліній» [24, с.47]. Сутнісні ознаки сучасного вектору розвитку визначають його орієнтацію на досягнення сталості, в якій вагоме місце належить екологічній складовій.

У відповідності до вимог сучасності важливого значення набуває виробництво органічної продукції сільськогосподарського призначення, а отже, конкурентні позиції країн багато в чому визначаються досягненнями у цій сфері.

У сфері виробництва та обігу органічної продукції український бізнес здійснює підтримку Європейського зеленого курсу. Навіть в умовах воєнного стану Україна продовжує проваджувати органічне виробництво, підґрунтям якого виступає філософія здоров'я ґрунту, сталі господарські практики та піклування про здоров'я теперішніх і майбутніх поколінь. Виробництво та обіг органічної продукції, забезпечуючи можливості здійснення зовнішньої торгівлі, є однією з провідних ініціатив у переході до ведення сільського господарства на засадах сталого розвитку, виступає потужною силою для системних і трансформаційних змін, сприяє перетворенню свідомості споживання природних благ та формування ефективності економічних показників. Прискорений розвиток виробництва органічної продукції сприятиме покращенню економічного, соціального та екологічного стану в Україні, комплексному економічному розвитку територіальних громад в сільській місцевості та створить всі необхідні передумови для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників на зовнішніх ринках.

Література

1. Трифонова О.В., Тимошенко Л.В., Ус С.А. Математичні моделі і методи прийняття рішень для сталого розвитку: навч. пос. М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». Дніпро : НТУ «ДП», 2023. 240 с.
2. Камінський В. Органічне землеробство – шлях до продовольчої безпеки. *Віче*. 2014. №9. С. 58-61. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/viche_2014_9_34
3. Артеменко Л.Б. Європейський досвід державної підтримки органічного виробництва у контексті забезпечення продовольчої безпеки України. *Агросвіт*. 2019. №9. С. 46-52. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2019.9.46>
4. Міняйло О., Нестерець А. Конкурентне середовище органічних продуктів за умов глобаліза-

ції. *Євроінтеграція України та економічна безпека*. 2020. Вип. 2 (25). С. 195-203.

5. Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19#Text>.

6. Корогод О.В. Україні потрібно робити акцент на стратегії органічного ринку, його розвитку та збільшенні виробництва URL: <https://organicukraine.org.ua/c/blog/3576>

7. Маркування – гарантія якості продукції органічного походження URL: <https://organicinfo.ua/news/organic-labeling/>

8. Цілі сталого розвитку. United Nations Development Programme URL: <https://www.undp.org/uk/ukraine/tsili-staloho-rozvytku>

9. Technology needs assessment report mitigation technology barrier analysis and enabling framework URL: https://tech-action.unepccc.org/wp-content/uploads/sites/2/2020/04/baef-mitigation-report-ukraine.pdf?fbclid=IwAR1Ezv0bRCMc8ivg4gNdy7aGzRMRgfW-rdvGpCJaHjkh4P1loA3_1fg7Jwg

10. Communication from the commission to the european parliament, the council, the european economic and social committee and the committee of the regions eu Biodiversity Strategy for 2030 Bringing nature back into our lives COM/2020/380 final URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52020DC0380>

11. Communication from the commission to the european parliament, the council, the european economic and social committee and the committee of the regions A Farm to Fork Strategy for a fair, healthy and environmentally-friendly food system COM/2020/381 final URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52020DC0381>

12. Communication from the commission to the european parliament, the council, the european economic and social committee and the committee of the regions empty on an action plan for the development of organic production com (2021) 141 final URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A52021DC0141>

13. Уланчук В.С., Жарун О.В., Соколюк С.Ю., Ткачук С.П. Розвиток органічного виробництва в Україні. *«Молодий вчений»*. №3(43) .березень, 2017 р. С. 867-870.

14. ГС «Органічна Україна» URL: <https://organicukraine.org.ua>

15. Продажі органічної продукції за 2016-2022: зовнішній ринок URL: <https://organicinfo.ua/infographics/export-market-2016-2022/>

16. Експорт української органічної продукції в ЄС (2022 рік, країни) URL: <https://organicinfo.ua/infographics/ua-organic-import-to-eu-2022/>

17. Корогод О. Як дипломати допомагають просувати органічних виробників на міжнародних ринках URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/08/21/703411/>

18. Органічна продукція в Німеччині у 2023 році: зростання продажів, вищі ціли URL: <https://organicinfo.ua/news/organic-market-in-germany-2023/>

19. Ринок органічних продуктів перестає бути нішевим URL: <https://organicinfo.ua/news/organic-no-longer-niche-market/>

20. Актуальні новини органічного сектору: 1-15 квітня 2024 URL: <https://organicinfo.ua/news/news-april1-2024/>

21. Грановська В.Г. Перспективи розвитку ринку органічної продукції в Україні. *Економіка АПК*. Випуск № 4. 2017. С. 31-40.

22. Чичкало-Кондрацька І.Б., Новицька І.В. Світовий досвід просування органічної продукції. *Ефективна економіка*. 2018. №2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6104>

23. Кудирко Л.П., Пащенко Б.В. Перспективи розвитку ринку органічної продукції в Україні. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2020/61.pdf

24. Пилипенко Г.М., Федорова Н.Є. Наука як фактор соціально-економічного розвитку суспільства: монографія. Дніпро: НТУ «ДП», 2020. 213 с.

References

1. Tryfonova, O.V., Tymoshenko, L.V., & Us, S.A. (2023). Matematychni modeli i metody pryiniattia rishen dlia staloho rozvytku. Ministerstvo osvity i nauky Ukrainy, Natsionalnyi tekhnichnyi universytet «Dniprovska politehnika». Dnipro: NTU «DP».

2. Kaminskyi, V. (2014). Orhanichne zemlerobstvo – shliakh do prodovolchoi bezpeky. *Viche*, (9), 58-61. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/viche_2014_9_3

3. Artemenko, L.B. (2019). Yevropeyskyi dosvid derzhavnoi pidtrymky orhanichnoho vyrobnytstva u konteksti zabezpechennia prodovolchoi bezpeky Ukrainy. *Ahrosvit*, (9), 46-52. Retrieved from <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2019.9.46>

4. Miniailo, O., & Nesterets, A. (2029). Konkurentne se-redovyshe orhanichnykh produktiv za umov hlobalizatsii. *Yevrointehratsiia Ukrainy ta ekonomichna bezpeka*, Issue 2(25), 195-203. DOI: 10.24144/2078-1431.2020.2(25).191-203

5. Zakon Ukrainy «Pro osnovni pryntsyipy ta vymohy do orhanichnoho vyrobnytstva, obihu ta markuvannia orhanichnoi produktsii». Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19#Text>.

6. Korohod, O.V. Ukraini potribno robyty aktsent na stratehii orhanichnoho rynku, yoho rozvytku ta zbilshenni vyrobnytstva <https://organicukraine.org.ua/c/blog/3576>

7. Markuvannia – harantiia yakosti produktsii orhanichnoho pokhodzhennia Retrieved from <https://organicinfo.ua/news/organic-labelling/>

8. Tsili staloho rozvytku. United Nations Development Programme Retrieved from <https://www.undp.org/uk/ukraine/tsili-staloho-rozvytku>

9. Technology needs assessment report mitigation technology barrier analysis and enabling framework Retrieved from [https://tech-action.unepccc.org/wp-](https://tech-action.unepccc.org/wp-content/uploads/sites/2/2020/04/baef-mitigation-report-ukraine.pdf?fbclid=IwAR1Ezv0bRCMc8ivg4gNdy7aGzRMRgfW-rdvGpCJaHjkh4P1loA3_1fg7Jwg)

[content/uploads/sites/2/2020/04/baef-mitigation-report-ukraine.pdf?fbclid=IwAR1Ezv0bRCMc8ivg4gNdy7aGzRMRgfW-rdvGpCJaHjkh4P1loA3_1fg7Jwg](https://tech-action.unepccc.org/wp-content/uploads/sites/2/2020/04/baef-mitigation-report-ukraine.pdf?fbclid=IwAR1Ezv0bRCMc8ivg4gNdy7aGzRMRgfW-rdvGpCJaHjkh4P1loA3_1fg7Jwg)

10. Communication from the commission to the european parliament, the council, the european economic and social committee and the committee of the regions eu Biodiversity Strategy for 2030 Bringing nature back into our lives COM/2020/380 final Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52020DC0380>

11. Communication from the commission to the european parliament, the council, the european economic and social committee and the committee of the regions A Farm to Fork Strategy for a fair, healthy and environmentally-friendly food system COM/2020/381 final Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52020DC0381>

12. Communication from the commission to the european parliament, the council, the european economic and social committee and the committee of the regions empty on an action plan for the development of organic production com (2021) 141 final Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A52021DC0141>

13. Ulanchuk, V.S., Zharun, O.V., Sokoliuk, S.Iu., & Tkachuk, S.P. (2017). Rozvytok orhanichnoho vyrobnytstva v Ukraini. «Molodyi vchenyi», 3(43), 867-870.

14. HS «Orhanichna Ukraina» <https://organicukraine.org.ua>

15. Prodazhi orhanichnoi produktsii za 2016-2022: zovnishnii rynek <https://organicinfo.ua/infographics/export-market-2016-2022/1>

16. Eksport ukrainskoi orhanichnoi produktsii v YeS (2022 rik, krainy) <https://organicinfo.ua/infographics/ua-organic-import-to-eu-2022/>

17. Korohod, O. (2023). Yak diplomaty dopomahaiut prosuvaty orhanichnykh vyrobnykiv na mizhnarodnykh rynkakh Retrieved from <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/08/21/703411/>

18. Orhanichna produktsiia v Nimechchyni u 2023 rotsi: zrostannia prodazhiv, vyshchi tsili Retrieved from <https://organicinfo.ua/news/organic-market-in-germany-2023/>

19. Rynek orhanichnykh produktiv perestaie buty nishevym Retrieved from <https://organicinfo.ua/news/organic-no-longer-niche-market/>

20. Aktualni novyny orhanichnoho sektoru: 1-15 kvitnia 2024 Retrieved from <https://organicinfo.ua/news/news-april1-2024/>

21. Hranovska, V.H. (2017). Perspektyvy rozvytku rynku orhanichnoi produktsii v Ukraini. *Ekonomika APK*, Issue 4, 31-40.

22. Chychkalo-Kondratska, I.B., & Novytska, I.V. (2018). Svitovyi dosvid prosuvannia orhanichnoi produktsii. *Efektivna ekonomika*, (2). Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6104>

23. Kudyenko, L.P., & Pashchenko, B.V. (2020). Perspektyvy rozvytku rynku orhanichnoi produktsii v

FOREIGN TRADE OF ORGANIC PRODUCTS IN
THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

*O. H. Vahonova, D.E., Professor, L. V. Tymoshenko., Ph. D (Econ.), Associate Professor,
V. V. Chornobaev, Ph. D (Econ.), Associate Professor,
Ye. V. Terekhov, Ph. D (Econ.), Associate Professor, Yu. S. Hosalov, Post-graduate Student,
Dnipro University of Technology*

Methods. In the course of study, the following methods were used: analysis and synthesis – when determining the place of production of organic agricultural products in the general industry structure of Ukraine, as well as highlighting the main advantages of the development of organic agriculture in the Ukrainian economy in the context of ensuring sustainability; system approach – when establishing the relationship between organic production and achieving the goals of sustainable development; general and specific – when clarifying the specifics of trade in organic products on foreign markets in order to achieve the goals of sustainable development; statistical methods – when creating ratings of countries importing organic products in the EU.

Results. The essence of the global concept of sustainable development is revealed and the position of Ukraine in achieving its goals in comparison with other European countries is determined. The place of organic products in the general structure of agricultural products is determined. The specific features of the formation of demand for organic products in the domestic market of Ukraine and the factors that determine it in foreign markets are analyzed. The dynamics of sales volumes of Ukrainian organic products on foreign markets, in particular the countries of the European Union, are shown. The ranking of the TOP 10 countries importing organic products of Ukrainian production to the European Union in 2022 is presented.

Novelty. The relationship between organic production and the achievement of the goals of sustainable development was established. The advantages of the development of organic agriculture in the Ukrainian economy in the context of ensuring sustainability were determined.

Practical value. The analysis of the volume of trade in organic products in the context of sustainability allows determining the priority directions for improving the trade balance of Ukraine and its promotion on the path to achieving the goals of sustainable development.

Keywords: sustainable development, sustainable development goals, agriculture, organic products, foreign trade, export, import.

Надійшла до редакції 25.05.24 р.

EMPLOYMENT POLICY AND UNEMPLOYMENT PROBLEMS IN GEORGIA

*L. T. Osadze, Doctor of Economics, Professor, Gori State University (Georgia),
l.osadze@gmail.com, orcid.org/0000-0003-1394-3633*

Methods: The study of the labor market is based on the analysis of the data of the National Department of Statistics of Georgia and studies conducted by international organizations. In the research process, the methods of scientific abstraction were used – when defining the labor market and the essence of the concepts «unemployment» and «employment»; comparative analysis – when comparing the employment situation of the population of Georgia and some other countries; statistics – when determining the dynamics of the main indicators of the labor market.

Results. The current state of the labor market in Georgia was analyzed and the dynamics of its main indicators for the period 2017–2023 were determined. The main problems in the field of employment of the Georgian economy were identified, which include incomplete use of labor resources, differentiation of population incomes, imbalance between demand and supply of professions. The analysis of the labor market in Georgia revealed that the majority of jobs in the national economy are created in industries that do not use modern technologies and, therefore, do not require highly qualified specialists; employees with a high level of qualification cannot find a job in their specialty for a long time, as a result of which they lose their qualifications or are forced to work in low-skilled jobs; the level of education received and real knowledge often turn out to be incompatible with each other. The components of state policy in the sphere of employment regulation are considered. A comparative analysis of this policy was carried out in such countries as: Georgia, Latvia, Estonia, Hungary, Austria. Prospects for increasing the effectiveness of employment policy in Georgia are outlined.

Novelty. As a result of the study of the employment policy, it was found that its tools have different effects on solving the problem of unemployment with regard to the short-term and long-term periods. Job search assistance programs have been shown to have the same results in both the short and long term, while vocational training programs have been shown to perform much better in the medium and long term.

Practical value. The results obtained during the research can be useful in the formation of employment policy at both the regional and state levels of the functioning of the national economy.

Keywords: unemployment, employment policy, employment policy instruments, active and passive employment policy, international organizations, state.

Statement of Problem. Unemployment is the most acute macroeconomic problem in the whole world, which can be alleviated and more or less regulated as a result of the right employment policy of the state. States deal with this problem in different ways. Scientists, through economic theories, assert the role of the state in solving labor market and employment policy problems. J. Keynes proved that there is no automatic mechanism of full employment in the capitalist system. His recommendation to the government was: to

increase spending to expand production and thereby create additional jobs for the unemployed (Dogonadze, 2009).

Employment policy can be defined as a set of programs, measures and services through which the state tries to increase the rate of employment in the country. According to the classification of the European Union statistical service – Eurostat, employment policy is defined as «state intervention in the labor market, the main objective of which is to ensure its effective functioning and overcome

inequalities». There are different classifications of employment policies. The most common is the distinction between active and passive employment policies. Passive employment policy implies financial support for the unemployed during the period of unemployment; Its main tool is the unemployment insurance system. And active policy involves the offering of various employment services to the unemployed by public employment services (Employment Policy in the Context of Development, 2020).

According to the classification of the Organization for Economic Cooperation and Development, active policy instruments include the following: Public Employment Services; Labor Market Training; Employment Incentives; Sheltered and Supported Employment and Rehabilitation; Direct Job Creation; Start-up Incentives. Passive policy includes the following tools: 1. Unemployment insurance 2. Early retirement [5]. Each instrument of employment policy is different and its use requires an individual approach by the state.

Theoretical background. Unemployment is the most pressing problem facing the whole world. In solving this problem, the right employment policy implemented by the state plays a major role. When researching the problems of unemployment in Georgia, it is important to consider the experience of abroad regarding the results of the implementation of employment tools in practice. In this regard, the study prepared by McKenzie in 2017, which evaluates the effectiveness of active labor market policies in 13 developing countries, based on the reports of 24 studies, is worth noting. Below are facts about the results of active policy instruments in different countries.

1. Vocational training programs. McKenzie evaluates the effectiveness of traditional vocational training programs based on the results of 12 studies conducted in eight countries. Attanasio (2012) evaluates the results of a 6-month vocational training program in Colombia aimed at youth of both sexes. The program had a significant impact on women. In particular, vocational training increased women's wages by about 20%. The probability of employment for men participating in the training increased by 5.3%,

for women – by 7.1%. In Kenya, the training program was aimed at young people aged 17-29 and included 3 months of training and 3 months of internship in private companies (Honorati, 2015). As a result of participating in the program in the short term (14 months), the participants' chance of employment increased by 5.6% compared to the control group. The long-term effectiveness of the programs varies from country to country. In Turkey (Hirshleifer et al, 2016), Argentina (Alzúa et al. 2016) and the Dominican Republic (Acevedo et al. 2017), the effects of programs were observed only in the short term, in Colombia (Attanasio et al, 2015) and the Dominican Republic (Ibarrarán et al., 2015) the results of retraining were sustainable even in the long term (Standard estimates of the return to an additional year of schooling around the world show an average return of 10%, with returns to tertiary schooling averaging 21% in Sub-Saharan Africa (Montenegro and Patrinos, 2014).

2. Wage subsidies. Firms' wage subsidy reduces the cost of employing an employee, thus reducing unemployment during the period of the subsidy.

3. Helping with job searching (Search and Machining). The McKenzie report is based on the results of nine studies conducted in seven developing countries, which include the following types of programs: employment forums (Ethiopia, Philippines), transportation subsidies (Ethiopia), testing in different skills (Ethiopia, Jordan, Uganda), promoting the use of letters of recommendation (South Africa), providing job seekers with information about vacancies (India, Peru). According to studies, programs to help job seekers and employers by informing them had a statistically significant effect in only two cases - employment increased in India and Peru, respectively, by 2.4% (based on 3 years) and 6.2% (based on 1 month)) [6].

According to the research analysis, the state's employment promotion is more expensive than professional training and wage subsidies. The use of other recruitment tools (recruitment forums, letters of recommendation, testing in different skills, etc.) is associated with relatively lower costs, but is less effective.

Card, Kluve and Weber (2017) analyze the results of active labor market programs based on 207 research reports. The studies cover 47 countries (including developed and developing). It was revealed that the effect of the active labor market policy in the short term (less than one year after the completion of the programs) is small compared to the medium term (1-2 years) and the long term (more than 2 years). Active labor policy is associated with 1-3%, 3-5% and 5-10% increase in employment in the short, medium and long term, respectively [6].

Aim of the paper. The purpose of the article is to research employment policy and unemployment problems in Georgia.

Materials and methods. In the research process, desk research materials, theories developed by scientists about unemployment and employment policy, statistical data and studies conducted by international organizations are used. As a result of the analysis, the research hypothesis was confirmed. In the elimination of unemployment problems, the involvement of the state and the determination of the right employment policy play a major role. The help provided by international organizations and the experience abroad are important.

Findings. *Examples of state employment policies in comparable countries of Georgia.* The choice of employment policy instruments is determined by the economic situation of the countries, political and social factors. In this regard, the approaches are different and the world experience is quite diverse. The data show that there is no ready-made recipe for the optimal arrangement of the employment mechanism. For optimal institutional provision, it is necessary to make decisions based on the needs of the labor market of a specific country, analysis of economic and financial potential and consideration of important aspects of practical experience of foreign countries.

In the process of developing an employment mechanism for Georgia, it is interesting to analyze the state employment services of Latvia and Estonia, as countries of the former Soviet space. Kalvane (2015) analyzes the models of public employment services in Latvia, Estonia and Denmark and notes that unemployment prevention measures

in Latvia and Estonia account for a negligible share of total employment policy costs. Estonian SDS is an independent public institution. It is managed by three apparatuses, which are composed of representatives of the government, trade unions and employers' organizations.

In 2011, employment policy expenditure in Latvia amounted to 0.686% of GDP (in comparison, in 2015 Latvian SDS expenditure was only 0.56% of GDP), and in Estonia - 0.719% of GDP. In 2009 and 2010, the majority of expenditures on employment policy in Latvia were passive employment measures, and in 2011 and 2012, the share of passive and active measures was equalized (it should be noted that in 2015, the share of passive policy increased again, and the expenditures on it in Latvia's GDP amounted to 0.41%, while only 0.15% of GDP was spent on active politics).

Risak & Kovacs (2017) offer a comparative analysis of employment mechanisms in Austria and Hungary. Risak & Kovacs (2017) attribute Hungary to the Eastern European flexicurity system, the authors of which also consider the Baltic countries as part of it. This system is characterized by a low level of social security. (weak social assistance system), with medium to high labor market flexibility and medium to high taxes.

According to Risak & Kovacs (2017), constant structural changes and redistribution of powers did not have a positive impact on the transparency and efficiency of the SDS. In order to alleviate the consequences of unemployment in Hungary, there is a mandatory social insurance mechanism, which is financed from the payroll of the employees (1.5% of the salary) and the social tax paid by the employers (27% of the paid salary). Unemployment insurance covers not only the employed, but also the self-employed, who are obliged to pay 1.5% of the monthly declared income. The passive labor market policy in Hungary is mainly based on two unemployment assistance programs, «jobseeker's assistance» and «pre-retirement jobseeker's assistance».

Based on empirical studies, Risak & Kovacs (2017) note that in solving the employment problem, employer subsidy and unemployed retraining programs are more effective than public works programs.

If we evaluate the experience of the countries of the world, we will see that the short and long-term effects of the employment policy depend on the type of program. For example, job search programs have the same effect in the short and long term. The impact of vocational training and employment programs in the private sector on employment is greater in the medium and long term. Employment in the public sector has an insignificant and often negative effect both in the short term and in the long term. Program effects also vary by participant group—largest for women and long-term unemployed, and smallest for young and old.

Employment policy of Georgia.

According to the statistical data published by the National Statistical Service of Georgia and the World Bank, since 1992, in terms of the structure, dynamics and trends of unemployment, the high level of unemployment in Georgia has been maintained even in the conditions of rapid economic growth. Since 1992, GDP per capita has been growing sharply and reached US\$4,000 in 2016, while the unemployment rate has consistently hovered between 10-12%. The level of employment is less responsive to economic growth. The increase in the volume of production was mainly due to the increase in the rate of productivity and not of employment.

Unemployment is particularly high in urban areas of the country, where the unemployment rate is 28%. The mentioned indicator is 3 times higher than the level of unemployment in rural areas. The mentioned circumstance is caused by the high number of self-employed people in rural areas (50 percent of the total number of employees).

However, it should be noted that their farming is so low in terms of productivity that it is not even able to meet its own requirements. The level of unemployment among young people is also particularly high in Georgia and this figure is 36%. Almost a third of young people (aged 15–24) are not in education, are not employed or are not undergoing professional training. This indicator is 2-3 times higher than the corresponding indicator of most European countries.

As a result, the productivity potential of young workers is underutilized. High youth

unemployment is a result of weak demand for labor, but skills mismatch also contributes. Many of the unemployed in Georgia have higher education. More than 50% of the unemployed have secondary education, and 40% have higher education. 46% of the unemployed in urban areas have a university degree.

In contrast to European countries, where unemployment is concentrated among less educated individuals (the unemployment level in Georgia is calculated taking into account the criteria of the International Labor Organization). Since 2012, Georgia has started creating labor market institutions and developing relevant programs. This, to a large extent, was due to the bilateral cooperation with the EU and the commitments made to it. Europe in 2013 [15].

Within the framework of the neighborhood policy instrument, the EU budget aid program for the years 2014-2017 was signed, which meant helping the Georgian state in the reform of professional education and employment. Obligations in the field of labor and employment increased further in 2014, when Georgia signed the Association Agreement with the EU.

The specific goals of the professional education development strategy developed by the Ministry of Education and Science of Georgia are:

- Establishing a flexible professional educational network corresponding to the requirements of the labor market.

- Preparation of competitive personnel for the international and local market. Providing full and equal opportunities for professional and personal development.

- Providing full and equal opportunities for professional and personal development.

- Preparation of economically active population for employment and self-employment, with the perspective of sustainable career development and self-realization [1].

In the study «Unemployment structure and structural unemployment in Georgia» (2016) carried out by the Georgian Strategy and International Relations Research Foundation with the support of the South Caucasus Regional Office of the Friedrich Ebert

Foundation, trends characteristic of the Georgian labor market, such as underemployment and hidden unemployment, are identified.

In order to effectively overcome the challenges in the employment market, the Government of Georgia approved the strategy of active labor market policy and the 2016–2020 action plan for its implementation by the resolution of April 4, 2016 (#167). The aforementioned strategy and action plan were based on the results of the Georgian labor market survey conducted by the Ministry of Labor, Health and Social Protection of Georgia in 2015, the survey of vocational school graduates conducted by the Ministry of Education and Science of Georgia in 2014, and the unemployment level survey of 2014 by the National Statistical Service of Georgia.

The structure of Georgian employment is dominated by agriculture, which accounts for 46% of total employment and only 10% of GDP. The industrial sector is small, with 11% of the total number of employees. The service sector is relatively large, accounting for 25% of the total number of employees, although the leading position in it is held by trade, which is largely an activity with low added value, as well as the public service sector. The role of the modern business and financial services sector in employment is small. Thus, the majority of jobs are in traditional, low-productivity sectors,

and a minority of jobs are in modern, high-productivity sectors. Such a traditional employment structure limits the demand for a highly educated workforce.

The State Employment Services Service – SIP Social Services Agency offers the following types of services to job seekers in order to promote employment: Professional training of job seekers - state program of retraining and qualification improvement; Individual and group consultations for job seekers; Labor market information management system www.worknet.gov.ge. Employment forums; Supportive employment [6].

It should be noted that the professional training-retraining program is the largest of the employment services. The main goal of the program is professional training of the unemployed in the most demanded professions. Within the framework of the program, the participants will be given a 1500 GEL state voucher, which they can use to take a course at the relevant professional college. The list of in-demand professions and course providers is compiled annually by the Department of Labor and Employment. The number of participants in the training-retraining program is increasing year by year, accordingly, the budget of the program is also increasing [3]. According to the data of the National Statistics Service, the result of the state's active employment policy is confirmed:

Table 1

Employment and unemployment

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2023 I	2023 II	2023 III	2023 IV
Employment power, thousand men	1641.4	1605.2	1572.8	1523.7	1533.6	1551.6	1596.3	1551.1	1594.3	1618.5	1621.3
Employed, thousand men	1286.9	1296.2	1295.9	1241.8	1217.4	1283.7	1334.6	1271.9	1327.4	1366.3	1372.7
Unemployed, thousand men	354.5	309.0	276.9	281.9	316.2	267.9	261.7	279.2	266.9	252.2	248.6
Unemployment level, %	21.6	19.2	17.6	18.5	20.6	17.3	16.4	18.0	16.7	15.6	15.3

Source: National Statistical Service of Georgia, 2023

As a result of the analysis, it is determined that as a result of the active employment policy implemented in Georgia, in 2023 (16.4%), the unemployment level, compared to 2017 (21.6%), decreased by 5.2%.

Conclusions. As a result of the employment policy research, it was revealed that employment policy instruments affect unemployment problems in different ways. The results are different in the long term and in the

short term. However, job search assistance programs have the same results in both periods. The results of vocational training programs are greater in medium and long-term periods.

Countries use active and passive recruitment tools according to their labor market analysis, mainly based on the labor supply and demand. As a result of the analysis of the World Bank research, it appeared that the Georgian employment market is facing three

main challenges. These challenges are: unused work resources; income inequality; imbalance between demand and supply of professions.

As a result of the analysis of the implemented employment policy, it was revealed: most of the jobs generated in the labor market of Georgia do not require high qualifications, because the economy of Georgia is not able to create high-skilled jobs; it is difficult to find a job according to the qualifications received in Georgia, which may be due to the following circumstances: the level of education received and real knowledge are not compatible with each other. as a result of long-term unemployment, job seekers lose their qualifications or are forced to work in a low-skilled workplace.

The recommendations: based on the analysis of foreign and local studies, the recommendations of the employment policy of Georgia were developed:

– The state should develop a unified state employment strategy, the ministries involved in the implementation of which should act in a coordinated manner within the overall strategy.

– The registration processes of the unemployed should be improved, the priorities should be sorted in such a way that there is no duplication of processes in the market and therefore inefficient spending of resources.

– The state employment program should take into account the motivation of the population for vulnerable groups (such as young people, women and long-term unemployed). World experience has shown that the effectiveness of employment promotion programs is highest among the mentioned vulnerable groups.

– The social service agency should increase the awareness of state employment services in the regions, and the services should be made available to those who do not have access to modern technologies.

– The state should promote and encourage deficient professions in the education market. The Ministry of Education must act in coordination with the Ministry of Economy.

– Creation of additional jobs is a necessary condition for overcoming unemployment. It is necessary for the state to

offer the population such incentive programs that will be adapted to regional needs. The development of the small and medium segment needs active support.

The state should strengthen the empirical studies of the employment market, the collection of statistical data, the accounting and evaluation of state expenses in terms of employment [5].

References

1. State employment policy in Georgia, 2020, p. 27, Tbilisi; https://www.gruni.edu.ge/uploads/files/Other_page/human
2. Dogonadze, I. Keynes and Keynesianism, 01/05/2009 <https://geoeconomics.ge/?p=3995>
3. Employment policy in the context of development, Human Rights Training and Monitoring Center, EMC Tbilisi, 2020 <https://socialjustice.org.ge/uploads/products/pdf>
4. National Statistical Service of Georgia, Employment and Unemployment, 2023, <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/683/dasakmeba-umushevroba>
5. Coverage and classification of OECD data for public expenditure and participants in labor market programmers -andclassification-of-OECD-data-2015.pdf <https://www.oecd.org/els/emp/Coverage>
6. Analysis of state employment policy in Georgia and European countries, 2017, pp. 3-25; https://www.gruni.edu.ge/uploads/files/Other_page/human_law.pdf
7. NationalStatisticalServiceofGeorgia, http://geostat.ge/index.php?action=page&p_id=146&language=eng
8. World Bank data, <https://data.worldbank.org/>
9. Structure of unemployment and structural unemployment in Georgia, Research Foundation of Georgian Strategies and International Relations, 2016.
10. Card, D., Kluve, J., & Weber, A. (2017). What Works? A Meta Analysis of Recent Active Labor Market Programme Evaluations. NBER Working Paper Series.
11. Mckenzie, D. (2017). How Effective Are Active Labor Market Policies in Developing Countries? A Critical Review of Recent Evidence. Policy Research Working Paper 8011, Development Research Group, World Bank. <https://doi.org/10.1093/wbro/lkx001>
12. Kalvane, I. (2015). Business Model Choice for Latvian Public Employment Service: What is the Best for Labour Force Competitiveness? Procedia - Social and Behavioral Sciences 213, pp. 99-104. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.410>
13. Risak, M., & Kovacs, E. (2017). Active and Passive Labour Market Policies in Austria and Hungary: A Comparative Analysis of Recent Changes and Trends. European Labour Law Journal, 8(2), pp. 168-187; http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Unemployment_statistics

14. Georgia, Skills Mismatch and Unemployment Labor Market Challenges, March 2013, Human development Sector Unit, South Caucasus country department, Europe and Central Asia Region, the World Bank.

15. Rodrick D. (2014). Industrial Policy for the Twenty-first Century
[https://drodrik.scholar.harvard.edu/files/dani-](https://drodrik.scholar.harvard.edu/files/dani-rodrik/files/industrial-policy-twenty-firstcentury.pdf)

[rodrik/files/industrial-policy-twenty-firstcentury.pdf](http://documents.worldbank.org/curated/en)
<http://documents.worldbank.org/curated/en>

16. Standard estimates of the return to an additional year of schooling around the world show an average return of 10 percent, with returns to tertiary schooling averaging 21 percent in Sub-Saharan Africa (Montenegro and Patrinos, 2014).

ПОЛІТИКА ЗАЙНЯТОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ БЕЗРОБІТТЯ В ГРУЗІЇ

Л. Осадзе, Горійський державний університет (Грузія)

Методологія дослідження. Вивчення ринку праці базується на аналізі даних Національного департаменту статистики Грузії та дослідженнях, проведених міжнародними організаціями. У дослідницькому процесі використовувалися методи наукової абстракції – при визначенні ринку праці та сутності понять «безробіття» й «зайнятість»; компаративного аналізу – при порівнянні ситуації з зайнятістю населення Грузії та деяких інших країн; статистики – при визначенні динаміки основних показників ринку праці.

Результати. Проаналізовано сучасний стан ринку праці в Грузії та визначено динаміку основних його показників за період 2017–2023 рр. Виокремлено основні проблеми у сфері зайнятості грузинської економіки, до яких належать неповне використання трудових ресурсів, диференціація доходів населення, дисбаланс між попитом і пропозицією професій. Аналіз ринку праці в Грузії виявив те, що більша частина робочих місць створена в галузях, які не використовують сучасні технології, працівники з високим рівнем кваліфікації не можуть довготривалий час знайти роботу за спеціальністю, внаслідок чого втрачають кваліфікацію або змушені працювати на низько кваліфікованих роботах; рівень отриманої освіти та реальні знання часто виявляються не сумісними між собою. Розглянуто складові політики держави у сфері регулювання зайнятості населення. Проведено порівняльний аналіз цієї політики у таких країнах, як: Грузія, Латвія, Естонія, Угорщина, Австрія. Окреслено перспективи підвищення дієвості політики зайнятості в Грузії.

Новизна. У результаті дослідження політики зайнятості виявлено, що її інструменти по-різному впливають на вирішення проблеми безробіття з огляду на короткотерміновий і довготерміновий періоди. Продемонстровано, що програми допомоги в пошуку роботи мають однакові результати і в коротко- і в довготерміновій перспективах, а результативність програм професійного навчання демонструють набагато кращі результати на середньострокових та довгострокових часових проміжках.

Практична значущість. Результати, отримані під час дослідження, можуть бути корисними при формуванні політики зайнятості як на регіональному, так і на державному рівнях функціонування національної економіки.

Ключові слова: безробіття, політика зайнятості, інструменти політики зайнятості, активна та пасивна політика зайнятості, міжнародні організації, держава.

Надійшла до редакції 25.05.24 р.

МЕХАНІЗМ СИНЕРГІЇ ГРОМАДСЬКОГО ЗДОРОВ'Я, ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ ТА ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ: РОЛЬ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ

В. В. Немченко, д. е. н., професор, Одеський національний технологічний університет, bossvalera29@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-2984-3357>,

В. І. Криленко, д. е. н., професор, Одеський національний медичний університет, volodymyr.krylenko@onmedu.edu.ua <https://orcid.org/0000-0002-1980-5533>,

О. В. Рудінська, к. е. н., доцент, Одеський національний медичний університет, elena.rudinskaya@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-0059-7295>,

В. Я. Князькова, к. е. н., доцент, Одеський національний медичний університет, kv_77@ukr.net, <https://orcid.org/0000-0002-2673-3400>,

Г. В. Немченко, доктор філософії, Одеський національний медичний університет annette.nemchenko@gmail.com, <http://orcid.org/0000-0003-0407-3744>.

Методологія дослідження. Результати дослідження отримані шляхом використання методів: порівняння – при дослідженні динаміки глобального показника ГНІ та показників глобального індексу голоду в Україні – для визначення місця України у світовому рейтингу продовольчої безпеки; загального і особливого – при встановленні зв'язку продовольчої безпеки із системою громадського здоров'я; стандартних методів соціологічних досліджень – при дослідженні поведінки споживачів продовольчих продуктів внаслідок застосування різних методів нейромаркетингу; структурно-логічного аналізу – при обґрунтуванні застосування методів нейромаркетингу з метою покращення продовольчої безпеки країни та безпосереднього впливу на розвиток системи громадського здоров'я.

Результати. Показано роль позитивних змін в нормативно-правовому забезпеченні функціонування комплексної системи громадського здоров'я в Україні в контексті євроінтеграційних процесів. Показана позиція України у світовому рейтингу продовольчої безпеки серед показників 125 країн. Простежена динаміка факторів, що впливають на формування глобального показника ГНІ.

Доведено, що продовольча безпека є однією із складових системи громадського здоров'я. Розглянуто причини виникнення продовольчої проблеми у світі та в Україні, зокрема. Наведено приклади застосування методів нейромаркетингу як інструменту впливу на продовольчу безпеку та в цілому на систему громадського здоров'я. Систематизовано позитивні та негативні фактори впливу методів нейромаркетингу на систему громадського здоров'я. Наголошено на необхідності подальших наукових досліджень синергії нейромаркетингу, продовольчої безпеки та системи громадського здоров'я як факторів впливу на загальний добробут населення.

Новизна. Вперше виокремлено аспекти синергії галузей громадського здоров'я, продовольчої безпеки та нейромаркетингу в Україні в сучасних умовах порушень екосистеми в період воєнної агресії.

Практична значущість. Запропоновано застосування методів нейромаркетингу для покращення просування продовольчих товарів на ринку, спрямованих на забезпечення продовольчої безпеки країни, покращення суспільного добробуту та подальшого розвитку системи громадського здоров'я.

Ключові слова: громадське здоров'я, продовольча безпека, продукти харчування, війна, руйнація екосистеми, маркетинг, нейромаркетинг.

Постановка проблеми. Забезпечення продовольчої безпеки є одним з найважливіших аспектів формування високого рівня якості життя населення, вона є гарантом глобальної та національної безпеки та складовою системи громадського здоров'я населення, оскільки споживання продуктів харчування лежить в основі забезпечення першочергових людських потреб.

Аналіз останніх публікацій. Комплексних досліджень проблематики системи громадського здоров'я, продовольчої безпеки і нейромаркетингу в Україні до цього часу не було. Проте, раніше ці теми досліджувались окремо.

Так, проблемним питанням розвитку системи громадського здоров'я присвячені наукові дослідження Клименко Н. Г. [1], Москаленко В. Ф. [2], Слободян Н. О. [3], Ждана В. М. [4], Голованової І. А. [4] та інших. Актуальними питаннями продовольчої безпеки в Україні займалися Інститут продовольчих ресурсів НААН України, Кваша С. М. [5], Вакуленко В. Л. [5], Немченко В. В. [6], Немченко Г. В. [6], Палапа Н. В. [7], Дем'янюк О. С. [7], Нагорнюк О. М. [7]. Серед досліджень розвитку нейромаркетингу доцільно звернути увагу на наукові праці Пола Глімчера [8], Мартіна Ліндстрома [9], Арндта Трайндла [10], Клауса Мозера [11].

Проте, комплексного дослідження нейромаркетингу, продовольчої безпеки та системи громадського здоров'я в Україні не було, тому варто приділити достатню увагу для систематизації методів нейромаркетингу, його впливу на споживача, у контексті вдосконалення системи громадського здоров'я та її інтегрованої складової – продовольчої безпеки країни.

Формулювання мети статті. Метою статті є визначення впливу методів нейромаркетингу на стан продовольчої безпеки України як інтегрованої складової системи громадського здоров'я.

Виклад основного матеріалу дослідження. Прийняття та введення в дію Закону України «Про систему громадського здоров'я» від 06.09.2022 № 2573-IX [1] стало знаковою подією у медичній сфері. Розробка цього документа зумовлена необхідністю врегулювання процесів та інструментів створення та повноцінного функціонування

комплексної системи громадського здоров'я в Україні, інтегрованої в європейську мережу, яка має сприяти покращенню здоров'я населення та збільшенню тривалості життя внаслідок своєчасного запобігання хворобам.

Ліквідація на законодавчому рівні санітарно-епідеміологічної служби як окремої державної структури зумовила необхідність врегулювання розподілу відповідних функцій між центральними органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування, представниками бізнесу та громадянами. У кожного учасника процесу розподілу своя зона відповідальності за збереження суспільного здоров'я – найголовнішої із визначальних цінностей.

Закон України «Про систему громадського здоров'я» вперше визначив принцип «єдиного здоров'я», який передбачає постійне співробітництво та взаємодію у сферах медицини, ветеринарії, безпеки харчових продуктів і питної води, а також охорони довкілля. Унікальність цього закону полягає у створенні комплексної системи громадського здоров'я, спрямовану на інтеграцію в європейську мережу відповідно до світових стандартів.

Система громадського здоров'я представляє собою інтегровану структуру забезпечення здоров'я населення. В умовах війни та суттєвої руйнації екосистеми та природного балансу в Україні страждає галузь продовольчої безпеки, що безперечно вплине на систему громадського здоров'я.

У жовтні кожного року публікуються результати обчислення Глобального індексу голоду (GHI) – інструменту, який розроблений європейськими неурядовими організаціями Concern Worldwide та Welthungerhilfe для виміру та відстеження голоду у всьому світі в цілому, а також за регіонами та країнами [2]. У серії звітів Global Hunger Index (GHI) фіксується помітне зниження темпів зростання в боротьбі за світову продовольчу безпеку. За висновками авторів звіту, причиною уповільнення темпів подолання голоду стала серія послідовних криз, які наклалися одна на одну та вплинули на найбільш вразливі верстви населення. Вирішальними серед цих подій стали пандемія COVID-19, кліматичні катастрофи в бага-

тьох країнах світу та війна росії проти України.

Сьогодні Україна займає 44-е місце в Глобальному індексі продовольчої безпеки серед показників 125 країн, залучених до

аналізу. Глобальний показник ГНІ у 2023 році становить 18,3. На тлі надзвичайних подій, безпрецедентних викликів та пережитих трагедій, Індекс голоду в Україні 2023 року склав лише 8,2 (рис. 1).

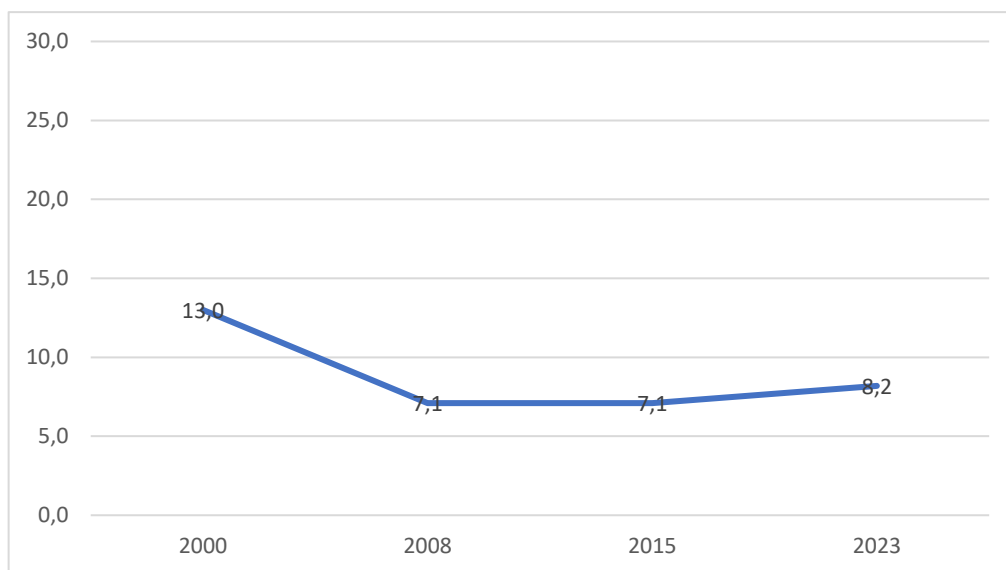


Рис. 1. Динаміка глобального показника ГНІ в Україні протягом 2000 - 2023 років
Джерело: [2]

В його основу покладені чотири визначальні фактори, пов'язані з такими показниками як недоїдання, затримка росту дітей, виснаження дітей та дитяча смерт-

ність. На основі цих факторів формується уява про рівень фінансової та фізичної доступності продовольства, його якості і безпеки (рис. 2).

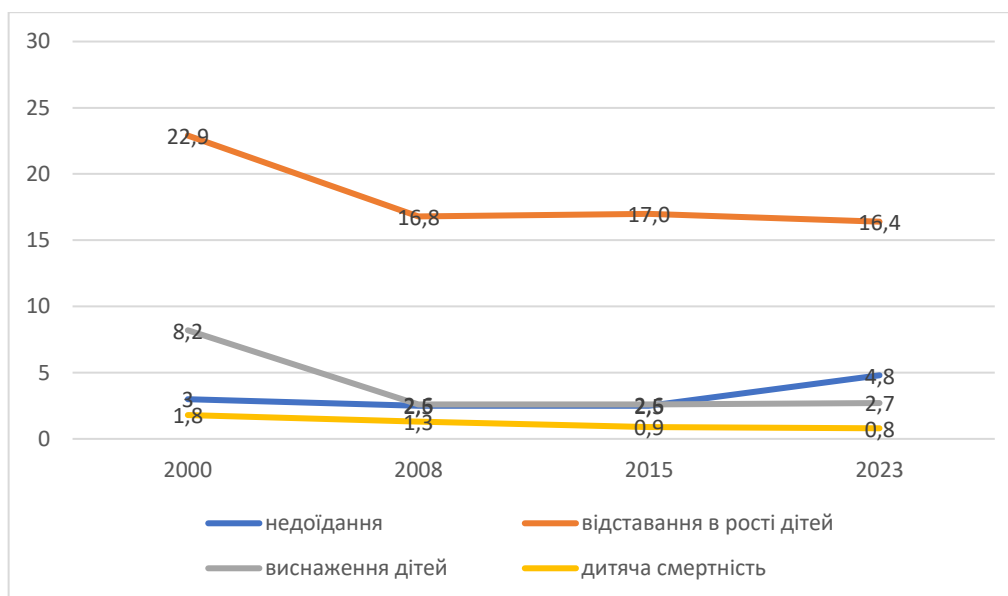


Рис. 2. Динаміка показників глобального індексу голоду ГНІ в Україні протягом 2000–2023 років, %

Джерело: [2]

У сучасних умовах питання забезпечення населення країни продовольством є важливим фактором розвитку українського суспільства. Продовольча безпека є ключовим елементом соціально-економічного розвитку і важливим елементом системи громадського здоров'я.

Як вже і було зазначено, загострення продовольчої проблеми у світі стосується майже усіх країн. Так, в Україні це стало особливо гостро відчуватися з початком повномасштабного російського вторгнення. В умовах воєнного стану суттєва частка бізнесу в Україні, в тому числі і продовольчого, була вимушена тимчасово згорнути свою діяльність, особливо на тих територіях, де працювати виявилася зовсім неможливо через ведення жорстких військових дій країни-агресорки – Російської Федерації [3].

Це спричинено втратами майна та ресурсів внаслідок воєнних та окупаційних дій; зменшення попиту на продукцію; втратою постачальників, нестачею робітників через їхнє вимушене переміщення чи мобілізацію; проблемами з експортом продукції; проблемами з поставками пального та перебої зі світлом; інфляції та збільшення облікової ставки НБУ [4] тощо.

У нашій країні і до 2022 року спостерігались проблеми низької прибутковості більшості виробників, погіршення матеріально-технічного забезпечення, особливо, коли використання вітчизняного обладнання було дорожче і малоефективне, ніж використання іноземного – у тому числі і обладнання, яке вже було у вживанні. І без того були: недотримання технологій виробництва сільськогосподарської продукції, використання шкідливих продуктів і домішків.

Так, хаотичні, непослідовні реформи, корупція привели до того, що вітчизняні виробники стали низькоконкурентними, їх продукція не є інноваційною, дешевою і часто корисною. Натомість продукція іноземних виробників часто є дешевою, але також не завжди корисною. [5, с.16]. В умовах, коли населення не живе, а виживає, і фінансовий рівень життя у багатьох погіршився через війну (зруйноване житло, низькі виплати, відсутність роботи тощо) – люди часто зловживають корисним, здоровим

харчуванням і натомість обирають дешеві і шкідливі продукти харчування.

Загальновідомо, що виробники продуктів харчування, які не є корисними, використовують принципи нейромаркетингу у своїй рекламі, тобто поєднують психологію і маркетинг у просуванні своїх товарів для того, щоб їх продукція була модною, жаданою і приносила високі прибутки.

Тому, враховуючи все вище зазначене, важливо звернути увагу на використання нейромаркетингу для підвищення обізнаності населення про релевантність саме продовольчої безпеки – як для держави, так і кожного індивідуума. Слід зацікавити населення до більш раціонального і правильного споживання продуктів харчування, а нейромаркетинг, зі свого боку, допоможе краще донести інформацію до споживачів і спонукати їх до здорового способу життя.

Особливо важливо пояснити, що інколи «дешеві» товари не є «дешевими» з медичної точки зору, адже на перспективу людина буде відчувати погіршення здоров'я після вживання товарів, які нібито дешеві, але мають у складі шкідливі для людини інгредієнти. Тоді людина вимушена буде витратити значні кошти на відновлення здоров'я, на лікування захворювань шлунку, серця, і навіть раку.

Так, завдяки відгукам споживачів можна забезпечити просування екологічних і локальних продуктів харчування, що стимулюватиме розвиток місцевого ринку сільськогосподарських продуктів. Цей підхід допоможе і розвивати місцеві і крафтові виробництва, разом з тим, впливатиме на вартість продукції (адже не потрібно багато коштів витратити на логістику), а також популяризує здорові продукти і спосіб життя. Тому, у даному випадку, це допоможе і вирішувати продовольчу безпеку, і підтримає місцеве виробництво.

Один з класичних прикладів використання нейромаркетингу – це Dunkin' Donuts, коли у 2012 році компанія розпилювала в своїх закладах освіжувач повітря з кавовим запахом тільки тоді, коли в гучномовцях транслиювалася реклама кави. Опитування показали, що невдовзі люди стали асоціювати запах кави саме з брендом Dunkin' Donuts. Розпилення аналогічного освіжувача на ав-

тобусних зупинках змушувало їх повертатися в заклади й замовляти каву. [6]

Так, дослідження від Frito Lay, чипсів Lays, які доречі не є продуктом здорового харчування, тобто з медичного боку є шкідливими для людини, показало, що використання натуральних і матових кольорів, а також зображень на фото продуктів, що є корисними для здоров'я, не мотивують споживачів до покупки. Тому компанія обрала блискуче пакування продукту та яскраві кольори із зображенням смажених чипсів.

Застосування нейромаркетингу продемонструвала і компанія Campbell's з метою підвищення продажів супу. Біометричне тестування свідчило, що побачивши на стелажах довгі ряди схожих банок із червоно-білим дизайном, клієнти губилися, що прямо відображалось на продажах і прибутку.

Для того, щоб виправити ситуацію, утримати аудиторію, компанія видозмінила зображення на банках: на креативах, які були розміщені на упаковці, додали пар, щоби відтворити ефект гарячої тарілки. Банки на полицях магазинів стали розставляти попарно, це дозволило покупцям мимоволі сканувати стелажі поглядом і безперешкодно знаходити потрібний вид супу [7].

Цей приклад свідчить про успішне використання нейромаркетингу, адже візуал має одне з ключових аспектів при прийнятті рішення про покупку, оскільки приблизно 50% мозку приділяється обробці візуальної інформації.

Важливо враховувати дослідження нейромаркетингу щодо емоційних реакцій споживачів на харчові продукти і їх просування. Це допоможе виробникам адаптувати їх маркетингові стратегії і врахувати максимально потреби споживачів і збільшити свої прибутки. Дослідження в області нейробиології дозволяють прогнозувати поведінку споживачів і навіть впливати на їхні рішення, надаючи маркетологам важливу інформацію для використання у своїй діяльності.

Так, на прикладі інтернет-магазину локального українського виробника масла ГХІ, розглянемо приклад врахування маркетингових досліджень реакції споживача на їх продукт. Основна мета виробника масла ГХІ (масло, яке є корисним для споживання, навіть краще, ніж соняшникове та інші) – це продажі через таргет або самостійне оформлення замовлення через сайт. Але проблема полягала у тому, що бренд, як і товар, популярний лише у цільових кругах, а не загально, тому у результаті тестів було виявлено і доведено, що багато хто ще не знає, що це за масло, для чого воно, у чому полягає унікальність і на скільки вартість виправдана.

Так як візуальні відчуття є основним аспектом при прийнятті рішення про покупку, було проведено експеримент з креативами топленого і томленого масла, щоби прослідкувати, наскільки цільова аудиторія розуміє різницю між ними, а також побудувати на цьому основі для подальшої стратегії просування (табл. 1).

Таблиця 1

Результати експерименту з креативами топленого і томленого масла

Продукт	Відвідування профілю	Взаємодія зі сторінкою (реакції, коментарі, збереження, репости, кліки)	СРС (ціна за клік), грн
Топлене масло	2007	2298	1,73
Томлене масло	223	237	1,96

Джерело : [8]

Як видно з таблиці, то все ж топлене масло є більш популярним продуктом для споживачів, бо воно є більш зрозумілим аудиторії. Тому за результатами експерименту було запропоновано:

1. Впроваджувати стратегію ведення і наповнення профілю й активно популяризу-

вати такий продукт, як томлене масло, пояснювати відмінності між цими видами масла.

2. Запланувати різні спеціальні оффери, щоби познайомити клієнтів ближче з маслом – запропонувати книгу рецептів із застосуванням масла ГХІ, промокоди до свят тощо а орієнтовно через місяць після

таких заходів можна повторити експеримент і порівняти результати.

Саме тому, щоб познайомити клієнта з продуктом, компанія перед Великоднем запустила спеціальну рекламну пропозицію – подарунки у вигляді книги рецептів з застосуванням масла ГХІ. Результати цієї акції виявилися досить успішними: заявок стало у три рази більше, ніж звичайних рекламних звернень, витрати набагато знизилась, рівень охоплення набагато зріс.

Відділ продажів невідкладно опрацював звернення за книгою, і надалі відбулася конвертація цих лідів у покупців, що засвідчує успіх експерименту. Це доводить, що нейромаркетинг дійсно спонукає людей мимоволі обирати те, що є для них більш зрозумілим та прийнятним. Крім того, кожний споживач напівсвідомо обирає того виробника, з яким він вже хоча б одного разу успішно контактував – у нашому випадку це був подарунок у вигляді книги рецептів, а також ознайомлення з брендом [8, 9].

Методи нейромаркетингу використовують знання про роботу мозку людини для впливу на його поведінку та прийняття рішень, у тому числі щодо споживання товарів та послуг. Ці методи можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на систему громадського здоров'я.

Фактори позитивного впливу:

– просування здорового способу життя: Нейромаркетинг може використовуватися для просування здорових продуктів харчування, фізичної активності та інших здорових звичок. Наприклад, дослідження показали, що реклама, яка використовує емоційні образи та сенсорні стимули, може бути більш ефективною у заохоченні людей до здорового харчування;

– зниження ризику хронічних захворювань: Нейромаркетинг може використовуватися для зниження ризику хронічних захворювань, таких як ожиріння, куріння та зловживання психоактивними речовинами. Наприклад, дослідження показали, що антитютюнова реклама, яка використовує шокуючі образи та емоційні звернення, може бути більш ефективною у заохоченні людей кинути курити;

– підвищення обізнаності про проблеми громадського здоров'я: для підвищення

обізнаності про проблеми громадського здоров'я, такі як інфекційні захворювання, психічні розлади та сексуальне насильство. Наприклад, дослідження показали, що фармацевтичні компанії та медичні заклади, які використовують емоційні історії та особисті свідчення, можуть бути більш ефективними у підвищенні обізнаності про ВІЧ/СНІД.

Фактори негативного впливу:

1. Маніпулювання споживачами: Нейромаркетинг може використовуватися для маніпулювання споживачами, щоб вони купували продукти, які їм не потрібні або які шкідливі для їхнього здоров'я. Наприклад, дослідження показали, що реклама продуктів харчування, яка використовує підсвідомі стимули, може бути більш ефективною у заохоченні людей до переїдання.

2. Посилення нерівності: Нейромаркетинг може посилювати нерівність у стані здоров'я, оскільки люди з низьким доходом можуть бути більш схильні до впливу маркетингових кампаній, які просувають нездорові продукти та послуги. Наприклад, дослідження показали, що реклама тютюну частіше розміщується в районах з низьким доходом, де люди частіше курять.

3. Підрив довіри до системи громадського здоров'я: Нейромаркетинг може підірвати довіру до системи громадського здоров'я, оскільки люди можуть сприймати його як інструмент маніпуляції. Наприклад, дослідження показали, що люди, які усвідомлюють, що їх піддають впливу нейромаркетингу, частіше ставляться з недовірою до закладів охорони здоров'я.

Загалом, вплив нейромаркетингу на систему громадського здоров'я є складним і багатогранним. Важливо усвідомлювати як потенційні переваги, так і ризики цього методу, щоб використовувати його відповідально.

Важливо зазначити, що дослідження нейромаркетингу все ще перебуває на ранній стадії розвитку, і необхідні додаткові наукові, статистичні та аналітичні дослідження, щоб краще зрозуміти його вплив на систему громадського здоров'я.

Висновки. За допомогою грамотної інтерпретації та використання наукових результатів нейромаркетингових досліджень у маркетингових стратегіях можливо значно

посилити позиції на ринку та створити продукт, який буде дійсно мати попит серед аудиторії, а також буде екологічним, безпечним, та враховувати індивідуальні особливості і потреби споживача.

Впровадження нейромаркетингу на підприємствах харчової галузі дозволяє не лише покращити розуміння аудиторії, але й розробити ефективні стратегії просування, що сприятиме збільшенню продажів та підвищенню лояльності клієнтів. Разом з тим, за підтримки виробників здорового харчування можна набагато покращити продовольчу безпеку країни, що також прямо впливатиме на розвиток системи громадського здоров'я, позитивно вплине на загальний стан національного благополуччя та суттєво підвищить якісний рівень життя населення.

Література

1. Клименко Н.Г. Державне регулювання діяльності у сфері охорони здоров'я в контексті забезпечення національної безпеки: сучасний стан, проблеми, перспективи. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2023. № 2. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/dy/article/view/1109/1118>

2. Громадське здоров'я: підручник для студ. вищих мед. навч. закладів. / В.Ф. Москаленко, О.П. Гульчій, Т.С. Грузєва [та ін.]. Вінниця: Нова Книга. 2011. 560 с.

3. Слободян Н.О. Проблемні аспекти формування системи громадського здоров'я в Україні. *Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України*. 2019. №2. С. 94-99.

4. Громадське здоров'я в Україні: реалії, тенденції та перспективи: колективна монографія / за заг. ред. проф. Ждана В. М. та проф. Голованової І.А. Полтава: ТОВ «Фірма «Техсервіс», 2020. 279 с.

5. Кваша С.М., Вакуленко В.Л. Теоретичні основи продовольчої безпеки в умовах сьогодення. *Вісник ХНТУ*. 2023. № 4(87). С. 419-428.

6. Немченко В.В. Немченко Г.В. Продовольча безпека: макро- та мікроекономічний аспекти. *Економіка харчової промисловості*. 2013. № 2. С. 16-18.

7. Палапа Н.В., Дем'янюк О.С., Нагорнюк О.М. Продовольча безпека України: стан та актуальні питання сьогодення. *Агроєкологічний журнал*. 2022. № 2(2022). С. 34-45.

8. Paul W. Glimcher, Ernst Fehr. *Neuroeconomics* (Second Edition). Academic Press. 2014. ISBN 9780124160088. URL: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-416008-8.00032-2>

9. Ліндстром М. *Neurology: захоплююча подорож до мозку сучасного споживача*. Альпіна Бізнес Бук. 2012. 208 с.

10. Нейромаркетинг. Візуалізація емоцій. Арндт Трайндл. 2019. 104 с.

11. Мозер К. Психологія маркетингу та реклами. Харків. 2004. 270 с.

12. Закон України «Про систему громадського здоров'я» від 06.09.2022 № 2573-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2573-20#Text>

13. Global Hunger Index. URL: www.globalhungerindex.org

14. Князькова В.Я., Криленко В.І., Рудінська О.В. Особливості оподаткування бізнесу в Україні в умовах воєнного часу. XI Міжнародна науково-практична конференція «Modern research in world science». м. Львів, Україна. 29-31.01.2023. с. 1273-1278. URL: [file:///D:/home/e200466kvy/Downloads/MODERN-RESEARCH-IN-WORLD-SCIENCE-29-31.01.23%20\(5\).pdf](file:///D:/home/e200466kvy/Downloads/MODERN-RESEARCH-IN-WORLD-SCIENCE-29-31.01.23%20(5).pdf)

15. Князькова В.Я., Семенюк М.М. Проблеми управління підприємством в сучасних умовах воєнного стану та допомога держави у їх вирішенні. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні». м. Вінниця, Україна. 02-03.03.2023. URL: <http://dSPACE.wunu.edu.ua/bitstream/316497/48324/1/Cychni%20тенденції%20розвитку%20фінансових%20процесів%202023.pdf#page=59>

16. Талімончук Т. Що таке нейромаркетинг: техніки й приклади. URL: <https://claspo.io/ua/blog/what-is-neuromarketing-techniques-and-examples/>

17. Митрошина Н. Нейромаркетинг у бізнесі й продажах. URL: <https://torgsoft.ua/articles/stati/neuromarketing/>

18. Udigital, Немченко Г.В.. Застосування нейромаркетингу при просування в рекламі бренду. URL: <https://udigital.com.ua/zastosuvannya-nejromarketingu-pri-prosuvannya-v-reklami-brendu/>

19. Demianchuk, Maryna; Rudinska, Olena; Kniazkova, Valentyna. Motivation of insurers' staff in the health insurance sector in the turbulent times. *Ekonomichnyy analiz*, [S.l.], v. 33, n. 4, pp. 129-142, dec. 2023. ISSN 2219-4649. URL: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/5879>.

References

1. Klymenko, N.H. (2023). Derzhavne rehulivannia diialnosti u sferi okhorony zdorovia v konteksti zabezpechennia natsionalnoi bezpeky: suchasnyi stan, problemy, perspektyvy. Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok, (2). Retrieved from <https://www.nayka.com.ua/index.php/dy/article/view/1109/1118>

2. Moskalenko, V.F., Hulchii, O.P., Hruzivna, T.S. «et al.». (2011). Hromadske zdorovia. Vinnytsia: Nova Knyha.

3. Slobodian, N.O. (2019). Problemni aspekty formuvannia systemy hromadskoho zdorovia v Ukraini. Visnyk sotsialnoi hihiieny ta orhanizatsii okhorony zdorovia Ukrainy, (2), 94-99.

<https://doi.org/10.11603/1681-2786.2019.2.10488>

4. Zhdan, V.M., Holovanova, I.A. (Eds.). (2020). *Hromadske zdorovia v Ukraini: realii, tendentsii ta perspektyvy* Poltava: TOV «Firma «Tekhservis».

5. Kvasha, S.M., & Vakulenko V.L.(2023). *Teoretychni osnovy prodovolchoi bezpeky v umovakh sohodennia*. *Visnyk KhNTU*, 4(87), 419-42. <https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2023.4.55>

6. Nemchenko, V.V., & Nemchenko, H.V. (2013). *Prodovolcha bezpeka: makro- ta mikroekonomichni aspekty*. *Ekonomika kharchovoi promyslovosti*, (2), 16-18.

7. Palapa, N.V., Demianiuk, O.S., & Nahorniuk, O.M. (2022). *Prodovolcha bezpeka Ukrainy: stan ta aktualni pytannia sohodennia*. *Ahroekologichnyi zhurnal*, 2(2022), 34-45. <https://doi.org/10.33730/2077-4893.2.2022.263314>

8. Paul W. Glimcher, Ernst Fehr. (2014). *Neuroeconomics* (Second Edition). Academic Press. ISBN 9780124160088. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-416008-8.00032-2>

9. Lindstrom, M. (2012). *Buyology: zakhopliuucha podorozh do mozku suchasnoho spozhyvacha*. Alpina Biznes Buk.

10. Arndt Traindl. (2019). *Neiromarketynh. Vizualizatsiia emotsii*.

11. Mozer, K. (2004). *Psykholohiia marketynhu ta reklamy*. Kharkiv.

12. *Zakon Ukrainy «Pro systemu hromadskoho zdorovia» vid 06.09.2022 № 2573-IX*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2573-20#Text>

13. *Global Hunger Index*. Retrieved from www.globalhungerindex.org

14. Kniaskova, V.Ya., Krylenko, V.I., & Rudinska, O.V. *Osoblyvosti opodatkuвання biznesu v Ukraini v umovakh voiennoho chasu*. Proceedings from MIIM 'VI Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia «Modern research in world science». (pp.

1273-1278). Lviv. Retrieved from [file:///D:/home/e200466kvy/Downloads/MODERN-RESEARCH-IN-WORLD-SCIENCE-29-31.01.23%20\(5\).](file:///D:/home/e200466kvy/Downloads/MODERN-RESEARCH-IN-WORLD-SCIENCE-29-31.01.23%20(5).)

15. Kniaskova, V.Ya., & Semeniuk, M.M. (2023). *Problemy upravlinnia pidpriemstvom v suchasnykh umovakh voiennoho stanu ta dopomoha derzhavy u yikh vyrishenni*. Proceedings from MIIM '23 VI Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia «Suchasni tendentsii rozvytku finansovykh ta innovatsiino-investytsiinykh protsesiv v Ukraini». Vinnytsia, Ukraina. 02-03.03.2023. Retrieved from <http://dSPACE.wunu.edu.ua/bitstream/316497/48324/1/Cyчac-ни%20тенденції%20розвитку%20фінансових%20процесів%202023.pdf#page=59>

16. Talimonchuk, T. *Shcho take neiromarketynh: tekhniky i pryklady*. Retrieved from <https://claspo.io/ua/blog/what-is-neuromarketing-techniques-and-examples/>

17. Mytroshyna N. *Neiromarketynh u biznesi i prodazhakh*. Retrieved from <https://torgsoft.ua/articles/stati/neuromarketing/>

18. Udigital, Nemchenko, H.V. *Zastosuvannia neiromarketynhu pry prosuvannia v reklamii brendu*. Retrieved from <https://udigital.com.ua/zastosuvannya-nejromarketingu-pri-prosuvannya-v-reklamii-brendu/>

19. Demianchuk, Maryna; Rudinska, Olena; Kniaskova, Valentyna. (2023). *Motivation of insurers' staff in the health insurance sector in the turbulent times*. *Ekonomichnyy analiz*, [S.l.], v. 33, n. 4, p. 129-142, dec. 2023. ISSN 2219-4649. URL: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/5879>. <https://doi.org/10.35774/econa2023.04.129>

MECHANISM OF SYNERGY BETWEEN PUBLIC HEALTH, FOOD SAFETY AND CONSUMER BEHAVIOR: THE ROLE OF NEUROMARKETING

V. V. Nemchenko, D.E., Professor, V. I. Krylenko D.E., Professor, O. V. Rudinska, Ph. D. (Econ.), Associate Professor, V. Ya. Kniaskova, Ph. D (Econ.), Associate Professor, H. V. Nemchenko, Doctor of philosophy, Associate Professor, Odesa National Medical University

Methods. The results of the study were obtained by using the following methods: comparison – when studying the dynamics of the global hunger index and the GTI in Ukraine to determine Ukraine's place in the world food security ranking; general and specific – when establishing the relationship between food security and the public health system; standard methods of sociological research – when studying the behavior of food consumers as a result of the use of various neuro-marketing methods; structural and logical analysis – when justifying the use of neuromarketing methods to improve the country's food security and directly affect the development of the public health system.

Results. The role of positive changes in the regulatory and legal support for the functioning of the integrated public health system in Ukraine in the context of European integration processes is shown. The position of Ukraine in the world food security ranking among the indicators of 125 countries is investigated. The dynamics of the factors influencing the formation of the GHI is ana-

lyzed. It is proved that food security is one of the components of the public health system. The reasons for the food problem in the world and in Ukraine in particular are considered. Examples of the application of neuromarketing methods as a tool for influencing food security and the public health system in general are given. Positive and negative factors of influence of neuromarketing methods on the public health system are systematized. The necessity of further scientific research on the synergy of neuromarketing, food security and the public health system as factors influencing the overall well-being of the population is emphasized.

Novelty. The article is the first to investigate the aspects of synergy between public health, food security and neuromarketing in Ukraine in the current conditions of ecosystem disruption during the period of military aggression.

Practical value. The application of neuromarketing methods to improve the promotion of food products on the market aimed at ensuring food security of the country, improving public welfare and further development of the public health system is proposed.

Keywords: public health, food safety, food, war, ecosystem destruction, marketing, neuromarketing.

Надійшла до редакції 23.05.24 р.

ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ПРИ ФОРМУВАННІ МАРКЕТИНГОВИХ ПРОДУКТІВ: СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ

*В. І. Чобіток, д. е. н, професор, Українська інженерно-педагогічна академія,
vika_chobitok@ukr.net, orcid.org/0000-0002-5272-388X,
С. Д. Годунов, директор компанії Pepper group, X-Cutter,
magistr, Українська інженерно-педагогічна академія, sgdunov@gmail.com,
orcid.org/0009-0002-8494-932X*

Методологія дослідження. Під час проведення дослідження були використані такі методи, як: метод логічного й історичного – при вивченні еволюції зовнішньої реклами під впливом появи нових технологій; аналіз і синтез – при виокремленні ключових видів цифрових технологій, які здійснюють вплив на підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства; факторний аналіз – при встановленні впливу інноваційних технологій у форматі LED-неону та 3D друку на результативність рекламних кампаній.

Результати. Проаналізовано еволюцію розвитку зовнішньої реклами з огляду на зміни, викликані переходом техніко-технологічної системи суспільства на новий, більш високий рівень. Виявлено сучасні тренди у розвитку техніко-технологічного чинника, а саме: перехід до цифрової економіки. Виокремлено складові сучасних інноваційних технологій, які застосовуються у сфері зовнішньої реклами та продемонстровано їхній вплив на ефективність маркетингової діяльності підприємства. Надано характеристику таким інноваційним технологіям, як LED-неон та 3D друк, а також показано їхню роль у підвищенні ефективності рекламних кампаній через створення інноваційно-технологічних маркетингових продуктів у вигляді цифрових білбордів з LED-екранами та 3D проєкції. Визначено основні соціально-економічні результати використання цифрових інструментів у зовнішній рекламі, до яких віднесено: здатність створювати складні та деталізовані рекламні конструкції з високою точністю, що привертає увагу потенційних клієнтів; ширші можливості використання інтерактивних елементів та можливість персоналізації рекламних повідомлень, що підвищує рівень залученості клієнтів, а також рівень довіри та лояльності до бренду. Це приводить до зростання клієнтської бази та збільшення прибутків підприємства.

Новизна. У статті доведено дієвість цифрових технологій у забезпеченні ефективності маркетингової діяльності підприємства, зокрема впливовості на економічні показники зовнішньої реклами. Встановлено взаємозв'язок між покращенням реклами за рахунок LED-неону та 3D друку і зростанням екологічної свідомості споживачів та соціальної відповідальності бізнесу.

Практична значущість. Визначено, що інноваційно-технологічні розробки є критичним елементом успішної взаємодії між підрядниками та замовниками у сфері реалізації проєктів зовнішньої реклами. Вони сприяють зростанню підприємств, підвищенню ефективності їх маркетингової діяльності та створенню стійких соціально-економічних зв'язків. Перманентне впровадження інноваційних технологій та адаптація до турбулентних умов ринку дозволить досягати тактичних і стратегічних цілей, забезпечуючи високий рівень взаємодії та ефективності.

Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження, інструменти маркетингу, споживачі, бізнес-середовище, інноваційна діяльність, інноваційно-технологічні розробки, соціально-економічні аспекти.

Постановка проблеми. У сучасному турбулентному бізнес-середовищі інновації та технологічні рішення стають ключовими факторами успіху для будь-якого підприємства. Особливо це стосується сфери маркетингу, де здатність швидко реагувати на нові тенденції та впроваджувати передові технології є основними векторами підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств. Маркетинг, як наука, постійно розвивається, за рахунок впливу на способи взаємодії брендів зі своїми клієнтами та формування інноваційних маркетингових продуктів. Серед різноманітних інструментів маркетингу, зовнішня реклама займає особливе місце, адже вона є одним з найпотужніших засобів привернення уваги потенційних клієнтів.

Зовнішня реклама є одним із найдавніших і найстійкіших методів маркетингової комунікації, яка продовжує демонструвати свою ефективність навіть у сучасному цифровому середовищі. Її значимість полягає в унікальній здатності залучати великі аудиторії у громадських місцях, де споживачі не можуть уникнути впливу рекламних повідомлень. Це робить зовнішню рекламу надзвичайно важливим інструментом для брендів, які прагнуть підвищити свою впізнаваність і привернути увагу споживачів.

Один з ключових аспектів актуальності зовнішньої реклами полягає у її здатності охоплювати аудиторію там, де інші медіа не можуть цього зробити. Люди проводять значну частину свого часу поза домом – на роботі, у дорозі, під час шопінгу чи відпочинку. Зовнішня реклама супроводжує їх у цих місцях, забезпечуючи постійний контакт з брендом. Цей фактор є особливо важливим у містах, де щільність населення та інтенсивність руху створюють ідеальні умови для ефективного впливу на свідомість споживачів.

Зовнішня реклама також вирізняється високим ступенем візуальної привабливості. Великі яскраві плакати, білборди, LED-екрани та інші рекламні конструкції легко привертають увагу та можуть бути помітними з великої відстані. Це дозволяє рекламним повідомленням залишатися у полі зору споживачів протягом тривалого часу, що сприяє кращому запам'ятовуванню інфор-

мації та формуванню позитивного іміджу бренду.

Інтеграція зовнішньої реклами з іншими медіа також підвищує її ефективність. Вона може використовуватися для посилення впливу телевізійних, радіо або онлайн-кампаній, створюючи синергію між різними каналами комунікації. Наприклад, реклама на білбордах може нагадувати про телевізійну кампанію або спрямовувати аудиторію до веб-сайту для отримання детальнішої інформації. Такий підхід забезпечує більш глибокий і різнобічний вплив на споживачів.

Крім того, зовнішня реклама має високу ступінь гнучкості у плануванні та розміщенні. Завдяки різноманіттю форматів та місць розташування, рекламодавці можуть точно налаштувати свої кампанії під конкретні цілі та аудиторії. Від великих білбордів у центрі міста до невеликих постерів у громадському транспорті – зовнішня реклама пропонує безліч можливостей для творчого підходу та ефективного охоплення цільових груп.

Нарешті, зовнішня реклама є надійним інструментом для довготривалої присутності бренду у свідомості споживачів. Постійна видимість рекламних повідомлень у звичних місцях допомагає формувати стійкі асоціації та підтримувати високий рівень впізнаваності бренду. Це особливо важливо у випадку з брендами, які прагнуть закріпити свою позицію на ринку та забезпечити стабільний потік клієнтів.

Таким чином, актуальність та необхідність впровадження технологічного підходу в інноваційній діяльності підприємств при формуванні маркетингових продуктів є одним із важливих факторів успіху, а використання зовнішньої реклами в сучасному маркетинговому середовищі не викликає сумнівів. Вона продовжує залишатися потужним і ефективним засобом комунікації, який допомагає підприємствам досягати своїх цілей, забезпечуючи високий рівень впізнаваності та залученості аудиторії.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питаннями формування технологічного підходу в інноваційній діяльності підприємств при формуванні маркетингових продуктів з урахуванням соціально-

економічних аспектів займалися багато дослідників, зокрема: Борисова Т. [1], Виноградова О. та Недопако Н. [2], Головчук Ю. [3], Гуменна О. [4], Дергачова Г. та Колешня Я. [5], Ілляшенко Н. [6], Окландер М. [7], Суворова С. [8], Яцюк Д. [10] та багато інших.

Формулювання мети статті. Метою даної статті є теоретично-практичне підґрунтя формування технологічного підходу в інноваційній діяльності підприємств при формуванні маркетингових продуктів з урахуванням соціально-економічних аспектів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зовнішня реклама, завдяки прямій взаємодії та здатності охоплювати широку аудиторію, залишається одним з найбільш ефективних методів комунікації зі споживачами. Вона постійно еволюціонує, адаптується до нових технологій та зміни поведінки споживачів. Підприємства, що займаються зовнішньою рекламою, змушені шукати інноваційні підходи та рішення, щоб утримувати лідерські позиції в умовах прогресу та відповідати підвищеним очікуванням клієнтів.

Підприємства, які впроваджують технології інноваційно-трансформаційного маркетингу, працюючи зі своїми потенційними та реальними споживачами, забезпечують конкурентні переваги на ринках. Причому здебільшого це відбувається без відома конкурентів, оскільки спілкування зі споживачем є конфіденційним [10].

Процес пошуку нових продуктів та інноваційних рішень включає постійний моніторинг ринку нових технологій, впровадження передових матеріалів та рішень, а також розробку унікальних та сучасних маркетингових продуктів, що відповідають вимогам клієнтів. Наприклад, технологія LED неону замінила класичний неон, ставши більш доступною та популярною завдяки своїй економічності та можливості створювати яскраві та привабливі вивіски.

Відслідковуючи маркетингові інструменти, та в першу чергу, зовнішньої реклами як його візуальної складової можна виділити продукти, які з'являються та розвиваються або зникають. Неонові вивіски здобули свою популярність ще з початком розвитку зовнішньої реклами. Але класичні не-

онові вивіски – це досить складний продукт, який потребує як специфічних навичок майстра, що їх виготовляє, так і досить складного технологічного процесу в цілому [9].

В класичному виконанні неонна вивіска виготовляється зі скляної трубки, яка розігрівається спеціальними газовими горілками завдяки чому майстер надає потрібну форму яка потім поєднується з іншими трубками формує складну, але в той же час дуже ефектну композицію. Потім кожна трубка заповнюється певним газом і в залежності від того який газ використано буде залежати колір світіння вивіски в цілому або окремого її елемента.

Складність виробничого процесу, високі потреби при монтажних роботах та надійність конструкції в цілому формують високу ціну та переводять даний продукт в преміальний сегмент. Розвиток технологій призвів до появи специфічної «led» стрічки, яка візуально схожа на класичний неон. З 2015 року ця технологія почала активно розвиватися та завойовувати ринок. До 2015 року вивіски з неону майже покинули ринок зовнішньої реклами, бо мали високу вартість виробництва, та були дуже не практичними. Інноваційна технологія «led» неону дала новий імпульс у розвитку зовнішньої реклами. Звісно «led» неон це не класичний неон, а лише його імітація, але головне – це візуальне сприйняття готового продукту, яке має переваги в порівнянні з оригінальним зразком і полягає у простоті виготовлення та використання, що додає популярності даному інноваційно-технологічному маркетинговому інструменту.

Зазвичай трендові продукти мають певний період життя. В зовнішній рекламі це приблизно два роки. До «led» неону була популярна технологія «живих вивісок» або вивісок з пасток. Мерехтіння безліч не великих дзеркальних елементів привертало увагу клієнтів. Але ця технологія досить швидко перестала бути цікавою споживачам і дуже швидко за неї забули. На відміну від «живих вивісок» неонові вивіски не втрачають свої популярності та більше того дана технологія має тенденцію до подальшого розвитку. Аналізуючи запит «вивіска» в пошуковій системі Google найбільша кількість запитів пов'язані з неоном. Поєднання яскравого

кольору, неперевершеного вигляду та простоти виготовлення сучасних неонових вивісок дає високі маркетингові результати при виробництві вивісок з використанням «led» неону.

Ще один інноваційно-технологічний маркетинговий продукт, що активно продовжує розвиватися – це цифрові білборди, які стали важливим елементом сучасної зовнішньої реклами та значно розширюють можливості комунікації з аудиторією. Цей процес включає постійний моніторинг нових технологій, впровадження інноваційних рішень та розробку унікальних маркетингових продуктів, що відповідають вимогам клієнтів. З моменту своєї появи цифрові білборди змінили уявлення про традиційну зовнішню рекламу, дозволяючи брендам швидко та ефективно передавати свої повідомлення великій аудиторії.

Цифрові білборди використовують LED-екрани високої роздільної здатності, які відображають анімовані зображення та відео. Це дає можливість рекламодавцям створювати динамічні та привабливі рекламні кампанії, які привертають увагу потенційних споживачів. Така реклама може швидко адаптуватися до змінних умов та потреб ринку, оскільки зміна контенту займає лише кілька хвилин і може здійснюватися дистанційно. Завдяки цьому рекламні кампанії можуть бути актуальними і своєчасними, відображаючи нові продукти та послуги, інформувати про акції.

Цифрові білборди стали активно використовуватися з початку 2010-х років, але їхній справжній бум припав на період після 2015 року, коли технології стали доступнішими та ефективнішими. З моменту активного впровадження цифрових білбордів у 2015 році ця технологія почала швидко завойовувати ринок зовнішньої реклами. Традиційні білборди з друкованими зображеннями поступово відходять на другий план, оскільки вони менш гнучкі та вимагають значно більше часу і ресурсів для зміни контенту. На відміну від них, цифрові білборди дозволяють рекламодавцям експериментувати з різноманітними форматами та стилями реклами, швидко реагуючи на потреби ринку та споживачів.

Одним із прикладів успішного використання цифрових білбордів є рекламні кампанії великих брендів, таких як Coca-Cola та McDonald's. Вони використовують анімовані відео та інтерактивні елементи, щоб привернути увагу та взаємодіяти з аудиторією в режимі реального часу. Такий підхід дозволяє значно підвищити ефективність реклами та залучення клієнтів.

Цифрові білборди також дозволяють інтегрувати різні цифрові платформи та технології, такі як геолокація, яка дозволяє показувати релевантну рекламу в залежності від місця розташування користувача. Це підвищує релевантність реклами та збільшує її ефективність, оскільки користувачі отримують інформацію, яка відповідає їхнім поточним потребам та інтересам.

Цифрові білборди стали невід'ємною частиною міського ландшафту у великих містах. Вони часто інтегруються у фасади великих супермаркетів та торгових центрів, перетворюючи будівлі на великі рекламні площини. Ця практика дозволяє ефективно використовувати архітектурні структури для привернення уваги великої кількості споживачів. Використання інноваційно-технологічних маркетингових продуктів, таких як цифрові білборди на фасадах таких будівель створює яскраві, динамічні візуальні ефекти, які миттєво привертають увагу та залишаються в пам'яті глядачів.

Деякі супермаркети, торгові центри та навіть хмарочоси повністю перетворюють свої фасади на великі цифрові білборди, що дозволяє демонструвати різноманітний рекламний контент у режимі реального часу. Це не тільки покращує зовнішній вигляд будівлі, але й створює нові можливості для рекламодавців, які можуть швидко змінювати свої повідомлення, адаптуючи їх до поточних подій, акцій або сезонних пропозицій. Такі рішення дозволяють брендам залишатися актуальними та постійно привертати увагу споживачів, використовуючи передові технології та креативні підходи у зовнішній рекламі.

Сучасні технології постійно змінюють ландшафт зовнішньої реклами, відкриваючи нові можливості для креативних підходів і ефективної взаємодії з аудиторією. Однією з таких інновацій є застосування 3D техноло-

гій, які пропонують унікальні рішення для створення вражаючих рекламних продуктів. Від технології 3D друку до 3D проєкцій, ці методи значно розширюють межі можливостей зовнішньої реклами, роблячи її більш захопливою та ефективною.

Технологія 3D друку є однією з найбільш революційних інновацій останнього десятиліття. Використання 3D принтерів дозволяє створювати складні та деталізовані рекламні конструкції з високою точністю. Це відкриває безліч можливостей для рекламодавців, які можуть виготовляти унікальні тривимірні об'єкти, що привертають увагу та викликають інтерес у споживачів. Наприклад, компанії можуть використовувати 3D друк для створення масштабних моделей продуктів, які виглядають реалістично та інтерактивно.

Однією з основних переваг 3D друку в рекламі є можливість персоналізації. Кожен об'єкт, створений за допомогою 3D принтера, може бути унікальним, що дозволяє брендам розробляти індивідуальні рекламні кампанії, адаптовані до конкретних потреб та інтересів цільової аудиторії. Це особливо важливо у висококонкурентних ринках, де здатність виділитися є ключовим фактором успіху.

Ще одним цікавим аспектом використання 3D технологій є 3D проєкції. Ця технологія дозволяє створювати вражаючі візуальні ефекти, проєктуючи тривимірні зображення на різні поверхні, такі як будівлі, вітрини магазинів або спеціально підготовлені екрани. 3D проєкції можуть бути як статичними, так і анімованими, що робить їх надзвичайно привабливими для глядачів і дозволяє створювати динамічні та інтерактивні рекламні кампанії.

Прикладом успішного використання 3D проєкцій у зовнішній рекламі є рекламні кампанії великих брендів, таких як Nike або Coca-Cola. Вони використовують цю технологію для створення захопливих візуальних шоу, які привертають увагу тисяч людей. 3D проєкції можуть бути синхронізовані з музикою та іншими звуковими ефектами, що створює повноцінне мультимедійне шоу, яке залишає незабутні враження у глядачів.

Інтеграція 3D друку та 3D проєкцій у зовнішню рекламу також дозволяє досягати

високого рівня взаємодії з аудиторією споживачів. Наприклад, рекламні кампанії можуть включати інтерактивні елементи, які реагують на дії глядачів. Це може бути досягнуто шляхом використання сенсорних технологій, що дозволяють споживачам взаємодіяти з тривимірними об'єктами або проєкціями, змінюючи їх вигляд або запускаючи додаткові ефекти.

Технології 3D друку та 3D проєкцій також сприяють підвищенню ефективності рекламних кампаній завдяки своїй здатності створювати незабутні враження. Споживачі, які спостерігають за такими інноваційно-технологічними рекламними проєктами, часто діляться своїми враженнями з друзями та у соціальних мережах, що сприяє підвищенню впізнаваності бренду та розширенню його охоплення цільової аудиторії. Це створює потужний «вірусний» ефект, який значно підвищує ефективність маркетингових продуктів.

Ще однією важливою перевагою 3D технологій у зовнішній рекламі є їхня гнучкість і адаптивність. Завдяки можливості швидко змінювати дизайн і налаштування проєкцій, рекламодавці можуть легко адаптувати свої кампанії до змінних умов ринку або спеціальних подій. Це дозволяє брендам бути більш оперативними і реагувати на актуальні тенденції та потреби споживачів.

Застосування 3D технологій у зовнішній рекламі також має значний потенціал для покращення екологічності рекламних кампаній. Використання 3D друку дозволяє зменшити кількість відходів і використовувати екологічно чисті матеріали, що сприяє збереженню навколишнього середовища. Це важливо для брендів, які прагнуть підвищити свою корпоративну соціальну відповідальність та демонструвати екологічну свідомість.

Отже, 3D технології відкривають нові горизонти для зовнішньої реклами, пропонуючи креативні та ефективні рішення для привернення уваги споживачів. Від 3D друку до 3D проєкцій, ці інноваційно-технологічні методи дозволяють створювати вражаючі рекламні кампанії, які залишаються у пам'яті та сприяють підвищенню впізнаваності бренду. Завдяки своїм перевагам, 3D технології стають невід'ємною частиною

розвитку сучасної маркетингової діяльності, забезпечуючи високий рівень залучення аудиторії та ефективність рекламних зусиль.

У взаємовідносинах B2B, представники різних підприємств спілкуються на рівні менеджменту, і кожен менеджер підзвітний своєму власнику. В сфері маркетингової діяльності, підрядник постійно пропонує представнику замовника інноваційно-технологічні розробки та продукти. Цей процес направлений на реалізацію двох основних цілей, які наведено на рис.1.

Інновації відіграють ключову роль у взаємодії між підрядником та замовником. Підрядники, які активно інвестують у нові технології, такі як інтерактивні дисплеї, 3D проєкції та голограми, можуть запропонувати замовникам нові можливості для привернення уваги цільової аудиторії. Це, в свою чергу, допомагає замовникам виділятися се-

ред конкурентів і досягати своїх маркетингових цілей. Відповідно, підрядники, що постійно впроваджують інновації, стають більш привабливими партнерами для підприємств, які прагнуть бути лідерами на ринку.

Впровадження інноваційно-технологічних розробок також сприяє підвищенню ефективності рекламних кампаній. Цифрові білборди, інтегровані з аналітичними системами, можуть надавати в режимі реального часу дані про взаємодію з рекламою, дозволяючи підприємствам швидко коригувати свої стратегічні цілі. Це забезпечує не лише більш точне націлювання, але й дозволяє підвищувати ROI (повернення на інвестиції) від маркетингової діяльності. Аналітика результатів маркетингової діяльності є індикаторами ефективності роботи підприємства.

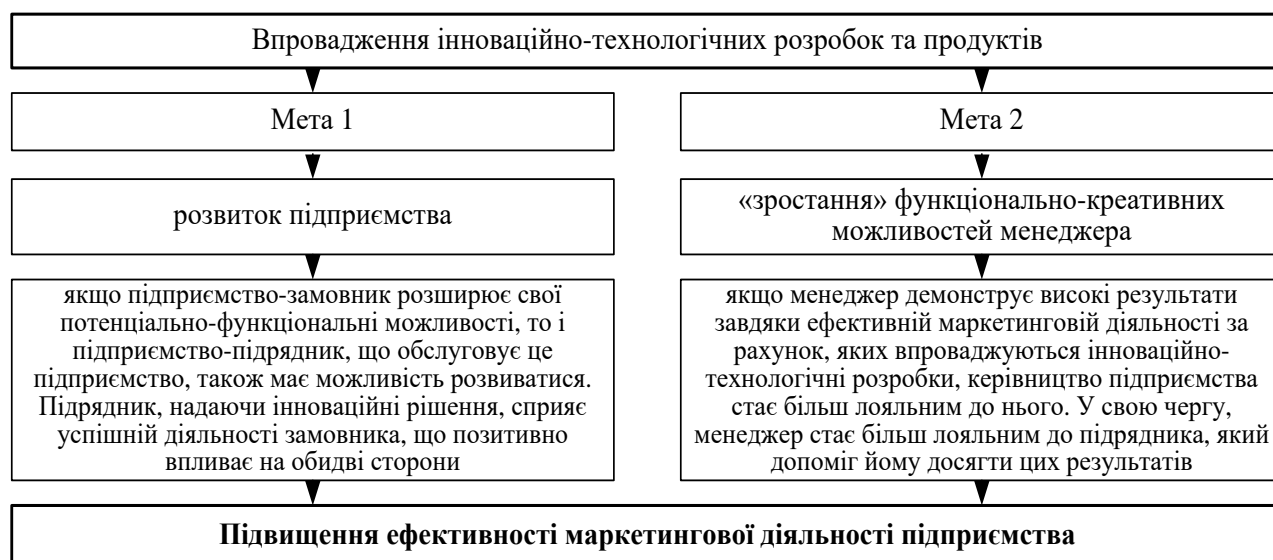


Рис. 1. Науково-практичне підґрунтя підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства за рахунок впровадження інноваційно-технологічних розробок та продуктів

Соціально-економічні аспекти взаємодії підрядників та замовників проявляються і в зміцненні довіри та побудові стратегічних відносин. Підрядники, які можуть забезпечити стабільність і прогнозованість результатів завдяки впровадженню інноваційних рішень, набувають статусу надійних партнерів. Це створює міцний фундамент для довготривалої співпраці, яка приносить вигоду обом сторонам. Замовники, в свою чергу, можуть зосередитися на стратегічних цілях, знаючи, що їхні маркетингові потреби задо-

вольняються на найвищому рівні з урахуванням соціально-економічних аспектів.

Висновок. Інноваційно-технологічні розробки є критичним елементом успішної взаємодії між підрядниками та замовниками у сфері реалізації проєктів зовнішньої реклами. Вони сприяють зростанню підприємств, підвищенню ефективності їх маркетингової діяльності та створенню стійких соціально-економічних зв'язків. Постійне впровадження інноваційних технологій та адаптація до турбулентних умов ринку дозволить обом сторонам досягати своїх так-

тичних і стратегічних цілей, забезпечуючи високий рівень взаємодії та ефективності.

Аналіз інноваційних підходів у зовнішній рекламі демонструє, що впровадження передових технологій є не просто тенденцією, а необхідністю для сучасних підприємств. Використання LED неону, цифрових білбордів та 3D технологій, забезпечує бізнесу значні переваги. Вони дозволяють не лише привертати увагу потенційних клієнтів, але й формувати стійкий імідж бренду, що є ключовим фактором у досягненні стратегічних маркетингових цілей.

Застосування новітніх технологій у зовнішній рекламі також сприяє підвищенню взаємодії зі споживачами, що вирішує питання, пов'язані з соціально-економічними аспектами. Інтерактивні елементи та можливість персоналізації рекламних повідомлень дозволяють створювати більш залучені кампанії, що підвищує рівень довіри та лояльності до бренду. Це, в свою чергу, приводить до зростання клієнтської бази та збільшення прибутків підприємств.

У довгостроковій перспективі впровадження інновацій у зовнішню рекламу сприятиме сталому розвитку підприємств. Використання передових технологій не лише підвищує конкурентоспроможність, але й дозволяє ефективніше використовувати ресурси, що є важливим у контексті екологічної свідомості та соціальної відповідальності бізнесу. Екологічна свідомість також стає важливим аспектом сучасної зовнішньої реклами. Використання екологічно чистих матеріалів та енергоефективних технологій, таких як LED-освітлення та 3D друк, дозволяє зменшити негативний вплив на навколишнє середовище. Це не тільки відповідає очікуванням споживачів щодо соціальної відповідальності, але й сприяє формуванню позитивного іміджу бренду як екологічно свідомого та відповідального учасника.

Таким чином, інновації у зовнішній рекламі є ключовим чинником успіху сучасних підприємств. Вони дозволяють не лише залучати та утримувати клієнтів, але й будувати міцні партнерські відносини та забезпечувати сталий розвиток бізнесу.

Література

1. Борисова Т.М. Інструменти Інтернет-маркетингу некомерційних організацій України.

Маркетинг і цифрові технології: науковий журнал. Одеса. 2017. Т.1. №2. С. 54-76.

2. Виноградова О.В., Недопако Н.М. Digital маркетинг: еволюція розвитку в Україні. *«Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»»* О.В. Виноградова. 2021. №18. С. 102-108.

3. Головчук Ю.О. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент комунікацій. *Економіка і суспільство.* 2018. Вип. 19. С. 337-341.

4. Гуменна О.В. Сучасні інструменти цифрового маркетингу. *Наукові записки НаУКМА ; Економічні науки.* 2016. 109 с.

5. Дергачова Г.М., Колешня Я.О. Цифрова трансформація бізнесу: сутність, ознаки, вимоги та технології. *Економічний вісник НТУУ «КПІ».* 2020. № 17. С. 280-290.

6. Ілляшенко Н.С. Узагальнена класифікація послуг в сфері маркетингу. *Будецисте изследвания икономики:* матеріали за 10-а міжнародна научна практична конференція. Софія, 2014. Том 4. С. 79-83.

7. Окландер М.А. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя. Одеса : Астропринт, 2017. С. 212-224.

8. Суворова С.Г. Маркетингові дослідження в умовах діджиталізації. *Ефективна економіка.* 2020. №12.

URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/98.pdf

9. Тренди у digital-маркетингу на 2022.

URL: <https://cases.media/article/trendi-u-digital-marketingu-na-2022>

10. Управління соціально-економічними системами на основі підвищення ефективності маркетингових послуг в умовах діджиталізації: колективна монографія за ред. д. е. н., проф. Чобіток В.І. Х.: Видавництво Іванченка І.С., 2023. 363 с.

11. Яцюк Д.В. Цифровий маркетинг: майбутнє маркетингових комунікацій в брендингу. *Інвестиції: практика та досвід* №7. 2015. С. 31-35.

References

1. Borysova, T.M. (2017). Instrumenty Internet-marketynhu nekomertsyynkh orhanizatsiy Ukrainy. *Marketynh i tsyfrovi tekhnolohii.* Odesa. T.1, (2), 54-76.

2. Vynogradova, O.V., Nedopako, N.M. (2021). Digital marketynh: evoliutsiia rozvytku v Ukraini. *«Ekonomichnyi visnyk NTUU «Kyivskiy politekhnichnyi instytut»»* O.V. Vynogradova, (18), 102-108. <https://doi.org/10.20535/2307-5651.18.2021.240678>

3. Holovchuk, Yu.O. (2018). Tsyfrovyy marketynh yak innovatsiynyy instrument komunikatsiy. *Ekonomika i suspilstvo,* Issue 19, 337-341.

4. Humenna, O.V. (2016). Suchasni instrumenty tsyfrovoho marketynhu. *Naukovi zapysky NaUKMA; Ekonomichni nauky.*

5. Derhachova, H.M., & Koleshnia Ya.O. (2020). Tsyfrova transformatsiia biznesu: sutnist, oznaky, vymohy ta tekhnolohii. *Ekonomichnyi visnyk NTUU «KPI»*, (17), 280-290. <https://doi.org/10.20535/2307-5651.17.2020.216367>

6. Illiashenko, N.S. (2014). Uzahalnena klasyfikatsiia posluh v sferi marketynhu. *Proceedings from MIIM '14 X mizhnarodna naukovo-praktychna*

konferentsiia «Въдeshchye yzsledvanyia ykonomyky». (pp. 79-83). Sofyia. T.4.

7. Oklander, M.A. (2017). Tsyfrovyi marketynh – model marketynhu XXI storichchia. Odesa: Astroprynt.

8. Suvorova, S.H. (2020). Marketynhovi doslidzhennia v umovakh didzhitalizatsii. Efektyvna ekonomika, (12). Retrieved from http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/98.pdf

DOI: [10.32702/2307-2105-2020.12.96](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.12.96)

9. Trendy u digital-marketynhu na 2022. Re-

trieved from <https://cases.media/article/trendi-u-digital-marketingu-na-2022>

10. Chobitok, V.I. (Ed). (2023). Upravlinnia sotsialno-ekonomichnymy systemamy na osnovi pidvyshchennia efektyvnosti marketynhovykh posluh v umovakh didzhitalizatsii. Kharkiv: Vydavnytstvo Ivanchenka, I.S.

11. Yatsiuk, D.V. (2015). Tsyfrovyi marketynh: maibutnie marketynhovykh komunikatsii v brendynhu. Investytsii: praktyka ta dosvid, (7), 31-35.

TECHNOLOGICAL APPROACH IN INNOVATIVE ACTIVITIES OF ENTERPRISES IN FORMATION OF MARKETING PRODUCTS: SOCIO-ECONOMIC ASPECTS

V. I. Chobitok, D.E., Professor, Ukrainian Engineering and Pedagogical Academy,

*S. D. Godunov, Director of Pepper group, X-Cutter, Master Student,
Ukrainian Engineering Pedagogics Academy*

Methods. During the research, the following methods were used as: logical and historical method – when studying the evolution of outdoor advertising under the influence of the emergence of new technologies; analysis and synthesis – when identifying key types of digital technologies that have an impact on increasing the efficiency of the company's marketing activities; factor analysis – when establishing the influence of innovative technologies in the format of LED-neon and 3D printing on the effectiveness of advertising campaigns.

Results. The evolution of the development of outdoor advertising is analyzed in view of the changes caused by the transition of the technical and technological system of society to a new, higher level. Modern trends in the development of the technical and technological factor have been identified, namely: the transition to the digital economy. The components of modern innovative technologies used in the field of outdoor advertising are singled out and their influence on the effectiveness of the company's marketing activities is demonstrated. Innovative technologies such as LED-neon and 3D printing are characterized, and their role in increasing the effectiveness of advertising campaigns through the creation of innovative technological marketing products in the form of digital billboards with LED screens and 3D projection is shown. The main socio-economic results of the use of digital tools in outdoor advertising are identified, which include: the possibility of creating complex and detailed advertising structures with high accuracy, which attracts the attention of potential customers; wider possibilities of using interactive elements and the possibility of personalizing advertising messages, which increases the level of customer engagement, as well as the level of trust and loyalty to the brand. This leads to an increase in the client base and an increase in the company's profits.

Novelty. The article proves the effectiveness of digital technologies in ensuring the effectiveness of the company's marketing activities, in particular, the impact on the economic indicators of outdoor advertising. The relationship between the improvement of advertising through LED-neon and 3D printing and the growth of environmental awareness of consumers and social responsibility of business has been established.

Practical value. It was determined that innovative technological developments are a critical element of successful interaction between contractors and customers in the field of implementation of outdoor advertising projects. They contribute to the growth of enterprises, increase the efficiency of their marketing activities and create stable socio-economic ties. Permanent implementation of innovative technologies and adaptation to turbulent market conditions will allow to achieve tactical and strategic goals, ensuring a high level of interaction and efficiency.

Keywords: marketing, marketing research, marketing tools, consumers, business environment, innovative activity, innovative technological developments, socio-economic aspects.

Надійшла до редакції 23.05.24 р.

МАРКЕТИНГ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІД ЧАС ВИВЕДЕННЯ НОВОГО ТОВАРУ НА РИНОК

*С. Я. Касян, к. е. н., доцент, НТУ «Дніпровська політехніка», kasian.s.ya@ntu.one,
orcid.org/0000-0002-7103-4457,*

Г. О. Цюпа, бакалавр, НТУ «Дніпровська політехніка»,

О. Б. Шебанов, аспірант, НТУ «Дніпровська політехніка», shebanov.o.b@ntu.one

Методологія дослідження. Дослідження проблем маркетингового розвитку базувалося на концептуальних засадах теорії маркетингу сталого розвитку. У якості методологічних підходів використано SNW-аналіз – з метою дослідження факторів маркетингового середовища, матриця БКГ – для аналізу потенціалу продукції. Конкретними інструментами наукових досліджень послуговували: статистичні методи – для демонстрації динаміки фінансово-економічних показників діяльності підприємства; порівняння – при співставленні цін товарної продукції.

Результати. Проаналізовано маркетингову діяльність крупної компанії, лідера на ринку мінеральних вод, складової частини великої корпорації IDS Group Ukraine, відомої торгової марки «Моршинська». Проведено аналіз внутрішнього середовища підприємства, зокрема, SNW-аналіз для ТМ «Моршинська». Визначено, що зростання свідомості щодо екології та сталого розвитку може стимулювати попит на екологічно чисті продукти, включаючи мінеральну воду. Визначено, що маркетинг сталого розвитку полягає у формуванні гетерогенного попиту на засадах дотримання сталості та дбання про довкілля, довгострокові перспективи розвитку суспільства. Націленість маркетингової стратегії підприємства на еко-стандарти продукції, а також розширення асортименту компанії-виробника, є дуже слушними.

Новизна. За результатами проведеного аналізу визначено, що підприємству ПрАТ «МЗМВ «ОСКАР» слід використовувати стратегію диверсифікації, аби відкрити новий напрям своєї продукції – «зелений маркетинг».

Практична значущість. Здійснений аналіз дозволяє удосконалити управління маркетинговою діяльністю виробничих підприємств у площині сталого розвитку.

Ключові слова: маркетинг сталого розвитку, ринок мінеральної води, виробниче підприємство, маркетинг-мікс.

Постановка проблеми. Сьогодні доцільно аналізувати виведення на цільові ринки нових товарів, які мають екологічну спрямованість та є у площині сталого розвитку. Маркетинг сталого розвитку передбачає формування відповідного інструментального міксу, спрямованого на вдале позиціонування екопродукції на вибрані цільові сегменти за дотримання принципів сталого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження для ПрАТ МЗМВ «ОСКАР» є актуальним тому, що зважаючи

на еко-тренди сьогодення, дуже важливу роль відіграє зелений маркетинг або маркетинг сталого розвитку. Цю концепцію впровадили ЄС, спираючись на екологічні та соціальні проблеми всесвіту. Проблема підвищення обсягів збуту екологічно чистої продукції є особливо актуальною для вітчизняних підприємств, оскільки в кризових умовах воєнного стану знижується фінансування роботи маркетингового відділу, який безпосередньо займається збутовою діяльністю.

Тематиці маркетингової діяльності підприємства у площині сталого розвитку присвячено праці вітчизняних і закордонних фахівців у сфері маркетингу, таких як: Н. Андрєєва [10], С. М. Ілляшенко [4], Ф. Котлер [8], Альфред Кус [11], Я. С. Ларіна, М. Окландер [10], Гермаван Катарджая [8], Іван Сетьяван [8], Дж О'Шонесси (John O'Shaughnessy) [17], А. Ф. Павленко [11], В. П. Пилипчук [11] та ін.

До визначення поняття «збут екопродукції» у маркетингу вчені підходять з різних позицій. Зокрема, фахівці здебільшого виходять з комунікаційних засад розуміння маркетингу та справедливо стверджують, що збут відображає економічну діяльність, спрямовану на спілкування продавця з покупцем.

Формулювання мети статті. Метою цієї статті є висвітлення й удосконалення маркетингового забезпечення виведення нового товару на ринок у площині сталого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Голістичний підхід до маркетингу бренду Моршинська на засадах сталого розвитку означає, що компанія урахує комплекс маркетингових інструментів і створює інтегровану стратегію, спрямовану на досягнення мети бренду.

Вважаємо, що збут екопродукції є організація маркетингових заходів, у т. ч. комунікаційних, за допомогою яких агенти ринку задовольняють свої потреби в екологічно чистій продукції. Й. С. Завадський на засадах просторової організації маркетингових процесів визначає збутову діяльність як «... просування товарів від місця виробництва до місця споживання і збутові операції (складування, зберігання, доробку, розфасування, комплектування партії товарів, транспортування тощо) [3, с.195]». На нашу думку, таке визначення є більш технічним, не урахує екологічно відповідальне управління маркетингом, але воно описує поняття «збут» з промислової точки зору, оминаючи безпосередній контакт продавця із покупцем.

Відмітимо, що у динамічних ринкових умовах при формуванні системи збуту екопродукції варто ураховувати вплив системи чинників, таких як: стан ринків, екологічні

переваги споживачів, фінансові можливості підприємств, частка екопродукції на ринку, соціальні складові, відповідальне споживання. Слід детально вивчати конкурентів, тенденції розвитку галузі.

Доцільно в умовах геополітичних викликів відображати зміст і особливості виведення нового товару на ринок, теоретичні основи проведення маркетингових досліджень, сутність концепції маркетингу сталого розвитку. У цьому контексті слушним є проведення аналізу фінансово-економічної, маркетингової діяльності ПрАТ МЗМВ «Оскар». Особливий акцент слід зробити на аналізі сегментування і позиціонування товарів підприємства з урахуванням концепції маркетингу сталого розвитку [5; 6]. Комплексно досліджуються напрямки стратегічного розвитку підприємства.

Дж О'Шонесси (John O'Shaughnessy) досліджуючи управління збутом екопродукції, наголошує на значущості прямого продажу, особливо у випадку реалізації нестандартних товарів, що потребують значної креативної компоненти при організації комплексу маркетингових комунікацій підприємств. Наголошується на значущості, у певних випадках, інтенсивної комунікаційної взаємодії із свідомими споживачами, коли продаж товарів потребує деякого пояснення та супутніх порад [16, с.594]. Ми гадаємо, що міжнародна інтеграція маркетингових екологістичних стратегій високотехнологічних підприємств має відображати означені тенденції управління збутом, взаємовідносин зі споживачами, цільовими аудиторіями та стейкхолдерами.

Соціально-економічна ефективність дослідження полягає у доведенні доцільності використання маркетингу сталого розвитку підприємствами України.

Голістичний підхід до маркетингу бренду Моршинська передбачає інтеграцію усіх елементів маркетингових зусиль компанії з урахуванням концепції маркетинг 4.0 в єдину стратегію задля підсилення сприйняття еко орієнтованого бренду та залучення цільової аудиторії [1; 8].

У світі активно поширюється рух щодо боротьби із забрудненням довкілля. Згідно з наявними тенденціями частина споживачів починає звертати увагу на екологічність

упаковки, соціальну відповідальність бізнесу. Базуючись на змісті й структурі попиту, частина виробників мінеральних вод у провідних країнах світу починає випускати продукцію у паперовій упаковці [9; 14].

Сталий розвиток (англ. sustainable development) – загальна концепція стосовно необхідності встановлення балансу між задоволенням сучасних потреб людства і захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи їх потребу в безпечному і здоровому довкіллі [5; 14]. Як слушно сформулювала визначення сталого розвитку у своїй доповіді Комісія Брундтланд, це є позитивні зміни, які сприяють ціннісному задоволенню потреб економічних і соціальних агентів з урахуванням безпечної взаємодії з довкіллям [5; 8; 16]. Дійсно, така квінтесенція визначення дозволяє формувати конфігурацію маркетингової активності, дбаючи про середньо й довгострокові горизонти розвитку.

Безперечно, міжнародні еко товарні стратегії мають встановлюватися з урахуванням основних пріоритетів міжнародної конкуренції, що відображає бізнес-підходи та маркетингові ініціативи, спрямовані на укріплення позицій на світових ринках товарів і послуг. Згідно М. Портера (М. Porter) у міжнародному маркетинговому середовищі виникають конкурентні стратегії, що орієнтуються передусім на стратегію масової переваги за витратами, диференціації товарної пропозиції за рахунок розвитку нецінової конкуренції, конкурентну стратегію концентрації завдяки орієнтації на цільові сегменти і ніші ринку [2].

Використання масивів баз даних і Business Intelligence, інтерактивних логістичних систем у площині міжнародної маркетингової бізнес-взаємодії дає змогу досягнути необхідних значень потоків маркетингових цінностей високотехнологічних підприємств.

Проаналізуємо маркетингову діяльність крупної компанії, лідера на ринку мінеральних вод, складової частини великої корпорації IDS Group Ukraine, відомої торгової марки «Моршинська».

В Україні компанія існує з 1996 року. У цей час створена компанія «Нова» (далі – «IDS Group Ukraine») – дистриб'ютора Моршинського заводу мінеральних вод «Оскар».

У 1997–2004 роках компанія займається прямою дистрибуцією мінеральної води «Моршинська».

«IDS Borjomi Ukraine» виробляє і просуває на ринку збалансований портфель мінеральних вод, які видобуваються в курортних регіонах України. Представлена зараз торговельними марками: «Borjomi»; «Моршинська»; «Моршінка»; «Миргородська»; «Миргородська Лагідна»; «Трускавецька»; «Aqua Life»; «Аква Няня»; «Аляска» [7; 12; 15].

У програмах маркетингових комунікацій ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод «Оскар» використовує товарну рекламу, комплекс стимулювання збуту продукції, персональні продажі, пабліситі. Постійно нарощуються потоки маркетингових комунікацій каналами Інтернету. Поряд із вище зазначеними маркетинговими інструментами іноді використовується виробником директ-маркетинг та Інтернет-маркетинг [7; 12; 15].

Сьогодні значущим є «зелений» маркетинг, екологістика. ТМ «Моршинська» може постійно використовувати логістику рециклінгу з економічною, екологічною та соціальною цілями:

1. Економічна ціль – знизити витрати на переробку відходів, а також заощадити кошти і використовувати, наприклад, скляні пляшки повторно. Певна економія за рахунок повторного використання тари.

2. Екологічна ціль – захист навколишнього середовища, враховуючи європейські та світові стандарти. Збереження природних ресурсів.

3. Соціальна ціль – поліпшення екологічної ситуації у країні, приваблення покупців до екопродукції, соціально відповідального споживання [1; 14].

Ціль ціноутворення компанії «Моршинська» орієнтована на досягнення потоків збуту – виведення нового товару на вже існуючий ринок, спираючись на еко-тренди, аби забезпечити певний обсяг продажу та збільшити частку ринку. Маркетингова політика ціноутворення бренду «Моршинська» містить комплекс стратегій та підходів, які визначають спосіб встановлення цін на їхні водні продукти. Тут слушним є застосування низки методів ціноутворення, орієнтова-

них на попит, стратегії виведення на ринок нового товару.

Основні складові маркетингової політики ціноутворення бренду «Моршинська» містять:

1. Аналіз ринку та конкурентів.

2. Стратегія ціноутворення: Бренд Моршинська може використовувати різні стратегії ціноутворення, такі як цінову диференціацію, цінову конкуренцію або цінову премію.

3. Вартість продукту. Важливо ураховувати в описі ядра бренду якість води, природність, мінералізацію, пакування та інші особливості, що роблять продукт привабливим для споживачів.

4. Цінова сегментація: Бренд «Моршинська» може застосовувати цінову сегментацію, встановлюючи різні цінові рівні для різних сегментів споживачів. При цьому слід дотримуватися соціальної відповідальності та справедливості.

5. Промоції та знижки: сезонні знижки, лояльнісні програми, пакетні пропозиції та інші форми цінового стимулювання збуту [7; 12; 15].

Обчислимо цінову еластичність попиту. Почнемо з визначення коефіцієнта точкової цінової еластичності (E_p). Для аналізу було обрано пляшку негазованої води (0,5 л.), оскільки в ціні за цей продукт була зміна з 10,2 грн./пляшка у 2020 р. до 12 грн./пляшка у 2021 р.

Формула для розрахунку коефіцієнту точкової цінової еластичності:

$$E_p = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P_1}{Q_1}, \quad (1)$$

де P_1 – початкова ціна на товар, грн;

Q_1 – попит на товар за вихідної ціни, нат. од.;

ΔQ – зміна попиту, грн;

ΔP – зміна ціни, нат. од. [1; 9].

Точкову еластичність для пляшки негазованої води у 2021 р. можна розрахувати у такий спосіб:

$$E_p = \frac{96\,750\,390 - 91\,837\,200}{12 - 10,2} \times \frac{10,2}{96\,750\,390} = \frac{4\,913\,190}{1,8} \times \frac{10,2}{96\,750\,390} = 2\,729\,550 \times 0,00000011 = 0,288 \text{ част. од.}$$

Оскільки $E_p < 1$, то можна зробити висновок, що попит на цей товар нееластичний. Для більш детального аналізу динаміки цін слід розрахувати зміни в умовах відхилення ціни на інший товар.

Аналітична формула для розрахунку коефіцієнту перехресної цінової еластичності виглядає так:

$$E_{P_{B\text{пер.}}} = \frac{\Delta Q_A}{\Delta P_B} \times \frac{P_B}{Q_A}, \quad (2)$$

де P_B – початкова ціна товару Б, грн;

Q_A – початкова кількість товару А, нат. од.; ΔP_B – зміна ціни на товар Б, грн;

ΔQ_A – зміна обсягу продажів товару А, нат. од. [1; 9]

Порівняємо газовану та негазовану воду, пляшки одного обсягу, в період з 2020 р. по 2021 р. Початкова ціна товару (P_B) на початку 2020 р. склала 10,2 грн. за одиницю продукції. Початкова кількість товару (Q_A) – обсяг продажу газованої води за 2020 р. – 151 762 500 од. пляшок. Зміна ціни на товар Б – ΔP_B – 1,8 (різниця між новою ціною негазованої води за 2021 р. та ціною 2020 р.). Останнім показником є зміна обсягів продажу товару А, тобто різниця обсягу виробництва газованої води у 2020 р. та 2021 р., становить (169 779 610 – 151 762 800) = 18 016 810 од. пляшок. Розрахуємо коефіцієнт перехресної цінової еластичності попиту:

$$E_{P_{B\text{пер.}}} = \frac{18\,016\,810}{1,8} \times \frac{10,2}{151\,762\,800} = 10\,003\,339 \times 0,00000007 = 0,673 \text{ част. од.}$$

Оскільки, $E_{P_{B\text{пер.}}} > 0$, то можна зробити висновок, що пляшка газованої води та пляшка негазованої взаємозамінні.

Для точного аналізу потрібно також розрахувати коефіцієнт дугової еластичності попиту. Зробимо це за наступною формулою:

$$E_p(\cap) = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{P_1 + P_2}{Q_1 + Q_2} \quad (3)$$

Розрахунки у випадку нашої компанії виглядатимуть так:

$$E_p(\cap) = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{P_1 + P_2}{Q_1 + Q_2} = \frac{4\,913\,190}{1,8} * \frac{22,2}{188\,687\,590} = 2\,729\,550 * 0,00000012 = 0,32 \text{ част. од.}$$

Як відомо, коефіцієнт цінової еластичності попиту відображає на скільки відсотків зміниться попит на продукцію підприємства, якщо ціна зміниться на 1%. Тож, можна зробити висновок, що попит на продукцію зміниться на 0,32 част. од.

Пропонуємо розробку нової цінової політики, адже бренд «Моршинська» дещо

завищує ціни в порівнянні з конкурентами. Це негативно впливає на споживчу поведінку та з кожним роком все гірше.

Проведемо аналіз внутрішнього середовища підприємства, зокрема, SNW-аналіз для ТМ «Моршинська», таблиця 1.

Таблиця 1

SNW-аналіз для ТМ «Моршинська»

Стратегічна позиція	Якісна оцінка позицій		
	S Strength Position	N neutral position	W weakness position
1 Сила бренду	X		
2 Якість продукції	X		
3 Ефективність маркетингу		X	
4 Лояльність клієнтів		X	
5 Інноваційність		X	
6 Дотримання цілей сталого розвитку		X	
7 Ефективність виробництва			X

Джерело: сформовано авторами на основі [7; 12; 15].

Управлінська проблема: Розробка та реалізація стратегії виведення нової мінеральної води бренду Моршинська на ринок у площині сталого розвитку з метою максимізації конкурентних переваг, залучення цільової аудиторії та досягнення успіху в умовах високої конкуренції.

Маркетингова проблема: Недостатня обізнаність та сприйняття цільової аудиторії щодо нової екологічно чистої мінеральної води бренду Моршинська, що ускладнює виведення продукту на ринок та залучення необхідної кількості споживачів у контексті високої конкуренції водних продуктів.

Стратегії сталого розвитку: Зростання свідомості щодо екології та сталого розвитку може стимулювати попит на екологічно чисті продукти, включаючи мінеральну воду.

Водні ресурси: Доступність та якість джерел води можуть впливати на постачання та виробництво мінеральної води.

Стратегії сталого розвитку: Зростання свідомості щодо екології та сталого розвитку може стимулювати попит на екологічно чисті продукти, включаючи мінеральну воду.

Маркетинг сталого розвитку (англ. sustainable marketing) полягає у формуванні гетерогенного попиту на засадах дотриман-

ня сталості та дбання про довкілля, довгострокові перспективи розвитку суспільства [5; 8; 14].

Ми вважаємо, що з концепції цілі сталого розвитку ПрАТ МЗМВ «ОСКАР» може взяти до уваги одразу декілька:

- №9 «Промисловість, інновації та інфраструктура»;
- №12 «Відповідальне споживання та виробництво»;
- №15 «Захист екосистеми суші» [5; 8; 14].

Тобто, якщо ПрАТ МЗМВ «ОСКАР» приділить увагу наведеним цілям сталого розвитку, впізнаваність бренду зросте ще більше, екотренди стануть потужним двигуном для роботи маркетингових кампаній торговельної марки, а споживачі надаватимуть перевагу «чистій» компанії [5; 8; 7; 12; 14].

Проаналізуємо основні показники фінансової діяльності ПрАТ «ІДС» за 2019–2020 рр., табл. 2.

Як видно з таблиці 2 виторг від реалізації товарної продукції у 2020 р. порівняно з 2019 р. зріс на 575468 грн, що у відносному вираженні складає 23,97%. При чому собівартість за цей період збільшилася на 227554 грн або на 14,97% [7; 12].

Фінансові результати від операційної діяльності. У 2020 р. у порівнянні з 2019 р. цей показник зріс на 455,21 % (або на 94297 тис. грн.). За 2020 р. ПрАТ «ІДС» має пози-

тивний результат діяльності, при цьому у 2019 р. відбулося значне зниження фінансових показників діяльності [7; 12].

Таблиця 2

Зміна фінансово-економічних показників діяльності ПрАТ «ІДС» за 2019–2020 рр

Показники	2019 р.	2020 р.	Абсолютне відхилення, грн	Відносне відхилення, %
1. Виторг від реалізації товарної продукції	2400836	2976304	575468	23,97
2. Собівартість реалізованої товарної продукції	1519741	1747295	227554	14,97
3. Валовий дохід	881095	1229009	347914	39,49
4. Фінансовий результат від операційної діяльності	20715	115012	94297	455,21
5. Чистий фінансовий результат	21181	84124	62943	297,17

Джерело: сформовано авторами на основі [5; 8; 7; 12; 14].

Розширення асортименту продукції є доброю можливістю для ТМ «Моршинська» збільшити попит та потоки прибутку. Для того, щоб скористуватися цією можливістю, слід запропонувати у межах наявного широкого й гармонійного асортименту просування нових видів мінеральної води вже звичної високої якості від досліджуваного підприємства. З аналізу конкурентів та SWOT-аналізу можна зробити висновок, що ТМ «Моршинська» все ще має можливість збільшити частку ринку. Для досягнення цієї цілі необхідно запровадити стратегію диверсифікації, що базуватиметься на виведенні еко продукції.

Тобто мова йде про націленість на еко-стандарту продукції, а також розширення асортименту компанії-виробника.

Зараз значна кількість клієнтів орієнтується на екологічно чисті продукти, які позитивно впливають на здоров'я людини та не забруднюють довкілля. Відповідно, еко-тренд у певний спосіб впливає на популярність окремих категорій продукції, особливо

у преміум-сегменті. Поряд із цим значна чисельність сучасних свідомих користувачів періодично бажає отримувати оновлені або нові продукти, що вироблені за допомогою інноваційних технологій [5; 7; 12].

Проаналізувавши внутрішню структуру маркетингового підрозділу ТМ «Моршинська», а також провівши аналіз маркетингової цінової політики, доцільно буде змінити політику ціноутворення компанії. Для вирішення цього стратегія диверсифікації також підходить. Метою стратегії буде розширення асортименту, націленість на еко-стандарту продукції і впровадження багаторазових пляшок узгодженого дизайну. Для конкретного визначення стратегічної концепції, необхідно побудувати матрицю БКГ. У матриці БКГ є два основні показники: темпи зростання ринку та відносна частка ринку [5; 7; 12].

Аналіз засвідчує, що темп приросту ринку мінеральних вод України складає 8,5%. Побудуємо матрицю БКГ для ТМ «Моршинська» та конкурентів (табл. 3).

Таблиця 3

Матриця БКГ для ПрАТ МЗМВ «ОСКАР»

		<i>Важкі діти</i>	<i>Зірки</i>
<i>Темп росту</i>	<i>Високий (більше 8,5%)</i>	«Миргородська» «Аква Лайф» «Боржомі» «Трускавецька» «Аква няня»	«Моршинська»
	<i>Низький (менше 8,5%)</i>	<i>Собаки</i>	<i>Дійні корови</i>
		Низька (менше 0,5)	Висока (більше 0,5)
<i>Частка ринку</i>			

Джерело: створено авторами на основі [5; 7; 12].

На основі попереднього аналізу, а також зважаючи на місце ТМ «Моршинська» у матриці БКГ, можна дійти висновку, що стратегія підтримання конкурентних переваг має вирішити стратегічні питання підприємства. Інноваційний продуктом може бути новий вид мінеральної води, розроблений ТМ «Моршинська».

Розширення товарного асортименту у нашому випадку – це як раз виведення нового товару. У лінійці продуктів ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод «Оскар» є споживачі, які цікавляться спортом (ТМ «Спортік» та «Моршинська спорт»). У межах розширення асортименту цієї продукції компанія може вивести на ринок модифіковані корисні для здоров'я продукти. Таким продуктом може бути високобілкова вода, яка виступає для спортсменів альтернативним моментом, оскільки характеризується низьким вмістом калорій [5; 7; 12].

Отже, на сьогодні компанія використовує *стратегію інтенсивного росту* як глибоке проникнення на ринок, розширення меж ринку та розвиток товару. Але, зауважимо, що питання сталого розвитку, еко-стандартів і «зеленого маркетингу» мають вагомe значення для діяльності підприємства у цілому. Тому, підприємству ПрАТ «МЗМВ «ОСКАР» слід використовувати стратегію диверсифікації, аби відкрити новий напрям своєї продукції – «зелений маркетинг». Націленість цієї стратегії на еко-стандарту продукції, а також розширення асортименту компанії-виробника, є дуже слушними.

Отже, варто приділити увагу ефективному екоорієнтованому управлінню маркетингом на підприємствах. Важливим є вміле формування товарної, цінової і збутової політики, погодження організаційної структури і форм соціально відповідального управління, впровадження нових методів, сучасної маркетингової технології, які забезпечують своєчасне та ефективне доведення потоку створених цінностей до сучасного свідомого споживача [1; 5; 7; 12].

Важливими у збутовій діяльності є засоби стимулювання збуту та формування попиту на екопродукцію. Серед них до найменш витратних, але достатньо дієвих, на наш погляд, можна віднести демонстрацію

або дегустацію товару, пробний маркетинг, емпіричний маркетинг.

Орієнтація на екотренди (екологічна та біорозкладна упаковка). У світі активно поширюється рух щодо боротьби із забрудненням навколишнього середовища. Згідно з наявними тенденціями частина споживачів починає звертати увагу на екологічність упаковки. Виходячи з наявного попиту, частина виробників мінеральних вод у інших країнах світу починає випускати продукцію у паперовій упаковці. Ця упаковка порівняно з металевою менше коштує, що позитивно впливає на собівартість продукції [1; 5; 7; 12]. Перспективність цього сегменту пояснюється поступовим переходом частини споживачів від напоїв, які мають сильний вміст цукру та калорій, до напоїв, що приносять додаткові переваги для здоров'я.

Висновки. У роботі висвітлено й удосконалено маркетингове забезпечення виведення нового товару на ринок у площині сталого розвитку. Охарактеризовано, що міжнародна інтеграція маркетингових екологічних стратегій високотехнологічних підприємств має відображати означені тенденції управління збутом, взаємовідносин зі споживачами, цільовими аудиторіями та стейкхолдерами. Сьогодні значущим є «зелений» маркетинг, екологістика. Встановлено, що ТМ «Моршинська» може постійно використовувати логістику рециклінгу з економічною, екологічною та соціальною цілями. Визначено основні складові маркетингової політики ціноутворення бренду Моршинська. Обчислено цінову еластичність попиту. Встановлено, що слід запропонувати у межах наявного широкого й гармонійного асортименту просування нових видів мінеральної води вже звичної високої якості від досліджуваного підприємства. Побудовано матрицю БКГ для ПрАТ МЗМВ «ОСКАР».

Перспективи подальших наукових досліджень у даному напрямку полягають у розширенні дослідження наповнення складових маркетинг-міксу високотехнологічних підприємств у площині сталого розвитку.

Література

1. Kasian S., Sapiński A., Petukhov V. International marketing pricing, communications, company logistics within the framework of sustainable

development. *Ukraine, Visnyk of the Lviv University. Series Economics*. 2022. №63. Pp. 133-143. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2022.63.0.6311>

2. Porter M. *The competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press. 1990. 855 с.

3. Завадський Й.С. Менеджмент: Management. Т. 1. К.: Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1997. 543 с.

4. Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика: Підручник. Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. 234 с.

5. Касян С.Я. Енергоощадна цінність логістичних та комунікаційних детермінант маркетингової діяльності високотехнологічних підприємств в електронному бізнесі: монографія. Дніпро: НТУ «Дніпровська політехніка», 2020. 232 с.

6. Касян С.Я., Пілова К.П., Макуха Ю.М. Міжнародне планування маркетингової стратегічної діяльності компанії: інформаційні технології просування бренду. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2022. №3. С. 54-67. <https://doi.org/10.33271/ebdut/79.048>

7. Консолідований звіт про сукупний дохід. ПрАТ МЗМВ «ОСКАР». [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.morshynska.ua/uploads/7f/12/da3ba2e05222a0e9150adaee74ff729fb7706b1f.pdf>

8. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван Й. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. К.: ВГ КМ БУКС, 2021. 208 с.

9. Ларіна Я.С., Скрипник А.Л., Рафальська В.А., Бабічева О.І., Барілович О.М., Рябчик А.В., Боняр С.М., Гальчинська Ю.М., Четверик О.В. *Маркетингова цінова політика: навч. пос. / за заг. ред. Я.С. Ларіної та О.М. Барілович*. К.: 2016. 225 с.

10. Окландер М., Андреєва Н. Модернізація концепції маркетингу у 21 столітті в межах парадигми сталого розвитку України. *Журнал «Економіст»*. 2010. №11. С. 23-25.

11. Кус А. *Основи маркетингу*. К.: КНЕУ, 1998. 272 с.

12. Офіційний сайт компанії «Моршинська». Стратегічні цілі та місія компанії. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.morshynska.ua/static/official/Zv%D1%96t-pro-upravl%D1%96nija-zv%D1%96t%20ker%D1%96vnictva-za-2018-r%D1%96k.pdf>

13. Пономаренко І.В. Аналіз ринку мінеральних вод в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 25. С. 412-418. Режим доступу: <https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/12457/1/71.pdf>

14. Садченко О.В. Концепції екологічного маркетингу. *Економічний вісник НГУ*. 2009. №3. С. 71-79.

15. Характеристика ринку мінеральної води України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/marketingovoe-issledovanie-rynka-mineralnoj-vody-v-ukraine>

16. O'Shaughnessy J. *Competitive Marketing (RLE Marketing) a Strategic Approach*. London:

Routledge, 1995. 749 с. <https://doi.org/10.4324/9781315761718>

References

1. Kasian, S., Sapiński, A., Petukhov, V. (2022). International marketing pricing, communications, company logistics within the framework of sustainable development. *Ukraine, Visnyk of the Lviv University. Series Economics*. Issue 63. Pp. 133-143. <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2022.63.0.6311>

2. Porter, M. (1990) *The competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.

3. Zavadskyi, Y.S. (1997). *Menedzhment: Management*. T.1. Kyiv: Ukrainsko-finskyi instytut menedzhmentu i biznesu.

4. Illiashenko, S.M. (2005). *Marketynhova tovarna polityka*. Sumy: VTD «Universytetska knyha».

5. Kasian, S.Ya. (2020). *Enerhooshchadna tsinnist lohistychnykh ta komunikatsiinykh determinant marketynhovoї diialnosti vysokotekhnolohichnykh pidpriemstv v elektronnomu biznesi*. Dnipro: NTU «Dniprovskia politekhnikha».

6. Kasian, S.Ya., Pilova, K.P., Makukha, Yu.M. (2022). *Mizhnarodne planuvannia marketynhovoї stratehichnoї diialnosti kompanii: informatsiini tekhnohii prosvannia brendu*. *Ekonomichnyi visnyk Dniprovskoi politekhniky*, (3), 54-67.

<https://doi.org/10.33271/ebdut/79.0>

7. Konsolidovanyi zvit pro sukupnyi dokhid. PrAT MZMV «OSKAR». Retrieved from <https://www.morshynska.ua/uploads/7f/12/da3ba2e05222a0e9150adaee74ff729fb7706b1f.pdf>

8. Kotler F., Katardzhaia H., & Setiavan Y.(2021). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. (Klavdiia Kunytska, & Olena Zamaieva Trans.). Ser.: Biznes. Kyiv: VH KM BUKS.

9. Larina, Ya.S., Skrypnyk, A.L., Rafalska, V.A., Babicheva, O.I., Barylovyh, O.M., Riabchyk, A.V. «et al.» (2016). *Marketynhova tsinova polityka*. Ya.S. Larina & O.M. Barylovyh (Eds.). Kyiv:

10. Oklander, M., & Andreieieva, N. (2010). *Modernizatsiia kontseptsii marketynhu u 21 stolitti v mezhakh paradyhmy staloho rozvytku Ukrainy*. *Zhurnal «Ekonomist»*, (11),P. 23-25.

11. Kus A. *Osnovy marketynhu* (1998). K.: KNEU.

12. Ofitsiyni sait kompanii «Morshynska». *Stratehichni tsili ta misiia kompanii*. [Elektronnyi resurs]. *Rezhym dostupu*:

<https://www.morshynska.ua/static/official/Zv%D1%96t-pro-upravl%D1%96nija-zv%D1%96t%20ker%D1%96vnictva-za-2018-r%D1%96k.pdf> (data zvernennia: 14.05.2024)

13. Ponomarenko I.V. (2018) *Analiz rynku mineralnykh vod v Ukraini. Infrastruktura*. Vyp. 25. S. 412-418. *Rezhym dostupu*: <https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/12457/1/71.pdf> (data zvernennia: 16.05.2024)

14. Sadchenko O.V. (2009) *Kontseptsii ekolohichnoho marketynhu*. *Ekonomichnyi visnyk NHU*. №3. P. 71-79.

15. Kharakterystyka rynku mineralnoi vody Ukrainy [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/marketingovoe-issledovanie-rynka-mineralnoj-vody-v-ukraine>

16. O'Shaughnessy, J. (1995) *Competitive Marketing (RLE Marketing) a Strategic Approach*. London: Routledge, <https://doi.org/10.4324/9781315761718>

SUSTAINABILITY MARKETING WHEN INTRODUCING A NEW PRODUCT TO THE MARKET

*S. Ya. Kasian, Ph. D(Econ.), Associate Professor, H. O. Tsiupa, Bachelor,
O. B. Shebanov, Post-graduate Student, Dnipro University of Technology*

Methods. The study of the problems of marketing development was based on the conceptual foundations of the theory of sustainability marketing. As methodological approaches, SNW-analysis was used – for the purpose of researching the factors of the marketing environment, BCG matrix – for the analysis of product potential. Specific tools of scientific research were used: statistical methods – to demonstrate the dynamics of financial and economic indicators of the enterprise's activity; comparison – when comparing the prices of commodity products.

Results. There are analyzed the marketing activities of a large company, a leader in the mineral water market, a part of a large corporation IDS Group Ukraine, a well-known trademark «Morshynska». The analysis of the internal environment of the enterprise, in particular, the SNW-analysis for TM «Morshynska» is carried out. It is determined that the growth of awareness of ecology and sustainable development can stimulate demand for environmentally friendly products, including mineral water. It is determined that sustainability marketing is the formation of heterogeneous demand on the basis of sustainability and care for the environment, long-term prospects for the development of society. The focus of the enterprise's marketing strategy on eco-standards of products, as well as the expansion of the manufacturer's range, is very reasonable.

Novelty. Based on the results of the analysis, it is determined that the enterprise PJSC MZMV «OSCAR» should use a diversification strategy to open a new direction of its products – «green marketing».

Practical value. The conducted analysis allows to improve the management of marketing activities of manufacturing enterprises in the plane of sustainable development.

Keywords: sustainability marketing, mineral water market, production enterprise, marketing mix.

Надійшла до редакції 28.05.24 р.

МОТИВАЦІЯ ЛІДЕРСТВА У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ЧЕРЕЗ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЮ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ В УПРАВЛІННІ

С. О. Ареф'єв, д. е. н., професор, Вища школа Рейн-Майн, м. Вісбаден, Німеччина, arefievso@ukr.net, orcid.org/ https://orcid.org/0000-0003-2184-458,

О. В. Ареф'єва, д. е. н., професор, Національний авіаційний університет, lena-2009-19@ukr.net, orcid.org/0000-0001-5157-9970,

К. В. Антоненко, к. е. н., доцент, Національний авіаційний університет, ipkatya@ukr.net, https://orcid.org/0000-0001-5125-4543,

В. І. Слостяникова, студентка, Українська інженерно-педагогічна академія, VeronikaSlastianykova@pochta.net, orcid.org/ https://orcid.org/0009-0000-4491-7054

Методологія дослідження. Дослідження проводилось на основі використання методів аналізу й синтезу, які застосовувалися при виокремленні складових енергетичної безпеки підприємств; факторного аналізу – при встановленні внутрішніх і зовнішніх факторів формування мотивації лідерів у реалізації стратегії енергозбереження своїх підприємств; порівняння – при виокремленні специфіки класичних теорій мотивації.

Результати. У статті досліджено роль мотивації лідерства у досягненні енергетичної безпеки підприємств. Розглянуто класичні концепції мотивації, зокрема теорії: потреб Маслоу, двох факторів Герцберга, очікувань Врума, самовизначення Десі та Райана, справедливості Адамса. Здійснено їх порівняння та встановлено специфічні ознаки. Виокремлено внутрішні та зовнішні фактори, які стимулюють лідерів до прийняття рішень, спрямованих на досягнення організаційних цілей на підставі впровадження процесного підходу. Визначено у якості основних чинників особисті амбіції та прагнення лідера, а також соціальні й організаційні умови, що визначають його поведінку.

Підкреслено важливість трансформаційного лідерства у забезпеченні енергетичної безпеки підприємств. Визначено, що воно стимулює креативність та інноваційність, які є ключовими факторами для підвищення енергоефективності та стабільності енергетичних систем.

Новизна. Доведено, що лідерство у сфері енергетичної безпеки підприємства включає здатність керівника ефективно управляти енергетичними ресурсами фірми, забезпечуючи стабільність та ефективність їх використання. Це передбачає розробку та реалізацію енергетичних стратегій, управління ризиками, впровадження інновацій та постійне навчання і розвиток персоналу. Встановлено, що мотивація лідерів є важливою складовою успішного впровадження стратегій енергетичної безпеки.

Практична значущість. Дане дослідження буде корисним для підприємств, що прагнуть покращити ефективність свого управління ресурсами з метою забезпечення енергетичної безпеки.

Ключові слова: енергетична безпека, лідерство, енергоефективність, відновлювані джерела енергії, екологічна безпека, економічна мотивація, процесний підхід в управлінні, синергитичний ефект, використання інтелектуального капіталу, гібридні навички.

© 2024. S. O. Arefiev, O. V. Arefieva, K. V. Antonenko, V. I. Slastianykova. Published by Dnipro University of Technology on behalf of Economics bulletin of the Dnipro University of Technology. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), which permits unrestricted reuse, distribution and reproduction in any medium provided the original work is properly cited

Постановка проблеми. В умовах сучасного світу, де ресурси обмежені, а вимоги до енергоефективності постійно зростають, керівники підприємств повинні демонструвати лідерство та ініціативу у впровадженні стратегій, що забезпечують стабільне енергопостачання. Лідерство у сфері енергетичної безпеки включає розробку та реалізацію довгострокових планів з використання відновлюваних джерел енергії та впровадження інноваційних технологій. Мотивація лідерства сприятиме забезпеченню енергетичної безпеки як фундаментальної складові реалізації активного підходу в успішному функціонуванні будь-якого підприємства.

Мотивація лідерства є ключовим аспектом управління людськими ресурсами. Вона включає внутрішні та зовнішні фактори, які стимулюють лідерів до прийняття стратегічних рішень. Мотивація допомагає лідерам впливати на свої команди та вести їх до досягнення спільних цілей. У контексті енергетичної безпеки підприємств мотивація і лідерство формують базис для прийняття рішень, які забезпечують сталий розвиток.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Енергетична безпека підприємств в Україні є актуальною темою в умовах сучасних викликів та загроз. Останні дослідження українських вчених зосереджені на аналізі мотиваційних аспектів лідерства, стратегічному плануванні та інноваційних підходах для забезпечення стабільного функціонування енергетичних систем підприємств.

Українські вчені активно досліджують різні аспекти мотивації лідерства та його ролі в забезпеченні енергетичної безпеки підприємств. Сучасні підходи включають стратегічне планування, впровадження інноваційних технологій та ефективний ризик-менеджмент. Ці дослідження сприяють формуванню надійних та стійких енергетичних систем, що є критично важливим для стабільного розвитку підприємств та економіки в цілому.

Так, в дослідженні Національного інституту стратегічних досліджень (НІСД) розробили модель для стратегічного планування досягнення цільового рівня енергетичної безпеки, враховуючи як поточні, так і

майбутні загрози [6]. Через сталий розвиток та глобальні загрози М. З. Згуровський та В. Я. Шевчук та інші [1] висвітлюють систему факторів та індикаторів для вимірювання процесів сталого розвитку, включаючи енергетичну безпеку. Зокрема, обговорюється використання баєсових мереж для аналізу впливу глобальних загроз на енергетичну безпеку.

В контексті економічної безпеки та енергетичні індикатори Б. В. Губський [4] пропонує нову концепцію економічної безпеки з акцентом на інноваційно-технологічні та енергетичні аспекти, детально аналізуючи економічні та соціальні процеси, які впливають на динаміку факторів енергетичної безпеки.

Значний внесок у розвиток **інтелектуалізації, та процесного підходу в управлінні та лідерстві**, розробку й удосконалення його прикладних аспектів внесли такі українські вчені як: Ареф'єва О. В. [3, 9], Ареф'єв С. О. [2, 9], Мушнікова С. А. [5]. Удосконалення стратегії інноваційного розвитку підприємства на основі оцінки його інтелектуального капіталу пропонують Коритко Т., Брил І., Пілецька С. [16]. Адаптивне управління та залучення інвестиційних ресурсів в інноваційному розвитку підприємств в умовах цифрової економіки розглядають такі вчені, як Лепейко Т., Черноіванова Г., Перерва І., Побережна З., Забаштанська Т., Логодієнко В., Ткачов В., Ставроіані С., Шевченко О. [18].

Лідерство та організаційні інновації займають провідне місце в діяльності підприємств в забезпеченні енергетичної безпеки. Автори проведеному в Йорданії та Брунеї, розглядають взаємозв'язок між інноваціями в організації, трансформаційним лідерством та ефективністю співробітників. Автори дійшли висновку, що трансформаційне лідерство сприяє впровадженню інновацій та покращує загальну продуктивність компаній [20], включає відповідну мотивацію.

Останні міжнародні дослідження підкреслюють важливість трансформаційного лідерства у забезпеченні енергетичної безпеки підприємств. Таке лідерство стимулює креативність та інноваційність, що є ключовими факторами для підвищення енерго-

ефективності та стабільності енергетичних систем. Вчені також акцентують увагу на значенні психологічних аспектів мотивації та управління стресорами, що позитивно впливають на продуктивність співробітників.

Негативні кризові явища можуть гальмувати розвиток багатьох економічних секторів через нестачу фінансових та матеріальних ресурсів. Проте, водночас, вони надають споживачам можливість переглянути свої уподобання, а підприємствам – побачити нові бізнес-можливості, що відповідають сучасним екологічним трендам та соціальним потребам. У цьому контексті підвищується важливість соціальної відповідальності бізнесу та його екологічної поведінки, що сприяє досягненню цілей сталого розвитку. Ці обставини обумовили вибір мети даного дослідження. На основі проведених досліджень сформувався визначальний уявлення щодо теоретичних та практичних аспектів діяльності підприємств і передумов їхнього розвитку. Проте, залишається недостатньо вивченою проблема управління інноваційністю підприємств через бізнес-процеси на конкурентних ринках з урахуванням стратегічного аспекту.

Інтелектуалізація процесного підходу в управлінні енергетичними ресурсами є ключовим елементом у забезпеченні енергетичної безпеки підприємств. Лідери повинні не лише адаптуватися до поточних умов, але й проактивно впроваджувати інноваційні стратегії, які враховують як внутрішні, так і зовнішні фактори. Це включає ефективне управління ресурсами, стимулювання розвитку нових технологій та формування корпоративної культури, що підтримує екологічні та соціальні цінності. Таким чином, мотивація лідерства стає вирішальним фактором для забезпечення енергетичної безпеки підприємств, оскільки вона сприяє інтелектуалізації управлінських процесів та підвищенню конкурентоспроможності на ринку.

Метою даної статті є дослідження та аналіз ролі мотивації лідерства у забезпеченні енергетичної безпеки підприємств в умовах обмежених ресурсів і зростаючих вимог до енергоефективності.

Стаття має на меті оцінити важливість енергетичної безпеки для стабільного функціонування підприємств, дослідити мотиваційні теорії та підходи, що лежать в основі лідерства та управління енергетичними ресурсами, проаналізувати вплив внутрішніх та зовнішніх факторів на мотивацію лідерів до прийняття рішень, спрямованих на досягнення організаційних цілей, а також розглянути роль лідерства у впровадженні інноваційних підходів до управління енергетичними ресурсами для досягнення синергічного ефекту та стійкого розвитку підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Енергетична безпека є критично важливою для ефективного функціонування будь-якого підприємства. В умовах сучасного світу, коли ресурси обмежені, а вимоги до енергоефективності постійно зростають, керівники підприємств повинні проявляти лідерство та ініціативу у впровадженні стратегій, що забезпечують стабільне енергопостачання. Ця стаття досліджує роль мотивації лідерства у досягненні енергетичної безпеки підприємств.

У сучасних умовах, коли виклики енергетичної безпеки стають все більш актуальними, роль лідерства та мотивації у впровадженні інноваційних підходів до управління енергетичними ресурсами набуває особливого значення. Нижче наведено огляд ключових публікацій за останні п'ять років з цієї теми, підготовлених міжнародними дослідниками. А саме, дослідження вчених з Саудівської Аравії підкреслює значення трансформаційного лідерства у створенні умов для інновацій та підвищення ефективності роботи підприємств. Вони виявили, що лідери, які мотивують своїх підлеглих і трансформують їхні особисті інтереси на користь організації, сприяють підвищенню рівня задоволеності роботою та мотивації виконання завдань [21].

Мотивація лідерства є складним і багатограним процесом, що ґрунтується на різних теоріях та підходах до розуміння людської поведінки та використання інтелектуального капіталу. На концептуальному рівні мотивація лідерства охоплює внутрішні та зовнішні фактори, які стимулюють лідерів до прийняття рішень, спрямованих на досягнення організаційних цілей. Вона

включає як особисті амбіції та прагнення лідера, так і соціальні та організаційні умови, що впливають на його поведінку. Мотивація – це внутрішній процес, який спонукає індивіда до досягнення певних цілей і гібридні навички. Лідерство, у свою чергу, передбачає здатність впливати на інших та вести їх до досягнення спільної мети. У контексті енергетичної безпеки підприємств, ці два поняття взаємодіють, формую-

чи базис для прийняття рішень, які забезпечують сталий розвиток [4].

Мотивація є ключовим аспектом управління людськими ресурсами, і розуміння різних теорій мотивації допомагає керівникам ефективніше управляти своїми командами, доцільно порівняти різні підходи до мотивації, їх особливості та основні відмінності (табл 1).

Таблиця 1

Генезис класичних теорій мотивації

Теорія мотивації	Опис	Відмінності
Теорія потреб Маслоу[19]	Піраміда потреб, що включає фізіологічні потреби, безпеку, соціальні потреби, повагу та самореалізацію. Людина задовольняє потреби по мірі їх важливості, від нижчих до вищих рівнів.	Ієрархічний підхід до потреб, наголошує на поступовому переході від нижчих до вищих потреб.
Теорія двох факторів Герцберга[12]	Розділяє мотиваційні фактори на гігієнічні (умови праці, зарплата) та мотиваційні (визнання, досягнення). Гігієнічні фактори не мотивують, але їх відсутність демотивує.	Фокус на різниці між факторами, що запобігають незадоволенню, та тими, що реально мотивують.
Теорія очікувань Врума[22]	Мотивація визначається очікуваннями індивіда щодо можливості досягнення мети та цінності цієї мети. Модель включає три компоненти: очікування, інструментальність та валентність.	Акцент на раціональності та передбачуваності мотивації, базується на індивідуальних очікуваннях і цінностях.
Теорія самовизначення Десі та Райана[10]	Підкреслює важливість внутрішньої мотивації та автономії. Включає три базові потреби: автономія, компетентність і взаємозв'язок.	Акцент на внутрішній мотивації та психологічних потребах для досягнення задоволення та ефективності.
Теорія справедливості Адамса[7]	Люди мотивовані підтримувати справедливість у взаємодіях з іншими. Оцінюють свою віддачу та винагороду, порівнюючи з іншими.	Фокус на порівняльній оцінці відносин між зусиллями і винагородами та справедливості цих відносин

На нашу думку, мотивація лідерства охоплює комплекс внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на поведінку та рішення лідерів. Вона включає задоволення базових потреб, стимулювання через мотиватори, врахування індивідуальних очікувань та цінностей, створення умов для внутрішньої мотивації та підтримання соціальної справедливості. Розуміння цих аспектів допомагає формувати ефективні стратегії із застосуванням процесного підходу в управлінні та підвищувати результативність лідерів в організаційному контексті, сприяє опануванню гібридних навичок.

Лідерство у сфері енергетичної безпеки підприємства включає здатність керівника ефективно управляти енергетичними ресурсами підприємства, забезпечуючи стабільність та ефективність їх використання. Це передбачає кілька ключових складових, що ґрунтуються на гібридних навчаннях, здатностях генерувати інтелектуальний капітал та контекстно його використовувати. Лідери повинні розробляти довгострокові плани, спрямовані на забезпечення енергетичної безпеки, керувати розробкою та реалізацією енергетичних стратегій на підставі використання відновлюваних джерел енергії; впро-

вадження сонячних, вітрових та інших відновлюваних джерел енергії для зниження залежності від традиційних енергоресурсів; енергозберігаючі технології та можливість отримання через їх комбінацію синергічний ефект.

Постійна актуалізація потреби інвестування в сучасні енергозберігаючі технології, які дозволяють знизити енергоспоживання та підвищити ефективність використання енергії, сприяє як оптимізуванню собівартості товарів і послуг, так і забезпеченню безперервного функціонування підприємства, спираючись на мотивацію відповідного персоналу та лідерства в цілому. «В контексті спільного і різного між лідерами і керівниками підприємства слід додати, що керівник офіційно представляє фінансово-економічні, кадрово-компетентні, інноваційно-інвестиційні, майнові, ринкові інтереси, а лідер діє здебільшого контекстно, тобто здебільшого ситуаційно. В правовому полі також значно відрізняються права та обов'язки керівника, які закріплені в законному порядку (юридично) та наділений встановленою системою санкцій, які закріплені в нормативно-правовому забезпеченні діяльності підприємства» [2].

Використання процесного підходу в управлінні керівниками-лідерами сприяє впровадженню нових технологій через відкритість інноваційності реалізації функцій, які можуть підвищити енергоефективність та знизити витрати на енергію. Це включає: впровадження новітніх технологій – використання передових рішень, таких як інтернет речей (IoT), великі дані та штучний інтелект для оптимізації енергетичних процесів; постійне навчання та розвиток - забезпечення навчання персоналу для роботи з новітніми технологіями та розвиток культури постійного вдосконалення. Також «цифровізація суспільного розвитку істотно вплинула на процеси управління економічними системами..., яке передбачає можливість зміни стратегій розвитку підприємства з урахуванням впливу зовнішнього середовища на основі постійного моніторингу та аналітичної обробки інформації, дослідження досвіду інших підприємств та впровадження нових методів і технологій для

прийняття управлінських рішень» [8, с. 3122].

Україна стикається з серйозними проблемами в управлінні відходами та забезпечення енергоефективності. Недостатня кількість сучасних полігонів для зберігання твердих побутових відходів, а також відсутність ефективної системи їх переробки призводить до накопичення сміття і забруднення навколишнього середовища. Сміттєзвалища часто не відповідають екологічним стандартам і становлять небезпеку для ґрунтових вод і повітря потребують в формуванні заходів, які через поєднання дієвих інструментів дозволять отримати синергічний ефект також завдяки відновлюваним джерелам енергії.

Через військові дії та економічні труднощі Україна зіткнулася з енергетичною кризою, що змусило країну збільшити використання вихлопних видів палива, таких як вугілля та нафта. Це призводить до підвищення рівня забруднення повітря та викидів парникових газів, що посилює проблему зміни клімату. Також проблема підтримання екологічної безпеки через діяльність підприємств стоїть дуже гостро, оскільки Україна стикнулася з низкою значних викликів в сфері екологічної безпеки останніх років. Ці перепони мають широкий спектр впливу на навколишнє середовище, здоров'я населення та економічний розвиток країни на підставі створення умов підтримання енергетичної безпеки підприємств та їхнього стійкого функціонування.

Руйнування промислових об'єктів, електростанцій, хімічних заводів та нафтохранищ призвело ще й до масштабного забруднення повітря, води та ґрунтів. Зокрема, обстріли та бомбардування спричинили викиди токсичних речовин, що створює серйозну загрозу для здоров'я населення і навколишнього середовища. З метою візуального представлення змін ключових макроекономічних показників енергетичної безпеки підприємств в Україні за період з 2020 по 2023 рік. Це дозволяє наочно продемонструвати динаміку таких важливих аспектів, як загальне кінцеве споживання енергії, залежність від імпорту енергоресурсів, енергетична інтенсивність та частка відновлюваних джерел енергії. Використання графіка дає

змогу краще зрозуміти вплив різних факторів, зокрема війни та міжнародної допомоги, на енергетичну безпеку країни. На рис. 1 графік показує зміни ключових макроекономічних показників енергетичної безпеки підприємств в Україні у відсотках до попе-

реднього року за період з 2020 по 2023 рік. Ці показники включають загальне кінцеве споживання енергії, залежність від імпорту енергоресурсів, енергетичну інтенсивність та частку відновлюваних джерел енергії.

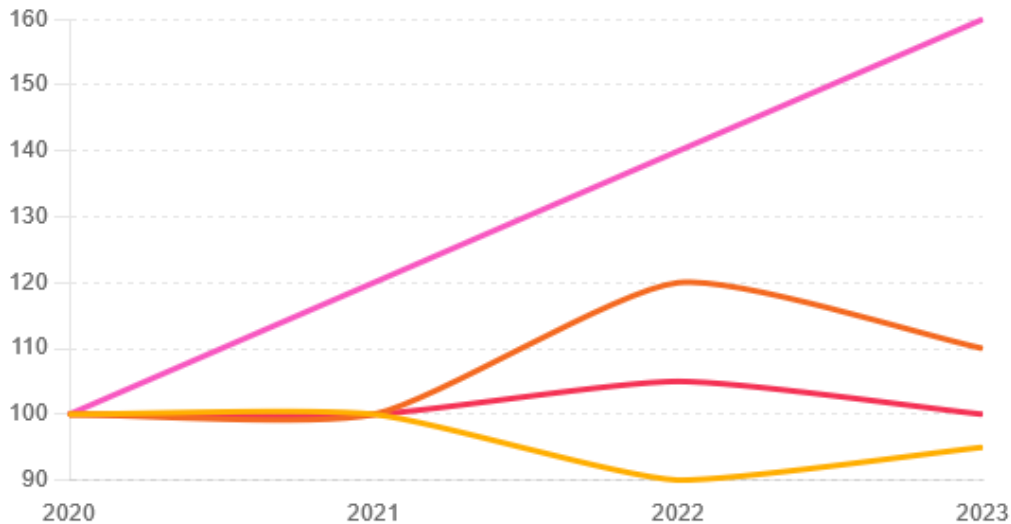


Рис. 1. Порівняння макроекономічних показників енергетичної безпеки підприємств в Україні (2020–2023) [13, 15, 16, 17]

Примітка: Загальне кінцеве споживання енергії (%), залежність від імпорту енергоресурсів (%), енергетична інтенсивність (%), частка відновлюваних джерел енергії (%)

Графік ілюструє, як основні показники енергетичної безпеки України змінювалися протягом 2020–2023 років. Незважаючи на значні виклики, зокрема через війну, Україна змогла відновлювати свою енергетичну інфраструктуру та збільшувати частку відновлюваних джерел енергії. Це відображає стійкість країни та її здатність адаптуватися до складних умов. В цьому контексті мотивація лідерства є одним з ключових факторів досягнення результатів.

Енергетична безпека як основа ритмічного функціонування будь-якого підприємства, оскільки вона визначає його здатність забезпечити безперебійне енергопостачання для виконання всіх операцій в процесному підході. Це питання набуває особливої актуальності в умовах сучасних викликів, таких як зростання енергетичних потреб, зниження доступності традиційних енергоресурсів, економічна нестабільність і зміни клімату. Енергетична безпека включає в себе управління ризиками, пов'язаними з перебоями в постачанні енергії, та оптимізацію використання енергоресурсів через застосування

процесного підходу в управлінні. Підприємства, які успішно забезпечують енергетичну безпеку із застосуванням гібридних навичок та використання інтелектуального капіталу, можуть знижувати операційні витрати, підвищувати свою конкурентоспроможність та забезпечувати стабільне функціонування навіть в умовах кризи.

Лідери підприємств відіграють ключову роль у забезпеченні енергетичної безпеки, оскільки їх рішення та дії визначають напрямок розвитку компанії в цій сфері. Вони відповідають за розробку стратегій на підставі бізнес-процесів в управлінні, які дозволяють органічно інтегрувати енергетичні питання у загальну стратегію підприємства. Це включає планування довгострокових заходів з підвищення енергоефективності, впровадження систем енергоменеджменту та забезпечення відповідності енергетичних процесів вимогам безпеки і сталого розвитку мотивація лідерства.

Ініціювання інновацій є ще одним важливим аспектом ролі лідера. Впровадження нових технологій та методів використання

інтелектуального капіталу може значно підвищити енергоефективність підприємства та знизити залежність від зовнішніх енергетичних постачальників. Лідери, які активно підтримують інновації, сприяють розвитку підприємства та його здатності адаптуватися до змін на ринку. До того ж «формування та реалізація дієвого механізму управління холістичним розвитком підприємства з урахуванням процесів інтелектуалізації дає йому можливість досягти гідного рівня конкурентоспроможності на всіх ринках та використати доступні переваги сучасних інформаційних технологій» [3].

Навчання та розвиток персоналу також є критично важливими для забезпечення енергетичної безпеки. Лідери повинні створювати культуру усвідомлення енергетичних проблем серед співробітників, сприяти їх постійному навчанню та підвищенню кваліфікації у сфері енергетичних технологій. Це допомагає формувати команду, яка здатна ефективно використовувати енергетичні ресурси та впроваджувати нові рішення. При мотивації досягнення цілей підприємства використовуються як фінансові, так і нефінансові стимули для підвищення взаємодії учасників бізнес-процесів та лідерів колективів працівників.

Фінансові стимули включають бонуси та премії за досягнення конкретних цілей в області енергоефективності. Це може бути ефективним засобом стимулювання лідерів до впровадження заходів, що знижують енергоспоживання та підвищують ефективність використання енергоресурсів. Крім того, інвестиції в розвиток, зокрема фінансування проектів, які сприяють підвищенню енергоефективності, також можуть стимулювати лідерів до активних дій у цій сфері.

Визнання та нагороди за досягнення у забезпеченні енергетичної безпеки можуть мати значний вплив на мотивацію лідерів. Публічне визнання досягнень створює позитивний імідж лідера та підвищує його авторитет серед співробітників і партнерів. Професійний розвиток також є важливим аспектом мотивації. Можливості для навчання та підвищення кваліфікації у сфері енергетичних технологій сприяють формуванню компетентних та мотивованих лідерів, здатних

ефективно керувати енергетичними ресурсами підприємства.

Висновки. Енергетична безпека є надзвичайно важливою для стабільного функціонування підприємств, особливо в умовах сучасних викликів, таких як обмежені ресурси, зростаючі вимоги до енергоефективності та глобальна економічна й політична нестабільність. Лідерство у сфері енергетичної безпеки передбачає ефективне управління енергетичними ресурсами, розробку та впровадження довгострокових стратегій, які включають використання відновлюваних джерел енергії та інноваційних технологій.

Мотивація лідерів через успішне впровадження стратегій енергетичної безпеки, охоплює внутрішні та зовнішні фактори, що спонукають лідерів до прийняття рішень, спрямованих на досягнення організаційних цілей також через використання інтелектуального капіталу. Розуміння різних теорій мотивації, таких як теорія потреб Маслоу, теорія двох факторів Герцберга, теорія очікувань Врума, теорія самовизначення Десі та Райана, а також теорія справедливості Адамса, допомагає керівникам ефективніше управляти своїми командами та підвищувати їхню мотивацію.

Використання фінансових і нефінансових стимулів дозволяє реалізовувати перспективні заходи з мотивації лідерів. Фінансові стимули, такі як бонуси та премії за досягнення цілей у сфері енергоефективності, сприяють залученню лідерів до енергетичних проектів. Нефінансові стимули, включаючи визнання досягнень та можливості для навчання, підвищують мотивацію та професійний розвиток лідерів.

Україна стикається з численними викликами у сфері екологічної безпеки, зокрема військовими діями, проблемами з управлінням відходами, забрудненням водних ресурсів та лісовими пожежами. Відсутність належного екологічного законодавства та контролю ускладнює вирішення цих проблем. Для досягнення значного прогресу у забезпеченні екологічної безпеки потрібен комплексний підхід та фінансово-економічна міжнародна підтримка.

Таким чином, мотивація лідерства як вирішальний фактор у досягненні енергетичної та екологічної безпеки підприємств

сприяє впровадженню стратегічних підходів з використання інтелектуального капіталу, впровадженню бізнес-процесів в управлінні та отримання синергічного ефекту. А ефективне лідерство, підкріплене розумінням мотиваційних теорій та використанням відповідних стимулів, може забезпечити стабільне енергопостачання, підвищення енергоефективності та стійкість підприємств до сучасних викликів.

Література

1. Аналіз сталого розвитку – глобальний і регіональний контексти: [монографія]. Наук. кер. проекту М.З. Згуровський; Міжнар. рада з науки (ICSU), Світ. центр даних з геоінформатики та сталого розв., Ін-т приклад. систем аналізу НАН України і МОН України. К.: НТУУ «КПІ», 2010 .Ч. 1 : Глобальний аналіз якості та безпеки життя людей. Відп. ред. В.Я. Шевчук ; виконавці: А.О. Болдак та ін.. 2010. 252 с.
2. Ареф'єв С. Генеза розвитку лідерства в управлінні економічними інтересами підприємства. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія «Економіка»*. 2020. Випуск 9(18).
3. Ареф'єва О.В., Полоус О.В. Соціально-економічні умови інтелектуалізації управління holisticним розвитком підприємства. *Збірник наукових праць Національного університету кораблебудування ім. Макарова*. 2019. №2(476). С. 29-36. DOI: [https://doi.org/10.15589/znp2019.2\(476\).5](https://doi.org/10.15589/znp2019.2(476).5)
4. Губський Б.В. Економічна безпека України: методологія виміру, стан і стратегія забезпечення: моногр. Київ: Укрархбудінформ, 2001. 122 с.
5. Мушнікова С.А. Прийнятний рівень загроз і ризиків безпеки розвитку підприємств як вихідний параметр визначення біфуркаційних станів. *Бізнес-Інформ*. 2020. №1. С. 230-236. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-1-230-236>
6. Національний інститут стратегічних досліджень. (2021). Енергетична безпека України: перспективна модель управління ризиками. URL: niss.gov.ua
7. Adams, J. S. Inequity in social exchange. *Advances in experimental social psychology*. 1965. № 2. С.267-299.
8. Arefiev S., Lagodiienko V., Tkachev V., Stavroiani S., Shevchenko O. Marketing and logistics in the adaptive management of enterprises in the conditions of digitalization. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. 2023. Vol. 101. № 8. P. 3121-3132. <http://www.jatit.org/volumes/Vol101No8/26Vol101No8.pdf>
9. Arefieva O., Polous O., Arefiev V., Kopcha Y., Gupta Sandeep Kumar. Intellectualization Of Human Capital Development In Digital Economics. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 2020. Vol. 29, №. 8s, Pp. 2297-2303. <http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/issue/view/278>
10. Deci E. L., Ryan R. M. The 'What' and 'Why' of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. *Psychological Inquiry*, 2000. 11(4), Pp. 227-268.
11. European-Ukrainian Energy Agency (EUEA). EUEA review of the Energy Security Strategy of Ukraine. Retrieved from EUEA.
12. Herzberg F. Work and the Nature of Man. Cleveland, World Publishing Company, 1966. 203 p.
13. Foreign Policy Research Institute (FPRI). Synchronized: The Impact of the War on Ukraine's Energy Landscape. Retrieved from FPRI.
14. International Energy Agency (IEA). Ukraine Energy Profile – Analysis. Retrieved from IEA.
15. International Monetary Fund (IMF). Ukraine: Request for Stand-By Arrangement-Press Release; Staff Report; and Statement by the Executive Director for Ukraine. Retrieved from IMF.
16. Korytko T., Bryl I., Piletska S., Arefiev S., Arefieva O. Strategy of innovative development of an enterprise on the basis of evaluation of its intellectual capital. *Scientific Bulletin of National Mining University*. 2021, № 3, p. 134-141. 8p. <http://nvngu.in.ua/index.php/en/archive/on-the-issues/1866-2021/content-3-2021/5886-134>
17. Kuzior, A.; Arefiev, S., Poberezhna, Z. (2023). Informatization of innovative technologies for ensuring macroeconomic trends in the conditions of a circular econ and Complexity, 9 (1), 10-20.
18. Lepeyko T., Chernoiivanova H., Pererva I., Poberezhna Z., Zabashtanska T. The Role of the Mechanism of Attracting Investment Resources in the Innovative Development of Enterprises in the Context of the Digital Economy Development. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*, Vol.21 №.11, 2021. P. 223-229.
19. Maslow, A.H. A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*. 1943. Vol. 50. № 4. P. 370-396.
20. Nasir M., Shafique M., & Yu H. The Effects of Transformational Leadership, Organizational Innovation, Work Stressors and Creativity on Employee Performance in SMEs. *Frontiers in Business Studie*. 2020.
21. Tengli L., Savovic S. & Wood M.. The Concept of Transformational Leadership and Its Organizational Effects. *Frontiers in Public Universities in Saudi Arabia*. 2017.
22. Vroom V.H. Work and Motivation. New York: Wiley. 1964. P. 289-315.

References

1. Shevchuk, V.Ya. (Ed.). (2010). Analiz staloho rozvytku – hlobalnyi i rehionalnyi konteksty. M.Z. Zghurovskiy (Science leader). Mizhnarodna Rada z nauky (ICSU), Svitovyi tsentr danykh z heoinformatyky ta staloho rozvytku, Instytut prykladnykh system. analizu NAN Ukrainy i MON Ukrainy. Kyiv: NTUU «KPI», 2010 .Ч. 1: Hlobalnyi analiz yakosti ta bezpeky zhyttia liudei.
2. Arefiev, S. (2020). Heneza rozvytku liderstva v upravlinni ekonomichnyimi interesami pidpriemstva. Adaptivne upravlinnia: teoriia i praktyka, Ser. «Ekononika», Issue 9(18).

[https://doi.org/10.33296/2707-0654-9\(18\)-01](https://doi.org/10.33296/2707-0654-9(18)-01)

3. Arefieva, O.V., & Polous, O.V. (2019). Sotsialno-ekonomichni umovy intelektualizatsii upravlinnia kholistychnym rozvytkom pidpriemstva. Zbirnyk naukovykh prats Natsionalnoho universytetu korablebuduvannia im. Makarova, 2(476), 29-36. DOI: [https://doi.org/10.15589/znp2019.2\(476\).5](https://doi.org/10.15589/znp2019.2(476).5)
4. Hubsnyi, B.V. (2001). Ekonomichna bezpeka Ukrainy: metodolohiia vymiru, stan i stratehiia zabezpechennia: mo-nohr. Kyiv: Ukrarkhbudinform.
5. Mushnykova, S.A. (2020). Pryiniatnyi riven zahroz i ryzykiv bezpeky rozvytku pidpriemstv yak vykhidnyi parametr vyznachennia bifurkatsiinykh staniv. *Biznes-Inform*, (1), 230-236. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-1-230-236>
6. Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzen. (2021). Enerhetychna bezpeka Ukrainy: perspektyvna model upravlinnia ryzykamy. Retrieved from niss.gov.ua
7. Adams, J. S. Inequity in social exchange. *Advances in experimental social psychology*. 1965. № 2. C.267-299. [https://doi.org/10.1016/s0065-2601\(08\)60108-2](https://doi.org/10.1016/s0065-2601(08)60108-2)
8. Arefiev, S., Lagodiienko, V., Tkachev, V., Stavroiani, S., & Shevchenko, O. (2023). Marketing and logistics in the adaptive management of enterprises in the conditions of digitalization. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. Vol. 101. №8. P. 3121-3132. <http://www.jatit.org/volumes/Vol101No8/26Vol101No8.pdf>
9. Arefieva, O., Polous, O., Arefiev, V., Kopcha, Y., & Gupta, Sandeep Kumar. (2020). Intellectualization Of Human Capital Development In Digital Economics. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 2020. Vol. 29, №. 8s, Pp. 2297-2303. <http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/issue/view/278>
10. Deci, E.L., & Ryan, R.M. (2000). The 'What' and 'Why' of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), Pp. 227-268.
11. European-Ukrainian Energy Agency (EUEA). EUEA review of the Energy Security Strategy of Ukraine. Retrieved from [EUEA](http://euea.europa.eu).
12. Herzberg F. *Work and the Nature of Man*. Cleveland, World Publishing Company, 1966. 203 p.
13. Foreign Policy Research Institute (FPRI). *Synchronized: The Impact of the War on Ukraine's Energy Landscape*. Retrieved from FPRI
14. International Energy Agency (IEA). *Ukraine Energy Profile – Analysis*. Retrieved from IEA.
15. International Monetary Fund (IMF). *Ukraine: Request for Stand-By Arrangement-Press Release; Staff Report; and Statement by the Executive Director for Ukraine*. Retrieved from IMF.
16. Korytko, T., Bryl, I., Piletska, S., Arefiev, S., Arefieva, O. (2021). Strategy of innovative development of an enterprise on the basis of evaluation of its intellectual capital. *Scientific Bulletin of National Mining University*, (3), 134-141. 8p. <http://nvngu.in.ua/index.php/en/archive/on-the-issues/1866-2021/content-3-2021/5886-134> <https://doi.org/10.33271/nvngu/2021-3/134>
17. Kuzior, A.; Arefiev, S., & Poberezhna, Z. (2023). Informatization of innovative technologies for ensuring macroeconomic trends in the conditions of a circular econ and Complexity, 9(1), 10-20. <http://dx.doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.01.001>
18. Lepeyko, T., Chernoiivanova, H., Pererva, I., Poberezhna, Z., & Zabashtanska, T. (2021). The Role of the Mechanism of Attracting Investment Resources in the Innovative Development of Enterprises in the Context of the Digital Economy Development. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*, Vol.21 №.11, 2021. P. 223-229. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.11.31>
19. Maslow, A.H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, Vol. 50, (4), 370-396.
20. Nasir, M., Shafique, M., & Yu, H. (2020). The Effects of Transformational Leadership, Organizational Innovation, Work Stressors and Creativity on Employee Performance in SMEs. *Frontiers in Business Studie*.
21. Tengi, L., Savovic, S. & Wood, M. (2017). The Concept of Transformational Leadership and Its Organizational Effects. *Frontiers in Public Universities in Saudi Arabia*.
22. Vroom, V.H. (1964). *Work and Motivation*. New York: Wiley. Pp. 289-315.

LEADERSHIP MOTIVATION IN ENSURING ENERGY SECURITY OF ENTERPRISES THROUGH INTELLECTUALIZATION OF THE PROCESS APPROACH IN MANAGEMENT

S. O. Arefiev, D.E., Professor, Hochschule Rhein Main, Wiesbaden, Germany,

O. V. Arefieva, D.E., Professor, National Aviation University,

K. V. Antonenko, Ph. D (Econ.), Associate Professor, National Aviation University,

V. I. Slastianykova, Student, Ukrainian Engineering Pedagogics Academy

Methods. The study was conducted on the basis of the use of methods of analysis and synthesis, which were used to identify the components of energy security of enterprises; factor analysis – when establishing internal and external factors of the formation of motivation of leaders in the implementation of the energy saving strategy of their enterprises; comparison – when highlighting the specifics of classical theories of motivation.

Results. The article examines the role of leadership motivation in achieving energy security of enterprises. Classical concepts of motivation are considered, in particular: Maslow's hierarchy of needs, Herzberg's two-factor theory, Vroom's expectancy theory, Deci and Ryan's self-determination theory, and Adams' equity theory. Their comparison was made and specific features were established. The internal and external factors that stimulate leaders to make decisions aimed at achieving organizational goals based on the implementation of a process approach are singled out. Personal ambitions and aspirations of the leader, as well as social and organizational conditions that determine his behavior, are identified as the main factors.

The importance of transformational leadership in ensuring the energy security of enterprises is emphasized. It is determined that it stimulates creativity and innovation, which are key factors for increasing energy efficiency and stability of energy systems.

Novelty. It has been proven that leadership in the field of energy security of the enterprise includes the ability of the manager to effectively manage the company's energy resources, ensuring the stability and efficiency of their use. This involves the development and implementation of energy strategies, risk management, the implementation of innovations and constant training and development of personnel. It has been established that the motivation of leaders is an important component of the successful implementation of energy security strategies.

Practical value. This study will be useful for enterprises seeking to improve the efficiency of their resource management in order to ensure energy security.

Keywords: energy security, leadership, energy efficiency, renewable energy sources, environmental security, economic motivation, process approach in management, synergistic effect, use of intellectual capital, hybrid skills.

Надійшла до редакції 31.05.24 р.

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

С. М. Шепеленко, докторант, Українська інженерно-педагогічна академія, svitlana7388@gmail.com, orcid.org: 0009-0006-3952-2035

Методологія дослідження. Стаття базується на використанні таких методів дослідження, як: наукова абстракція – при визначенні сутності поняття «соціальна політика підприємства»; системного аналізу в частині застосування декомпозиції елементів – при виокремленні складових побудови соціальної політики на підприємстві; загального й особливо – при встановленні співвідношення між соціальною політикою держави і соціальною політикою підприємства; статистичні методи – при аналізі надходжень за схемами соціального захисту населення в Україні за період 2018–2022 рр.

Результати. Проведено аналіз теоретико-методологічних підходів до визначення поняття «соціальна політика підприємства» та запропоновано авторське бачення його сутності. Ідентифіковано рівні реалізації соціальної політики за економічними суб'єктами та виокремлено її функції на кожному із рівнів. Розглянуто структуру соціальної політики на підприємстві та виокремлено такі її напрямки як: політика зайнятості, політика доходів, політика співпраці роботодавців і профспілок, політика соціального забезпечення та соціального захисту, політика підвищення якості працівників, трудового життя тощо. Встановлено взаємозалежність між соціальною політикою держави і соціальною політикою підприємства, продемонстровано її зв'язок із соціально-економічними показниками розвитку бізнесу та доведено, що вона є підґрунтям до активної політики розвитку інтелектуального потенціалу підприємства. Проведено аналіз фінансових надходжень за схемами соціального захисту населення в Україні за період 2018–2022 рр та детальний аналіз видів надходжень, які формують основу для забезпечення соціального захисту населення за 2022 р.

Новизна. Надано авторське визначення поняття «соціальна політика підприємства», а саме: представлено її як управління процесом надання соціальних послуг та створення відповідних умов працівникам підприємств та їх сім'ям, мотивуючи та підвищуючи ефективність їх інноваційно-креативних здібностей, з метою формування адаптивно-прогресивного розвитку суб'єктів господарювання та держави. Запропоновано модель формування соціальної політики як основи розвитку інтелектуального потенціалу на підприємстві.

Практична значущість. За даними проведеного аналізу визначено, що соціальна політика вітчизняного підприємства є частиною соціальної політики держави, а отже перебуває у тісній взаємозалежності з напрямками її реалізації на національному рівні функціонування економіки. Саме тому увага менеджменту підприємств до діяльності держави у соціальній сфері, про що мова йде у даній статті, може сприяти формуванню більш реальних соціальних орієнтирів бізнесу.

Ключові слова: підприємства, тенденції розвитку, соціальна політика, держава, невизначеність, розвиток інтелектуального потенціалу підприємства.

Постановка проблеми. Сьогодні вітчизняні підприємства працюють в умовах великої невизначеності та динамізму зовнішнього середовища, гострої конкуренції та кризових явищ, як в економічній, так і

екологічній сферах. Розвиток української економіки, її інтеграція в європейське співтовариство та ринок, сильна конкуренція на світовому ринку та сучасні екологічні умови спонукають вітчизняні підприємства шукати

нові шляхи розвитку та напрямки. Нова система цінностей суспільства повинна змінити цільові установки розвитку підприємства. Пріоритетним стає соціально-екологічний аспект, який, водночас, потребує переорієнтації підходу до вибору критеріїв розвитку та оцінки ефективного економічного зростання. Ця зміна пріоритетів вимагає дослідження розвитку підприємства як соціальної системи.

Підвищення важливості соціальної політики вітчизняні підприємства впливає на якість життя співробітників підприємства, а також споживачів. Узгодження інтересів суспільства, роботодавців і працівників є складним і багатовимірним процесом, який включає економічні та соціальні процеси вітчизняних підприємств та зовнішнього середовища, яке має реально використовувати можливості соціальної політики та постійного вдосконалення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми функціонування соціальної сфери суспільства завжди перебували у центрі уваги як зарубіжних, так і українських дослідників. Ця сфера є багатоаспектною і відображає взаємодію держави, бізнесу і суспільства у досягненні соціально значимих цілей [1, 3, 4, 5, 7, 10, 17, 18]. Окремим аспектом досліджень в сучасних умовах є питання соціальної політики підприємств, що знайшло своє відображення в роботах присвятили праці такі науковці як: А. Бабенко та А. Холодна [19], Л. Ярова [19], А. Лобза [20], М. Мних [9], В. Прохорова [15], В. Чобіток [12, 13] та інші.

Науковці в своїх працях аналізували проблематику розвитку соціальної політики в Україні, розглянули основні тенденції та перспективи цього явища. Але, у зв'язку з глобальними змінами, доцільно актуалізувати та додатково сформувані підґрунтя для ефективної соціальної політики на вітчизняних підприємствах в умовах невизначеності. Ця проблема стає ще більш актуальною з огляду на те, що основний ресурс будь-якого підприємства є співробітники, і ефективність їх роботи залежить від спрямованості соціальної політики підприємства.

Формулювання мети статті. Метою даної статті є формування ефективної соці-

альної політики на вітчизняних підприємствах в умовах невизначеності.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах репутація вітчизняного підприємства залежить не тільки від комерційного успіху та якості продукції, а й від її активності у вирішенні проблем інноваційно-креативного напрямку. З цієї причини вітчизняні підприємства все частіше звертаються до поняття «корпоративне громадянство», відповідно підприємство, як «громадянин» певної території, повинно сплачувати податки, встановлені згідно з нормами законодавства, відповідно до законодавства про працю та охороняти навколишнє середовище. Так само підприємство повинно взяти на себе додаткові обов'язки, розвиваючи соціальну інфраструктуру регіону, реалізуючи проекти та місцеве управління тощо [1].

Тому соціальна політика підприємства формується під впливом внутрішнього і зовнішнього середовища. У внутрішньому середовищі виділяється соціальна організація трудової діяльності людей та їх груп, а в зовнішньому середовищі, насамперед, задоволення суспільних потреб у тих чи інших товарах і послугах, взаємодія з місцевими та регіональними громадами з питань інфраструктури соціального розвитку; участь у реалізації соціальних програм тощо. Водночас виникає протиріччя між рівнем впливу підприємства та (місцевим) розвитком території: чим більше підприємство інвестує в соціальну політику регіону, тим менше коштів направляє на внутрішній соціальний розвиток. У рамках цієї проблеми постає питання про тип і обсяг соціальної відповідальності, яку повинно нести підприємство, особливо у зовнішньому середовищі.

Аналізуючи мотивацію та функції вітчизняних підприємств, які пропонують добровільні соціальні послуги, можна знайти кілька точок зору. З одного боку, вважається, що традиції, успадковані від планової економіки, спонукають керівників до соціального захисту працівників своїх підприємств. У той час, зіштовхнувшись із забезпеченням достатньої кількості матеріалів і соціальних благ для всього населення країни, керівники намагалися забезпечити пра-

цівникам необхідний рівень соціального захисту за рахунок підприємства [2].

Соціальна політика як система заходів і підходів, пов'язана з вирішенням проблем підвищення добробуту населення, підвищення духовного і фізичного розвитку та захисту соціально незахищених верств населення.

Складовими соціальної політики є політика доходів, соціальний захист громадян,

молодіжна політика, розвиток системи охорони здоров'я, освіти, культури, забезпечення товарами, послугами та умови проживання. Загальним показником соціальної політики є рівень задоволення матеріальних і духовних потреб людини [4].

В основі поняття «соціальна політика» лежить багато думок зарубіжних і вітчизняних вчених. Аналіз визначень поняття «соціальна політика» наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Аналіз визначень поняття «соціальна політика»

Автор	Визначення
Дж. Стюарт	Сфера державної діяльності, відповідальна за створення системи соціального захисту та надання такого захисту, що включає соціальні послуги та виплати
В. Афанасьєв	Соціальна політика проявляється через забезпечення матеріального добробуту народу, підвищення культури, громадської свідомості та активності, поглиблення демократії та прогресивний розвиток соціальної структури суспільства
О. Яременко	Соціальна політика в вузькому розумінні – «діяльність суб'єктів соціальної політики, спрямована на захист груп населення, неспроможних до самозахисту та самозабезпечення, організація соціальних служб»
А. Колот	Соціальна політика не може бути ефективною, якщо спрямована виключно на соціально незахищені верстви населення, що, звісно, потребує уваги держави та суспільства в цілому. Умови, необхідні для підтримки соціально вразливих безробітних верств населення, створюються суб'єктами суспільного виробництва, і вони можуть і повинні бути об'єктом заходів соціальної підтримки та розвитку.
У. Моторнюк	Ключовий чинник соціальної держави у вузькому та широкому розумінні. У вузькому розумінні соціальна політика – це цілеспрямована діяльність суб'єктів з метою забезпечення соціального захисту і створення умов для формування безпечного соціального середовища людини. Іншими словами – це діяльність суб'єктів соціально-політичного життя, спрямована на формування соціальної безпеки людини й суспільства. У широкому розумінні соціальна політика – це система цілеспрямованої діяльності суб'єктів, що сформувалися у суспільстві на певному етапі його розвитку і здійснюється на основі певних принципів і засад з метою забезпечення оптимального функціонування й розвитку соціальних відносин
М. Мних	Підсистема політики держави, спрямована на регулювання соціальних відносин, соціальний розвиток та забезпечення соціальної перспективи
П. Шевчук	Постає як багатовимірна система програм, служб і заходів (управлінських, регулятивних та саморегулятивних), спрямованих у соціальну сферу. Вона охоплює різноманітні напрями суспільного буття
Вікіпедія	План чи дія урядових чи інституційних установ, спрямованих на вдосконалення або реформування суспільства
Політологічний енциклопедичний словник	Діяльність держави по збалансованому розвитку суспільства, забезпеченню стабільності державного правління й соціального захисту населення

Проаналізувавши визначення поняття «соціальна політика» запропоноване авторське бачення даного визначення – це управління процесом надання соціальних послуг та створення відповідних умов працівникам підприємств та їх сім'ям, мотивуючи та підвищуючи ефективність їх інноваційно-

креативних здібностей, з метою формування адаптивно-прогресивного розвитку суб'єктів господарювання та держави.

Одним із найважливіших питань у розробці ефективної соціальної політики є вдосконалення механізму соціальних видатків вітчизняного підприємства. Через неста-

більшу фінансову ситуацію більшість підприємств не в змозі підтримувати соціальні рамки [3, 5]. Крім того, заробітна плата на багатьох підприємствах перестала виконувати свої функції, не забезпечує відтворення робочої сили та не керує споживчим попитом. Водночас низька заробітна плата не дає конкурентної переваги на міжнародному ринку. Витрати на оплату праці та соціальні відрахування мають мінімальну частку в загальних витратах підприємства. Крім того, негативно впливає на працівників зруйнована в ході реформування економічного ринку соціальна інфраструктура, а також відсутність належних інституцій і соціального за-

хисту населення, придатних для економіки та елементів ринкових відносин. Безперечно, заробітна плата є основною частиною вирішення соціальних проблем, але існують й інші більш ефективні підходи до соціального захисту працівників. Тому збільшення соціальних видатків може бути більш вигідним способом мотивації працівників, ніж підвищення заробітної плати.

За даними Державної служби статистики України проведено аналіз надходжень за схемами соціального захисту населення в Україні за період 2018–2022 рр., результати якого наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Аналіз надходжень за схемами соціального захисту населення в Україні за період 2018–2022 рр.*

Рік	Сума, тис. грн.	Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відносне відхилення, %	Δ
2018	571 598 286,8	-	-	-
2019	641 466 881,3	69 868 594,5	112,22	↑ на 12,22%
2020	689 858 955,4	48 392 074,1	107,54	↑ на 7,54%
2021	750 550 117,8	60 691 162,4	108,8	↑ на 8,80%
2022	856 154 845,3	105 604 727,5	114,07	↑ на 14,07%

*Розраховано за даними Державної служби статистики України [6]

Результати аналізу свідчать, що надходження за схемами соціального захисту населення в Україні за період 2018–2022 рр. мали тенденцію до збільшення. У 2019 р. в порівнянні з 2018 р. надходження збільшилися на 69868594,5 тис. грн., що складає

112,22%, у 2020 р. в порівнянні з 2019 р. – на 48392074,1 тис. грн. (107,54 %), у 2021 р. в порівнянні з 2020 р. – на 60691162,4 тис. грн. (108,8 %), а у 2022 р. в порівнянні з 2021 р. – на 105604727,5 тис. грн., (114,07%) (рис.1).

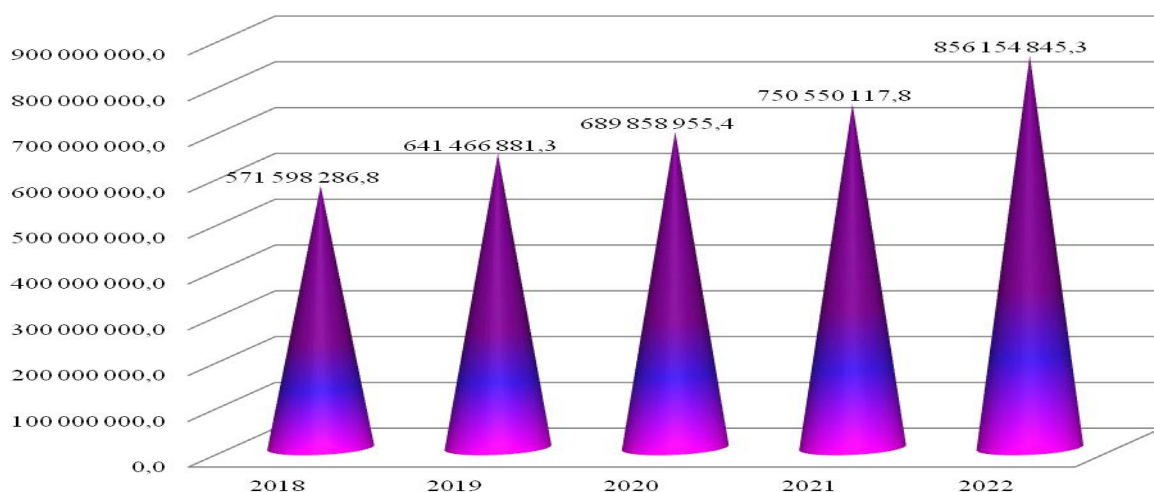


Рис. 1. Сума надходжень за схемами соціального захисту населення в Україні за період 2018–2022 рр.

Детальний аналіз видів надходжень, які формують основу для забезпечення соці-

ального захисту населення за 2022 р. представлено в табл. 3.

Таблиця 3

Надходження за схемами соціального захисту населення в Україні за 2022 р.*

Вид надходжень	Сума, тис. грн.	Структура, %
Державний бюджет	80 627 562,4	9,42
Соціальний захист військовослужбовців	69 785 699,6	8,15
Соціальний захист осіб, які постраждали внаслідок аварії на Чорнобильській АЕС	22 288 971,2	2,60
Соціальний захист працівників державного управління	17 683 983,6	2,07
Охорона здоров'я	137 690 898,6	16,08
Місцеві бюджети	42 264 930,1	4,94
Соціальний захист сімей	17 340 027,3	2,03
Компенсація житлових витрат	33 699 490,4	3,94
Соціальний захист пенсіонерів	380 279 896,5	44,42
Соціальний захист в разі тимчасової втрати працездатності	15 712 000,2	1,84
Соціальний захист в разі професійної хвороби або нещасного випадку на виробництві	16 326 159,1	1,91
Соціальний захист безробітних	17892735,9	2,09
Соціальні виплати роботодавців	4 562 490,3	0,53
Всього надходжень	856 154 845,3	100

*Розраховано за даними Державної служби статистики України [6]

За даними проведеного аналізу видів надходжень, які формують основу для забезпечення соціального захисту населення за 2022 р. можна стверджувати, що значна кількість надходжень направлено на соціальний захист пенсіонерів (44,42%) це під-

тверджує, що в Україні переважає тенденція нації старіння. 16,08% направлено на охорону здоров'я, 9,42% на державний бюджет та 8,15% на соціальний захист військовослужбовців (рис. 2).

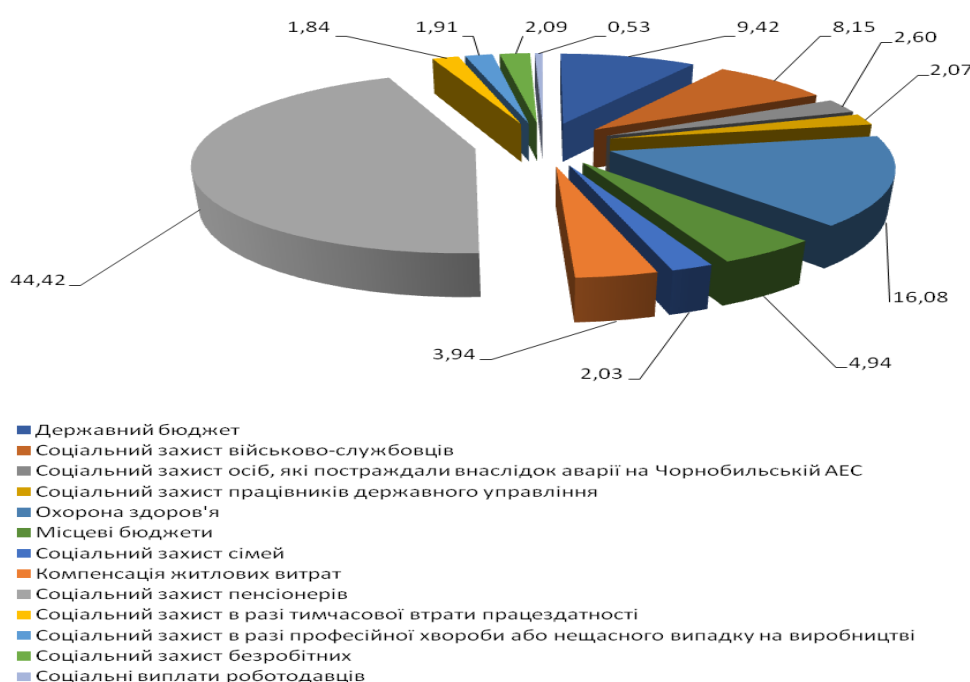


Рис. 2. Структура соціальних виплат в Україні за 2022 р.

Соціальні витрати, як окрема категорія, потребують чіткого визначення структури та класифікації цих витрат з урахуванням фінансових вимог, податків, управлінського обліку та міжнародного досвіду. Потенційна можливість задовольнити потреби цих різних соціальних груп залежить від обсягу та ефективності діяльності вітчизняного підприємства, в цілому: загального обсягу податків, внесків та інших обов'язкових

платежів; поточні витрати підприємства; розмір прибутку, який може бути використаний для задоволення суспільних та інших потреб. [7].

Щоб задовольнити потреби різних соціальних груп, підприємство має обрати ефективну форму та спосіб реалізації, оцінити вартість варіанту та визначити джерело фінансування (табл. 4).

Таблиця 4

Напрямки реалізації підприємством потреб різних соціальних груп та формування джерела їх фінансування**

Соціальні групи	Способи реалізації потреб	Джерела фінансування потреб
Власники підприємства	Сплата дивідендів. Нарахування та виплата відсотків за акціями.	Прибуток підприємства.
Персонал підприємства	Оплата праці. Надання пільг, пов'язаних з роботою на підприємстві. Створення умов для роботи та відпочинку.	Собівартість продукції (послуг). Прибуток підприємства.
Постачальники ресурсів	Своєчасна оплата матеріальних ресурсів. Сплата штрафів, пені або неустойки.	Собівартість продукції. Інші витрати звичайної діяльності. Прибуток підприємства.
Споживачі продукції (послуг)	Підвищення якості продукції (послуг). Зниження вартості продукції (послуг). Підвищення рівня обслуговування.	Собівартість продукції (послуг).
Суспільство	Сплата податків, зборів та інших обов'язкових платежів. Будівництво об'єктів соціально-культурного призначення. Благодійні внески. Створення нових робочих місць. Дотримання вимог екологічної безпеки виробництва та якості продукції (послуг).	Собівартість продукції (послуг). Прибуток підприємства. Інші витрати звичайної діяльності.

**Сформовано на основі використаних літературних джерел [1,2,3,7,10]

Причиною стримування соціального розвитку вітчизняного підприємства є посилення експлуатації праці через вплив глобалізації економіки та незрілість соціальної спрямованості в Україні. Вчені намагаються оцінити реальну ситуацію в розвинених країнах та перейняти успішний досвід її реалізації у вітчизняній економіці. Соціальна політика вітчизняного підприємства є частиною соціальної політики держави. Аналізуючи соціальну політику підприємства, необхідно звернути увагу на інструменти реалізації соціальної політики держави.

Це діяльність суб'єктів суспільно-політичного життя, яка спрямована на створення соціальної безпеки особистості та суспільства. У широкому розумінні соціальна політика – це система заходів, спрямованих на суб'єктів, що сформувалися в суспільстві на певному етапі розвитку та реалізуються

за певними принципами та засадами, для забезпечення оптимального функціонування та розвитку суспільства. Модель формування соціальної політики як основи розвитку інтелектуального потенціалу на підприємстві наведено на рис. 3.

Побудова соціальної політики на підприємстві здійснюється за кількома напрямками, найважливішими з яких є: політика зайнятості, політика доходів, політика співпраці роботодавців і профспілок, політика соціального забезпечення та соціального захисту, політика підвищення якості працівників, трудового життя тощо. Ця сфера тісно пов'язана, взаємозалежна і завершена з соціально-економічними показниками розвитку бізнесу та є підґрунтям до активної політики розвитку інтелектуального потенціалу підприємства.

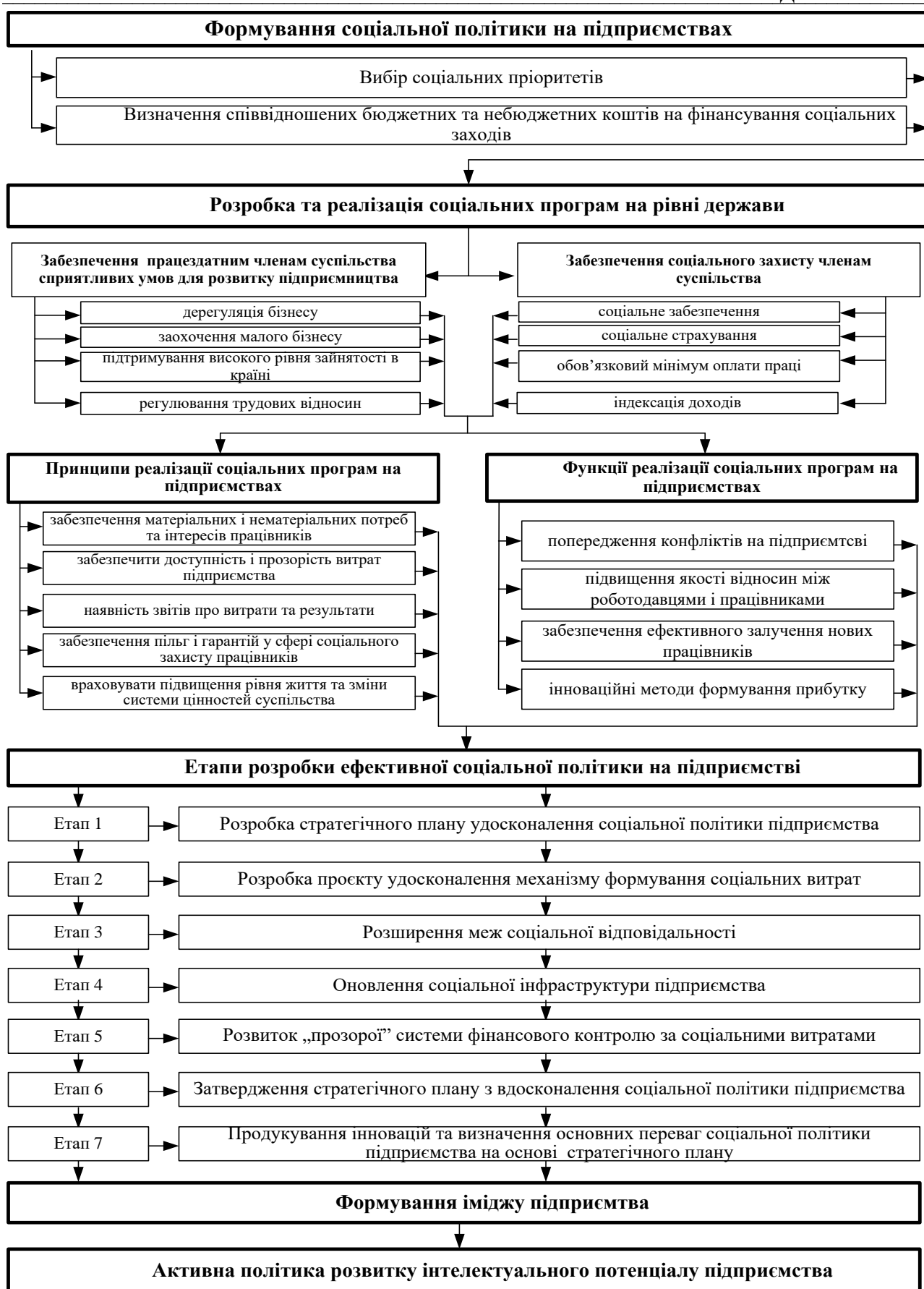


Рис. 3. Модель формування соціальної політики як основи розвитку інтелектуального потенціалу на підприємстві

Щоб внести ефективні зміни в систему соціальної політики управління підприємствами необхідно перманентно формувати умови для розвитку персоналу, його навчання та розкриття інноваційно-креативних можливостей.

Звичайно, проектна діяльність може бути рекомендованою і залежить від системи управління кожного конкретного підприємства, його фінансових і організаційних можливостей і наявності спеціалістів у забезпеченні соціального розвитку. Впровадження моделі формування соціальної політики як основи розвитку інтелектуального потенціалу на підприємстві потребує додаткових фінансових витрат, оскільки необхідне залучення фахівців та визначення векторних напрямлень оптимізації проекту та забезпечення його ефективності. Реалізація запропонованого проекту покращить роботу підприємства, розширить соціальну захищеність працівників, дозволить розвинути прозору та зрозумілу систему фінансового контролю за соціальними витратами, що надаються працівникам, здійснить організаційні зміни в управлінні корпоративної соціальної політики.

Висновки. Під соціальною політикою підприємства вчені розуміють управління процесом надання соціальних послуг працівникам організації та членам їх сімей, комплекс заходів, спрямованих на вирішення різноманітних соціальних проблем працівників, їх мотивацію та підвищення ефективності роботи.

Побудова соціально-економічної політики в організації здійснюється за кількома напрямками, найважливішими з яких є: політика зайнятості, дитяча стабільність, політика доходів, політика співпраці роботодавців і профспілок, політика соціального забезпечення та соціального захисту, політика підвищення якості працівників, трудового життя. Соціальна захищеність співробітників, розвиток особистості та турбота про здоров'я є передумовами успішної роботи вітчизняного підприємства.

Щоб внести ефективні зміни в систему управління, необхідно реально включити конкретні дії в роботу підприємства. Комплексна реалізація наведених автором заходів проекту щодо вдосконалення соціальної

політики підприємства зможе покращити соціальне становище працівників і дозволить вітчизняному підприємству позиціонувати свій бренд як одного з найкращих роботодавців у сфері праці.

Література

1. Крюков О.І. Соціальна політика як необхідна умова функціонування соціальної держави. Актуальні проблеми державного управління: зб. наук. пр. Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2016. № 1(37). 464 с. Режим доступу: http://www.economy.in.ua/pdf/12_2016/7.pdf.
2. Корольова А.О., Іванченко В.О. Екологічна та ресурсна складова сталого розвитку підприємств України. Наукові записки: зб. наук. пр. Кіровоград: КНТУ, 2015. Вип. 17. С. 47-50.
3. Бандура І.С. Соціальна держава як результат ефективної соціальної політики. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. №12. С. 92-95.
4. Бриндальський Р.В., Дерді Е.Т. Функції соціальної політики України. Економічна наука сьогодні: матеріали наук.-практ. конф. (м. Івано-Франківськ, 29 жовтня 2020 р.). Івано-Франківськ: Наір. 2020. С. 152-154.
5. Бутирська І.А. Ефективна соціальна політика – умова безпеки розвитку територіального самоврядування. *Scientia*. 2020. № 14/2. С. 65-70.
6. Державна служба статистики України. Ел. ресурс: <https://www.ukrstat.gov.ua>
7. Епель О.В. Система соціального захисту в Україні як чинник формування соціальної держави: стан, проблеми та стратегія розвитку: монографія. Київ: Людмила, 2023. 196 с.
8. Ларіна Н.Б. Соціальна політика: від системи соціального забезпечення до нової парадигми розвитку. *Теоретичні та прикладні питання державотворення*. 2015. Вип. 16. С. 172-184.
9. Мних М.В. Соціальна політика нашої держави в умовах асоційованого членства України в ЄС. *Український соціум*. 2015. №3(54). С.114-124.
10. Моторнюк У.І. Соціальна політика як необхідна умова функціонування соціальної держави. *Економіка та держава*. 2016. №12. Режим доступу: http://www.economy.in.ua/pdf/12_2016/7.pdf
11. Політологічний енциклопедичний словник. / за ред. Ю.С. Шемшученка, В.Д. Бабкіна, В.П. Горбатенка. 2-ге вид. К, 2004. 736 с.
12. Чобіток В.І. Теоретичні аспекти забезпечення економічної безпеки на промислових підприємствах. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Серія «Економічні науки»*. 2017. № 185. С. 360-366.
13. Чобіток В. І. Синектичний підхід до інтелектуалізації управління холистичним розвитком підприємств. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2020. №1(69). С. 145-151.
14. Шевчук П.І. Соціальна політика. [2-е вид.] Львів: Світ, 2005. 400 с.

15. Prokhorova V., Chobitok V., Pershyna K., Miahkykh I., Shelest O., Yukhman Ya. Patterns of the statelegal support to the dynamic information development of the socioeconomic environment. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2023. Vol. 124. Issue 13. P. 6-15. DOI: 10.15587/1729-4061.2023.285936
16. <https://uk.wikipedia.org>
17. Пилипенко Г., Пилипенко Ю. Соціальна відповідальність бізнесу у контексті зміни інституціонального середовища економічної діяльності. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2014. №4. С. 32-41.
18. Пилипенко Г.М. Проблеми соціальної справедливості в контексті теорії і практики економічних реформ в Україні. *Вісник Запорізького національного університету: Збірник наукових праць. Економічні науки*. 2013. №2(18). С.166-171.
19. Бабенко А.Г., Холодна А. С. Аналіз соціальної політики підприємства та напрями її вдосконалення. *Ефективна економіка* [Електронний ресурс]. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4492>
20. Ярова Л.В. Соціальна політика підприємства: мета і засоби. *Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї*. К. 2010. Вип. 19. С. 155-164
21. Лобза А., Соломонова А. Формування соціальної політики підприємства *Молодий вчений*. 2019. №1(65). С. 224-227. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-1-65-51>
- References**
1. Kriukov, O.I. (2016). Sotsialna polityka yak neobkhidna umova funktsionuvannia sotsialnoi derzhavy. Aktualni problemy derzhavnoho upravlinnia: zbirnyk naukovykh prats. Kharkiv: Vydavnytstvo KharRI NADU «Mahistr». №1(37). Retrieved from http://www.economy.in.ua/pdf/12_2016/7.pdf.
2. Koroliova, A.O., & Ivanchenko, V.O. (2015). Ekolohichna ta resursna skladova staloho rozvytku pidpriemstv Ukrainy. Naukovi zapysky: zbirnyk naukovykh prats. Kirovohrad: KNTU. Issue. 17, 47-50.
3. Bandura I.S. (2016). Sotsialna derzhava yak rezultat efektyvnoi sotsialnoi polityky. Investytsii: praktyka ta dosvid, (12), 92-95.
4. Bryndalskyi, R.V., & Derdi, E.T. (2020). Funktsii sotsialnoi polityky ukrainy. Proceedings from MIIM '20: Naukovo-praktychna konferentsiia «Ekonomiczna nauka sohoddennia». (pp. 152-154). Ivano-Frankivsk.
5. Butyrska I.A. (2020). Efektyvna sotsialna polityka – umova bezpeky rozvytku terytorialnoho samovriaduvannia. *Scientia*, 14/2, 65-70.
6. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Retrieved from <https://www.ukrstat.gov.ua>
7. Epel, O.V. (2023). Systema sotsialnoho zakhystu v Ukraini yak chynnyk formuvannia sotsialnoi derzhavy: stan, problemy ta stratehiia rozvytku. Kyiv: Liudmyla.
8. Larina, N.B. (2015). Sotsialna polityka: vid systemy sotsialnoho zabezpechennia do novoi paradyhmy rozvytku. *Teoretychni ta prykladni pytannia derzhavotvorennia*, Issue 16, 172-184.
9. Mnykh, M.V. (2015). Sotsialna polityka nashoi derzhavy v umovakh asotsiiovannia chlenstva Ukrainy v YeS. *Ukrainskyi sotsium*, 3(54), 114-124.
10. Motorniuk, U.I. (2016). Sotsialna polityka yak neobkhidna umova funktsionuvannia sotsialnoi derzhavy. *Ekonomika ta derzhava*, (12). Retrieved from http://www.economy.in.ua/pdf/12_2016/7.pdf
11. Shemshuchenko, Yu.S., Babkin, V.D., & Horbatenko, V.P. (Eds.). (2004). *Politolohichni entsyklopedychnyi slovnyk*. (2nd ed.). Kyiv.
12. Chobitok, V.I. (2017). Teoretychni aspekty zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky na promyslovykh pidpriemstvakh. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu silskoho hospodarstva imeni Petra Vasylenka, Ser. «Ekonomiczni nauky»*, (185), 360-366.
13. Chobitok, V.I. (2020). Synektychni pidkhid do intelektualizatsii upravlinnia kholistychnym rozvytkom pidpriemstv. *Ekonomichni visnyk Natsionalnoho hirnychoho universytetu*, 1(69), 145-151. <https://doi.org/10.33271/ev/69.145>
14. Shevchuk, P.I. (2005). *Sotsialna polityka*. (2nd ed.). Lviv: Svit.
15. Prokhorova, V., Chobitok, V., Pershyna, K., Miahkykh, I., Shelest, O., & Yukhman, Ya. (2023). Patterns of the statelegal support to the dynamic information development of the socioeconomic environment. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, Vol. 124, Issue 13, pp. 6-15. DOI: 10.15587/1729-4061.2023.285936.
16. <https://uk.wikipedia.org>
17. Pylypenko, H., Pylypenko, Yu. (2014). Sotsialna vidpovidalnist biznesu u konteksti zminy instytutsionalnoho seredovyscha ekonomichnoyi diyanosti. *Ekonomichnyy visnyk Natsionalnoho hirnychoho universytetu*, (4), 32-41.
18. Pylypenko, H.M. (2013). Problemy sotsialnoi spravedyvosti v konteksti teorii i praktyky ekonomichnykh reform v Ukraini. *Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu: Zbirnyk naukovykh prats. Ekonomichni nauky*, 2(18), 166-171.
19. Babenko, A.H., & Kholodna A.S. Analiz sotsialnoi polityky pidpriemstva ta napriamy yii vdokona-lennia. *Efektyvna ekonomika*. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4492>
20. Yarova, L.V. (2010). Sotsialna polityka pidpriemstva: meta i zasoby. *Suchasna ukrainska polityka. Polityky i politolohy pro nei*, Issue 19, 155-164.
21. Lobza, A., & Solomonova, A. (2019). Formuvannia sotsialnoi polityky pidpriemstva. *Molodyi vchenyi*, 1(65), 224-227. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-1-65-51>

Methods. The article is based on the use of such research methods as: scientific abstraction – when defining the essence of the concept of «enterprise social policy»; system analysis in terms of the application of the decomposition of elements – when distinguishing the components of the construction of social policy at the enterprise; general and specific – when establishing the relationship between the social policy of the state and the social policy of the enterprise; statistical methods – when analyzing income under social protection schemes in Ukraine for the period 2018–2022.

Results. The analysis of theoretical and methodological approaches to the definition of the concept of «social policy of the enterprise» was carried out, and the author's vision of its essence was proposed. The levels of social policy implementation by economic entities were identified and its functions at each of the levels were distinguished. The structure of the social policy at the enterprise is considered and the following directions are singled out: employment policy, income policy, policy of cooperation between employers and trade unions, policy of social security and social protection, policy of improving the quality of employees, working life, etc. The interdependence between the social policy of the state and the social policy of the enterprise was established, its connection with the socio-economic indicators of business development was demonstrated, and it was proved that it is the basis for an active policy of developing the intellectual potential of the enterprise. The analysis of financial income under schemes of social protection of the population in Ukraine for the period 2018–2022 was carried out, as well as a detailed analysis of the types of income that form the basis for ensuring social protection of the population in 2022.

Novelty. The author's definition of the concept of «enterprise social policy» is provided, namely: it is presented as management of the process of providing social services and creating appropriate conditions for employees of enterprises and their families, motivating and increasing the effectiveness of their innovative and creative abilities, with the aim of forming adaptive and progressive development business entities and the state. A model of social policy formation as a basis for the development of intellectual potential at the enterprise is proposed.

Practical value. Based on the data of the analysis, it was determined that the social policy of the domestic enterprise is part of the social policy of the state, and therefore is in close interdependence with the directions of its implementation at the national level of the functioning of the economy. That is why the attention of the management of enterprises to the activities of the state in the social sphere, which is discussed in this article, can contribute to the formation of more real social orientations of business.

Keywords: enterprises, development trends, social policy, the state, uncertainty, development of intellectual potential of the enterprise.

Надійшла до редакції 01.06.24 р.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Т. І. Дем'яненко, к. е. н., доцент, Українська інженерно-педагогічна академія, tud85@ukr.net, orcid.org/0000-0001-9362-635X

Методологія дослідження. Під час проведення дослідження було використано такі методи наукового пошуку: абстрагування – при визначенні сутності соціально-економічного розвитку підприємства; порівняння – при зіставленні факторів економічного і соціального розвитку підприємства; системний підхід – при формуванні принципів моделі соціально-економічного розвитку бізнесу; логіки – при розробці алгоритму імплементації основних елементів моделі у стратегію соціально-економічного розвитку сучасних підприємств.

Результати. Охарактеризовано сутність соціально-економічного розвитку підприємства. Продемонстровано, що для забезпечення ефективної роботи будь-якого підприємства важливим є процес розробки стратегії його соціально-економічного розвитку, в якій поєднуються економічна і соціальна складові. Таке поєднання дозволяє підприємству досягати більш високої конкурентоспроможності, яка формується як за рахунок матеріальних чинників (зниження витрат, максимізація прибутку), так і впливу нематеріальних складових – репутації, лояльності клієнтів, довіри. Виявлено прагнення менеджменту переважної більшості українських підприємств планувати їхню діяльність з метою уникнення ризиків і загроз з боку зовнішнього середовища, а також формування адаптивної стійкості бізнесу. В роботі показано обмеженість такого підходу і актуалізовано увагу на важливості підвищення рівня кваліфікації (спеціальні знання, уміння та навички) управлінського персоналу організації, який безпосередньо відповідає за стратегічний напрямок її функціонування й розвитку.

Новизна. Виокремлено принципи побудови моделі соціально-економічного розвитку бізнесу та запропоновано алгоритм імплементації її основних елементів у стратегію соціально-економічного розвитку сучасних підприємств.

Практична значущість. Принципи побудови моделі соціально-економічного розвитку бізнесу, такі як: економічне становище підприємства, рівень його соціального розвитку, інноваційність; кількість працівників, що пройшли підвищення кваліфікації; темп зростання (або зменшення) обсягу реалізації продукції; динаміка прибутковості (збитковості); впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності; множина альтернатив паралельного впровадження стратегій економічного та соціального розвитку підприємства; визначені цілі удосконалення соціально-економічного розвитку підприємства; встановлені критерії вибору найкращого рішення; корисність (ефективність) реалізації можливих альтернатив, дозволять підприємствам мати надійні орієнтири в своїй діяльності та розробляти ефективні стратегії на перспективу.

Ключові слова: підприємство, соціальний розвиток, економічний розвиток, стратегія, соціально-економічний розвиток.

Постановка проблеми. Для забезпечення стабільного розвитку підприємства в ситуації, що швидко змінюється, необхідно визначити особливості побудови стратегії соціально-економічного розвитку. Підприємство, правильно сформувавши стратегію діяльності, може негайно реагувати на зміни

зовнішнього та внутрішнього середовища, адаптуватися до виникнення ризиків і загроз, зменшуючи негативний вплив їх подій.

Забезпечуючи конкурентні позиції на ринку, підприємці намагаються знизити витрати, використовувати дешевші ресурси,

зменшити рівень запасів, невиробничі втрати тощо, щоб досягти економічного ефекту, тобто отримати максимально можливий прибуток. Але сьогодні зосередження лише на економічному розвитку підприємства не доцільно і не принесе очікуваного успіху. Тільки у взаємодії двох складових розвитку підприємства (економічної та соціальної) можна досягти успіху та отримати значну конкурентну перевагу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Над питаннями соціально-економічного розвитку підприємств працюють такі вітчизняні та зарубіжні вчені як: Василюк С. [3], Баланович А. [5], Брінь П., Голтвянська Ю. [3], Дем'яненко, Т. [8], Талавири О. [7], Чобіток В. [9] та інші. Однак питанням регіональної специфіки формування їхньої стратегії все ще приділяється недостатня увага.

Формулювання мети статті. Метою даної статті є визначення особливостей формування стратегії соціально-економічного розвитку сучасних підприємств, а також розробка загального алгоритму її формування та реалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. У результаті становлення ринкових відносин багато територій зіткнулися з необхідністю забезпечення відтворювального процесу. Стало очевидним, що в таких умовах будь-який регіон повинен розглядатися як окрема система, здатна здійснювати відтворення не тільки суспільних відносин, але й відтворення елементів продуктивних сил.

Тому ефективно управління соціально-економічним розвитком будь-якого підприємства має базуватися на таких принципах:

- визначити можливість реалізації потенціалу підприємства;
- збільшити прибуток підприємства та знизити рівень непродуктивних втрат і відходів продукції;
- розширення зони продажу та створення стійкого позитивного іміджу;
- корпоративна інноваційна та активна інвестиційна діяльність;
- розвивати та приймати корпоративну соціальну відповідальність;
- швидка адаптація до змін середовища [3; 8].

Внутрішнє і зовнішнє середовище впливає на розвиток підприємства як у напрямку економічної ефективності, так і в напрямку соціального розвитку. До факторів зовнішнього середовища, що впливають на економічну ефективність підприємств, належать: рівень податкового навантаження, зміни в законодавстві, взаємовідносини з партнерами, наявність сильних конкурентів, інноваційний розвиток, рівень клієнтської бази та довіри споживачів, вартість рахунків-фактур тощо [2].

До факторів внутрішнього середовища підприємства відносяться: собівартість виробленої продукції, технічне оснащення, кількість запасів і нераціональна витрата ресурсів. Фактори, що впливають на соціальний розвиток, зовнішні (середня заробітна плата в регіоні, рівень інфляції та безробіття) та внутрішні (клімат у групі, профспілкова діяльність, виконання всіх соціальних гарантій, соціальна допомога працівникам, наявність розвиненої корпоративної соціальної відповідальності).

Усі ці фактори впливають на підприємство, тому керівник, розробляючи стратегію розвитку підприємства, повинен враховувати їх вплив. Стратегія соціально-економічного розвитку має дати позитивні результати від її реалізації (рис. 1).

Реалізація цієї комплексної стратегії вимагає від керівників відповідного рівня кваліфікації та підготовки. Зазвичай вище керівництво приділяє особливу увагу економічним показникам, розраховуючи коефіцієнти рентабельності, ліквідності, собівартості продукції тощо. Однак необхідно також розраховувати соціальний статус підприємства [6]. Це можна зробити за допомогою опитування персоналу або простого опитування для визначення позитивних моментів, а також проблем, які виникають у групі.

Суттєвим недоліком більшості підприємств є відсутність корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), яка дозволяє не лише стейкхолдерам, споживачам та іншим зацікавленим сторонам зрозуміти рівень соціального розвитку та його стратегічну лінію, а й співробітникам стати частиною стратегії, визначити їх роль і місце у забезпеченні ефективної роботи підприємства.

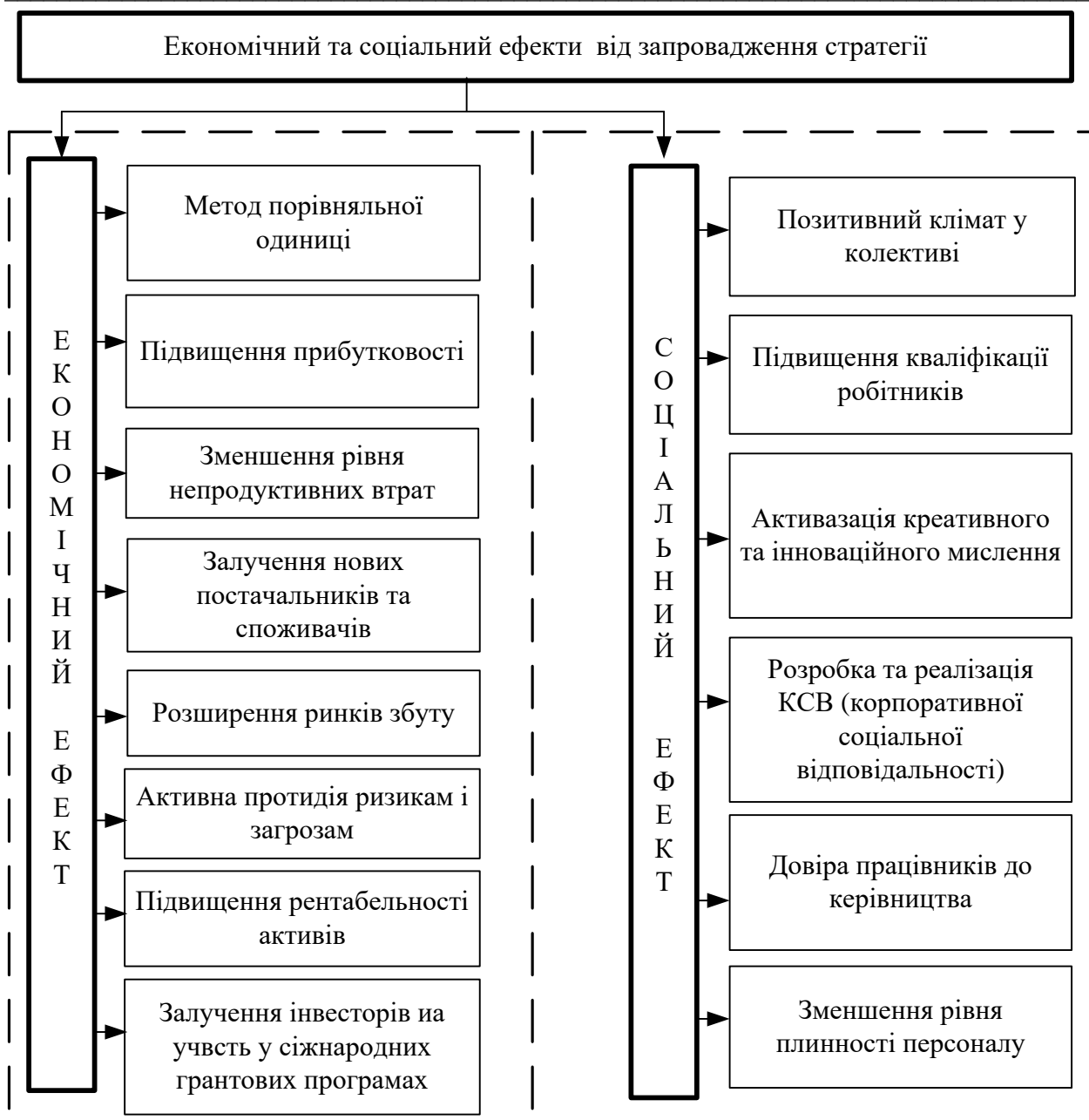


Рис. 1. Економічний та соціальний ефекти від запровадження стратегії соціально-економічного розвитку підприємства

Логічна модель соціально-економічного розвитку підприємства може бути такою:

$СЕРП = \langle E, S, I, P, Q, D, CSR, A \mid S, K, E \rangle$, де:

СЕРП – соціально-економічний розвиток підприємства;

E – економічне становище підприємства;

S – рівень соціального розвитку підприємства;

I – інновації, запроваджені працівниками підприємства;

P – кількість працівників, що пройшли підвищення кваліфікації;

Q – темп зростання (або зменшення) обсягу реалізації продукції;

D – динаміка прибутковості (збитковості) підприємства;

CSR – запровадження підприємством КСВ;

A – множина альтернатив паралельного впровадження стратегій економічного та соціального розвитку підприємства;

S – визначені цілі удосконалення соціально-економічного розвитку підприємства;

К – встановлені критерії вибору найкращого рішення;

Е – корисність (ефективність) реалізації можливих альтернатив [10].

На основі цих принципів та логічної моделі соціально-економічного розвитку

запропоновано сформулювати чітку стратегію соціально-економічного розвитку, яка допоможе підприємству стабільно працювати на ринку бізнесу та гарантуватиме високу конкурентну позицію на ринку (рис. 2).



Рис. 2. Алгоритм формування стратегії соціально-економічного розвитку підприємства

Керівник повинен провести комплексну діагностику стану розвитку підприємства: яка стадія життєвого циклу, які ризики та загрози впливають на її діяльність чи прибуткову діяльність підприємства. На наступному етапі визначається рівень економічного і соціального розвитку, внутрішні і зовнішні фактори середовища, які впливають на розвиток подій [1].

Наступним кроком є розробка відповідної підкладки, яка базується на загальній стратегії соціально-економічного розвитку сучасних підприємств, а також визначаються час реалізації та очікувані результати. На завершальній фазі керівник повинен постійно контролювати процес реалізації стратегії соціально-економічного розвитку та оцінювати отримані результати. Якщо поставле-

них цілей і результатів неможливо досягти, субстрат переглядають і коригують. Керівник повинен розуміти, що стратегія соціально-економічного розвитку підприємства передбачає створення програми дій на декілька років, і протягом планового періоду він повинен забезпечити стійке економічне зростання підприємства, забезпечуючи високу конкуренцію, положення на ринку та досягнення бажаних показників соціального розвитку.

Слід зазначити, що в сучасних економічних умовах це класифікується як особлива стратегія соціального розвитку підприємства. Але, по суті, як загально соціальні стратегії розвитку, так і ключові субстрати (стратегії розвитку соціальної інфраструктури підприємства, стратегії навчання та

сталого розвитку працівників, стратегії розвитку систем оплати праці). Її можна класифікувати як стратегію інноваційного розвитку та організаційного інвестування, спрямовану на інтегральний розвиток підприємства в цілому та її персоналу, впливаючи прямо чи опосередковано на результати господарської діяльності підприємства [10]. Стратегія соціального розвитку, як одна з функціональних стратегій підприємства, є важливою для підприємства в сучасних умовах функціонування, оскільки передбачає заходи соціального розвитку та захисту працівників підприємства в процесі стратегічних змін. Стратегія соціального розвитку відіграє роль особливого фільтра, через який у процесі підготовки повинні проходити всі управлінські рішення стратегічного характеру і який залежно від обраного варіанта стратегії соціального розвитку істотно впливає на кінцевий результат стратегічного рішення про загальний розвиток підприємства.

Більш детального розгляду потребує проблема розробки та реалізації стратегії соціального розвитку торговельних підприємств. На основі основних теоретичних положень у цілому та конкретизації особливостей процесу управління соціальним розвитком підприємств, розроблено змістову модель процесу побудови стратегії соціального розвитку підприємства. Запропонована модель виділяє три етапи процесу побудови стратегії соціального розвитку підприємств, котра представлена на рис. 3.

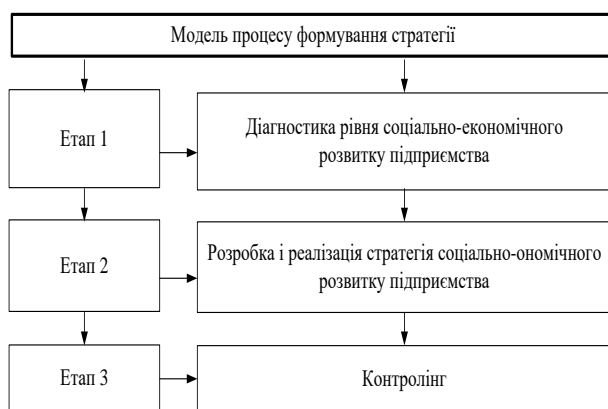


Рис. 3. Модель процесу формування стратегії соціально-економічного розвитку підприємства

На першому етапі процесу формування стратегії соціального розвитку проводиться діагностика рівня соціального розвитку підприємства. Для успішної діагностики на першому етапі необхідно проаналізувати внутрішні та зовнішні фактори соціального середовища, які впливають на основні драйвери соціального розвитку підприємства. На другому етапі проводиться експрес-діагностика рівня соціального розвитку підприємства, на третій – розраховується комплексний показник його соціального розвитку. На основі діагностики проблем класифіковано основні проблеми соціального розвитку підприємства [7].

Для забезпечення діагностики рівня соціального розвитку підприємства необхідно продовжити практику соціальної атестації. Соціальний паспорт підприємства має розроблятися для створення реальних передумов для посилення стратегічних планів соціального розвитку, а також для проведення соціологічних досліджень всередині та за межами підприємства. Цей документ має бути частиною генерального паспорта комерційної компанії і збирати дані, які дозволяють оцінити рівень використання соціального потенціалу підприємства, якість наявних ресурсів і умови для його соціального розвитку, як у вирішенні проблеми врахування соціальних аспектів при плануванні фінансово-господарської діяльності, так і сприяти розвитку підприємства та його соціальної інфраструктури [5].

Обмеженість ресурсів, особливо фінансових, які можна спрямувати на соціальний розвиток підприємств, суттєво зменшує можливість вибору варіантів стратегій, що визначають його соціальний розвиток. Найбільш оптимальним є поєднання елементів, реалізація яких гарантуватиме швидке повернення залучених соціальних інвестицій. На наступному етапі процесу формування стратегії на основі використання комплексної системи показників оцінюється сумісність стратегії соціального розвитку підприємства з з його загальною стратегією розвитку. На основі викладених принципів пропонується обрати прийнятну стратегію соціального розвитку підприємства [4].

Розробка та послідовна реалізація стратегій соціального розвитку сучасного

підприємства роблять підприємства більш стійкими до впливу зовнішнього середовища, підвищують соціальний та загальний потенціал сучасного підприємства, а також можливість його реалізації. Для цього кожна стратегія соціального розвитку сучасного підприємства повинна реалізовуватися послідовно, стратегічними, тактичними та оперативними діями управління.

Висновки. Для забезпечення ефективної роботи підприємства необхідно розробити стратегію соціально-економічного розвитку, яка дозволить отримати максимальний прибуток від діяльності, знизити невиробничі витрати, підвищити репутацію бізнесу, створити позитивну атмосферу в групі. Підприємства, які розуміють чіткий і логічний зв'язок між економічним і соціальним розвитком, а також необхідність стратегічного планування, можуть досягти висококонкурентної позиції на ринку. На жаль, на сучасних підприємствах керівники не вважають за потрібне розробляти стратегію розвитку, оскільки для її розробки потрібні спеціальні знання, уміння та навички, але підприємці, які все ж розуміють важливість планування та намагаються вийти на європейський ринок збуту, розробляють та впроваджують більше стратегії. Планування, допомогти їм адаптуватися до змін зовнішнього та внутрішнього середовища, зменшити негативний вплив ризиків і загроз і зайняти лідерські позиції на ринку бізнесу.

Література

1. Грищенко А.А. Економіка України на шляху до інклюзивного розвитку. Економіка і прогнозування. 2016. № 2. С. 9-23
2. Єфремова Н.Ф., Чічкань О.І., Роечко В.І. Державна регіональна політика та її роль у забезпеченні сталого економічного розвитку регіонів. Економіка та держава. 2016. № 3. С. 42-45.
3. Василюк С.М. Особливості формування стратегій розвитку для малих підприємств. *Ефективна економіка*. 2019. № 975. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=76>
4. Брін П.В., Голтвянська Ю.В. Стратегія розвитку підприємства: сутність та класифікація. *Підприємництво та інновації*. 2021. Вип. 21. С. 31-33.
5. Баланович А.М. Теоретико-методичні засади формування стратегій розвитку підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. Вип. 8. Ч. 2. С.77-81.

6. Дем'яненко Т. Формування стратегії розвитку підприємств. Scientific Collection «InterConf». 2023. (180). 15-17. Retrieved from <https://archive.interconf.center/index.php/conference-proceeding/article/view/4782>
7. Талавіря О.М. Теоретико-методологічні підходи економічного аналізу розвитку підприємства. *Науковий вісник Ужгородського університету: Серія: Економіка*. Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла». 2015. Вип.1(45). Том 2. С. 278-280.
8. Дем'яненко Т. Напрями забезпечення сталого розвитку інноваційно-орієнтованих підприємств. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Економіка*. 2024. №18(36). [https://doi.org/10.33296/2707-0654-18\(36\)-09](https://doi.org/10.33296/2707-0654-18(36)-09)
9. V. Chobitok, O. Shevchenko, O. Lomonosova, V. Kochetkov, V. Vykhovchenko. Application of budget allocation models in the management of investment processes in the context of the digital economy development. *Cuestiones Políticas*. 2021. Vol. 39. № 71. <https://doi.org/10.46398/cuestpol.3971.35>.
10. Чайкіна А.О., Шакун І.В. Теоретико-методологічний аналіз підходів до визначення соціально-економічного розвитку підприємства. Сучасні інноваційно-інвестиційні механізми розвитку національної економіки: матеріали IV Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, 26 жовтня 2017 р. Ч. 2. Полтава: ФОП Пусан А.Ф., 2017. С. 161-163.

References

1. Hrytsenko, A.A. (2016). *Ekonomika Ukrainy na shliakhu do inkluzivnoho rozvytku. Ekonomika i prohnovuvannia*, (2), 9-23. http://eip.org.ua/?page_id=523&aid=623
2. Yefremova, N.F., Chichkan, O.I., & Roienko, V.I. (2016). *Derzhavna rehionalna polityka ta yii rol u zabezpechenni staloho ekonomichnoho rozvytku rehioniv. Ekonomika ta derzhava*, (3), 42-45.
3. Vasylyha, S.M. (2019). *Osoblyvosti formuvannia stratehii rozvytku dlia malykh pidpriemstv. Efektyvna ekonomika*, (9)75. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=76> DOI: 10.32702/2307-2105-2020.1.151.
4. Brin, P.V., & Holtviaska Yu.V. (2021). *Stratehiia rozvytku pidpriemstva: sutnist ta klasyfikatsiia. Pidpriemnytstvo ta innovatsii*, Issue 21, 31-33. <https://doi.org/10.37320/2415-3583/21.5>
5. Balanovych, A.M. (2014). *Teoretyko-metodychni zasady formuvannia stratehii rozvytku pidpriemstva. Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu*, Issue 8, Ch. 2, 77-81.
6. Demianenko T. (2023). *Formuvannia stratehii rozvytku pidpriemstv. Scientific Collection «InterConf»*. (180). 15-17. Retrieved from <https://archive.interconf.center/index.php/conference-proceeding/article/view/4782>
7. Talavyria, O.M. (2015). *Teoretyko-metodolohichni pidkhody ekonomichnoho analizu rozvytku pidpriemstva. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu: Serii: Ekonomika. Uzhhorod:*

Vydavnytstvo UzhNU «Hoverla». Issue 1(45), T. 2, 278-280.

<https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/.pdf>

8. Demianenko, T. (2024). Napriamy zabezpechennia staloho rozvytku innovatsiino-oriientovanykh pidpriemstv. Adaptivne upravlinnia: teoriia i praktyka. Ser. Ekonomika, 18(36). [https://doi.org/10.33296/2707-0654-18\(36\)-09](https://doi.org/10.33296/2707-0654-18(36)-09)

9. V. Chobitok, O. Shevchenko, O. Lomonosova, V. Kochetkov, & V. Bykhovchenko (2021). Application of budget allocation models in the management of investment processes in the context of the digital

economy development. Cuestiones Políticas, Issue 39, (71). <https://doi.org/10.46398/cuestpol.3971.35>.

10. Chaikina, A.O., & Shakun, I.V. (2017). Teoretyko-metodolohichni analiz pidkhodiv do vyznachennia sotsialno-ekonomichnoho rozvytku pidpriemstva. Proceedings from МІІМ '17 IV Mizhnarodna naukovo-praktychna internet-konferentsiia «Suchasni innovatsiino-investytsiini mekhanizmy rozvytku natsionalnoi ekonomiky». Ch. 2. (pp. 161-163). Poltava: FOP Pusan A.F.

https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/134.pdf

SPECIFIC FEATURES OF FORMING THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT STRATEGY OF A MODERN ENTERPRISE

T. I. Demyanenko, Ph. D (Econ.), Associate Professor, Ukrainian Engineering and Pedagogical Academy, tud85@ukr.net, orcid.org/0000-0001-9362-635X

Methods. During the research, the following methods of scientific research were used: abstraction – when determining the essence of the socio-economic development of an enterprise; comparison – when comparing the factors of economic and social development of an enterprise; systems approach – when forming the principles of the socio-economic business development model; logic – when developing an algorithm for implementing the main elements of the model into the strategy of socio-economic development of modern enterprises.

Results. The essence of the socio-economic development of an enterprise is characterized. It has been demonstrated that in order to ensure the effective operation of any enterprise, the process of developing a strategy for its socio-economic development, which combines economic and social components, is important. Such a combination allows the enterprise to achieve higher competitiveness, which is formed due to both material factors (cost reduction, profit maximization) and the influence of intangible components - reputation, customer loyalty, trust. The desire of the management of a vast majority of Ukrainian enterprises to plan their activities in order to avoid risks and threats from the external environment, as well as the formation of adaptive business stability, has been revealed. The work shows the limitations of such an approach and actualizes attention to the importance of improving the level of qualification (special knowledge, skills and abilities) of the management personnel of an organization, directly responsible for the strategic direction of its functioning and development.

Novelty. The principles of building a model of socio-economic development of business are singled out and an algorithm for implementing its main elements into the strategy of socio-economic development of modern enterprises is proposed.

Practical value. The principles of building a model of socio-economic development of business are pointed out: the economic situation of an enterprise, the level of its social development, innovativeness; the number of employees who have undergone advanced training; the rate of growth (or decrease) in the volume of product sales; profitability (loss) dynamics; implementation of the principles of corporate social responsibility; a set of alternatives for the parallel implementation of strategies for economic and social development of the enterprise; the goals for improving the socio-economic development of the enterprise are defined; criteria for choosing the best solution are established; the usefulness (efficiency) of the implementation of possible alternatives will allow enterprises to have reliable guidelines in their activities and to develop effective strategies for the future.

Keywords: enterprise, social development, economic development, strategy, socio-economic development.

Надійшла до редакції 27.05.24 р.

АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОЦЕСУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ У РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

*I. O. Чобіток, к. е. н, асистент, Українська інженерно-педагогічна академія
igor_chobitok@ukr.net, orcid.org/0000-0001-7259-431X,*

*O. I. Кононов, старший викладач, Українська інженерно-педагогічна академія
a.i.kononov@ukr.net, orcid.org/0000-0001-8869-880X*

Методологія дослідження. Під час дослідження використовувались такі методи, як: системний підхід – при дослідженні процесу цифрової трансформації економіки та її наслідків для функціонування підприємств; аналізу й синтезу – при визначенні переваг і викликів запровадження цифрових технологій в економічну діяльність вітчизняних підприємств; структурно-функціональний аналіз – при виокремленні складових циклу інформаційних процесів в CRM.

Результати. Розглянуто та проаналізовано цикл інформаційних процесів в CRM, що охоплює концепції, на яких базується управлінська діяльність підприємств, включаючи збір, зберігання й аналіз інформації про споживачів, постачальників, партнерів та інформацію про взаємовідносини з ними. Продемонстровано, що процеси цифровізації надають інструменти для організації, автоматизації та синхронізації всіх аспектів взаємодії з клієнтами, включаючи маркетинг, продажі, обслуговування клієнтів та підтримку тощо. Визначено основні складові Big Data, що базуються на використанні аналізу великих даних та показано, що це може значно сприяти розвитку підприємств у різних галузях. Підприємства генерують величезні обсяги даних з різних джерел, включаючи транзакції, соціальні мережі та сенсори. Аналіз цих даних дозволяє виявити приховані закономірності та тренди, швидко реагувати на зміни та приймати оперативні рішення.

Новизна. У статті виокремлено переваги та ідентифіковано виклики процесу цифровізації. Визначено ключові аспекти впровадження ERP-систем, що дозволяє інтегрувати різні аспекти діяльності підприємства, забезпечуючи більш точне планування, контроль та аналіз. Це сприяє оптимізації використання ресурсів та підвищенню продуктивності, що є критично важливим у умовах нестабільності, коли необхідно максимально ефективно використовувати наявні ресурси.

Практична значущість. Визначено, що цифрова трансформація значно впливає на різні аспекти діяльності підприємств, покращуючи бізнес-процеси, моделі управління, комунікації з клієнтами та споживачами, а також взаємодію з постачальниками. Впровадження цифрових технологій сприяє підвищенню ефективності, гнучкості та конкурентоспроможності підприємств, що є ключовими факторами успіху в сучасному динамічному ринковому середовищі.

Ключові слова: цифрова трансформація підприємств, соціально-економічна нестабільність, конкурентоспроможність бізнесу, технологічні інновації, стратегічне управління.

Постановка проблеми. У сучасному світі процес цифровізації стає невід'ємною частиною розвитку підприємств у різних секторах економіки. В умовах соціально-економічної нестабільності, спричиненої глобальними викликами, такими як пандемія

COVID-19, економічні кризи, політична нестабільність та екологічні проблеми, підприємства змушені шукати нові способи адаптації та зростання. Цифровізація виступає ключовим фактором, який може сприяти підвищенню конкурентоспроможності,

ефективності та стійкості вітчизняних підприємств.

Пандемія COVID-19 змусила підприємства швидко адаптуватися до нових умов роботи. Впровадження дистанційної роботи стало необхідністю для багатьох організацій, що вимагало швидкого переходу на цифрові платформи та забезпечення кібербезпеки. Крім того, компанії були змушені переглядати свої бізнес-моделі та процеси, щоб пристосуватися до нових реалій. Наприклад, багато підприємств перейшли на електронну комерцію, щоб зберегти доступ до клієнтів під час карантину. Збільшення попиту на онлайн-послуги та доставки також сприяло розвитку логістики та технологічних інновацій.

Економічні кризи змушують підприємства шукати способи зниження витрат та підвищення ефективності. Це включає автоматизацію процесів, впровадження систем управління ресурсами (ERP) та використання аналітичних інструментів для оптимізації бізнес-процесів. Крім того, підприємства все більше звертаються до цифровізації для зменшення залежності від фізичних ресурсів та зниження операційних витрат. Впровадження хмарних технологій дозволяє компаніям гнучко масштабувати свої ІТ-ресурси та скорочувати витрати на інфраструктуру.

Політична нестабільність, така як конфлікти, зміна урядів або політичних режимів, створює додаткові ризики для бізнесу. Підприємства змушені розробляти стратегії управління ризиками та диверсифікувати свої операції, щоб зменшити вплив політичних факторів. Це може включати вихід на нові ринки, побудову гнучких ланцюгів постачання та партнерство з місцевими компаніями для зниження ризиків, пов'язаних з політичною нестабільністю.

Екологічні проблеми, такі як зміна клімату, забруднення навколишнього середовища та виснаження природних ресурсів, змушують підприємства переглядати свої підходи до сталого розвитку. Впровадження екологічно чистих технологій, використання відновлюваних джерел енергії та розробка продуктів з меншим впливом на навколишнє середовище стають ключовими аспектами стратегії розвитку багатьох компаній. Крім того, підприємства прагнуть підвищити

ефективність використання ресурсів та зменшити відходи, що не тільки сприяє захисту навколишнього середовища, але й знижує витрати.

В умовах соціально-економічної нестабільності підприємства активно впроваджують інновації та цифрові технології для підвищення своєї стійкості та адаптивності. Використання великих даних (Big Data) допомагає компаніям отримувати цінні інсайти, оптимізувати операції та приймати обґрунтовані рішення. Впровадження цифрових технологій допомагає підприємствам швидко адаптуватися до змін, підвищити ефективність та створити нові можливості для зростання.

Зростання ролі інформаційних технологій у бізнес-процесах дозволяє підприємствам оптимізувати операційні витрати, поліпшити якість обслуговування клієнтів, впровадити інноваційні продукти та послуги, а також забезпечити гнучкість та адаптивність у змінних ринкових умовах. Особливо важливою є цифровізація для малих та середніх підприємств, які, завдяки впровадженню новітніх технологій, можуть конкурувати на рівних з великими корпораціями, знаходячи свої ніші на ринку та розширюючи географію своєї діяльності.

Однак процес цифровізації несе в собі й певні виклики та ризики, пов'язані з кібербезпекою, недостатньою кваліфікацією персоналу, високими витратами на впровадження технологій та необхідністю постійного оновлення обладнання і програмного забезпечення. Враховуючи ці аспекти, стає очевидною потреба у глибокому дослідженні та аналізі актуальності процесу цифровізації у розвитку вітчизняних підприємств в умовах соціально-економічної нестабільності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питаннями процесу цифровізації у розвитку вітчизняних підприємств в умовах соціально-економічної нестабільності займалися багато дослідників, зокрема Мозгова Г. В., Морозова А. О., Фомін О. Д. [3], Овчаренко Г. С., Рудківський О. А. [4], Чобіток В. [5] та багато інших.

Формулювання мети статті. Метою даної статті є висвітлення основних тенденцій, викликів та перспектив цифровізації

підприємств в Україні, а також визначення її впливу на їх стійкість та конкурентоспроможність у сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах сучасної економічної глобалізації та соціально-економічної нестабільності, що спостерігається в багатьох країнах, зокрема в Україні, процес цифровізації стає ключовим чинником забезпечення конкурентоспроможності та стійкого розвитку підприємств. Цифровізація дозволяє не тільки підвищити ефективність бізнес-процесів, але й створює нові можливості для інноваційного розвитку та адаптації до мінливих ринкових умов. Цифрові технології надають підприємствам можливість автоматизувати рутинні операції, що зменшує витрати на ручну працю та мінімізує ризики людських помилок. Використання систем управління ресурсами підприємства (ERP), систем управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) та інших цифрових платформ дозволяє інтегрувати різні аспекти діяльності компанії, забезпечуючи більш точне планування, контроль та аналіз. Цифрові інструменти дозволяють підприємствам краще розуміти потреби та очікування клієнтів. Використання аналізу великих даних (Big Data) та інших технологій дозволяє створювати персоналізовані пропозиції, що підвищує задоволеність клієнтів та сприяє їх лояльності. В умовах соціально-економічної нестабільності важливою перевагою є здатність швидко адаптуватися до змін ринку. Цифровізація забезпечує підприємствам

гнучкість у прийнятті рішень та можливість швидко реагувати на зміни завдяки доступу до актуальної інформації та можливості оперативного аналізу даних.

Україна, як і багато інших країн, стикається з численними економічними викликами, включаючи інфляцію, нестабільність валютного курсу та складнощі у веденні бізнесу через регуляторні бар'єри. У таких умовах цифровізація може стати інструментом, що дозволяє підприємствам оптимізувати свої витрати, підвищити продуктивність та знайти нові ринки збуту. Соціально-економічна нестабільність часто супроводжується змінами в поведінці споживачів. Зростає попит на онлайн-сервіси, дистанційну роботу та електронну комерцію. Підприємства, що активно впроваджують цифрові технології, мають більше шансів задовольнити ці нові потреби та зберегти свою ринкову позицію.

Цифрові технології дозволяють підприємствам автоматизувати рутинні операції, що значно зменшує витрати на ручну працю та мінімізує ризики людських помилок. Наприклад, впровадження систем управління ресурсами підприємства (ERP) дозволяє інтегрувати різні аспекти діяльності компанії, забезпечуючи більш точне планування, контроль та аналіз (табл. 1). Це сприяє оптимізації використання ресурсів та підвищенню продуктивності, що є критично важливим у умовах нестабільності, коли необхідно максимально ефективно використовувати наявні ресурси.

Таблиця 1

Ключові аспекти впровадження ERP-систем

Аспект	Опис	Переваги	Виклики
Аналіз вимог	Оцінка потреб підприємства для вибору відповідної ERP-системи.	Забезпечує відповідність системи специфічним вимогам бізнесу.	Вимагає ретельного планування та участі всіх зацікавлених сторін.
Вибір постачальника	Порівняння різних ERP-систем та вибір найбільш підходящої.	Можливість вибору системи, що найкраще відповідає бізнес-процесам.	Складність у порівнянні та виборі оптимального рішення.
Впровадження	Інсталяція та налаштування системи на підприємстві.	Початок інтеграції ERP-системи в бізнес-процеси підприємства.	Висока вартість впровадження та потреба в спеціалізованих знаннях.
Навчання персоналу	Підготовка співробітників до роботи з новою системою.	Підвищення ефективності та зменшення кількості помилок при використанні ERP.	Може вимагати значних ресурсів та часу.

Аспект	Опис	Переваги	Виклики
Інтеграція	Об'єднання ERP-системи з іншими системами підприємства.	Забезпечує єдину інформаційну систему для всіх підрозділів.	Технічні складнощі та можливість конфліктів з існуючими системами.
Тестування	Перевірка роботи системи в умовах реального використання.	Виявлення та усунення потенційних проблем перед повноцінним запуском.	Може виявити непередбачені проблеми, що вимагають додаткових витрат.
Запуск у роботу	Офіційне впровадження системи у повсякденну діяльність.	Початок використання ERP для управління бізнес-процесами.	Можливість виникнення непередбачених проблем у перші місяці експлуатації.
Підтримка та обслуговування	Поточна підтримка системи та оновлення програмного забезпечення.	Підтримка актуальності та безперебійної роботи системи.	Потребує постійних ресурсів та уваги.
Оцінка ефективності	Моніторинг та аналіз результатів роботи ERP-системи.	Виявлення досягнень та можливих напрямків для покращення.	Вимагає регулярного збору даних та аналітики.

Згідно з опитуванням Panorama Consulting Solutions, 63% компаній вважають за краще використовувати ERP-системи для підвищення ефективності та продуктивності. Компанії мають можливість не використовувати кілька різних програм з вузькою спрямованістю, а отримати систему, яка агрегує дані про діяльність усіх відділів, таких як фінанси, виробництво чи складське господарство. ERP-системи дозволили усунути бюрократію, підвищити конкурентоспроможність на ринку і полегшити управління компанією з будь-якої точки світу [1, 3, 5].

Управління відносинами з клієнтами (CRM) – поняття, що охоплює концепції, які використовуються компаніями для управління їхніми взаємовідносинами зі споживачами, включаючи збір, зберігання й аналіз інформації про споживачів, постачальників, партнерів та інформації про взаємовідносини з ними [2, 8, 10]. Вони надають інструменти для організації, автоматизації та синхронізації всіх аспектів взаємодії з клієнтами, включаючи маркетинг, продажі, обслуговування клієнтів та підтримку.

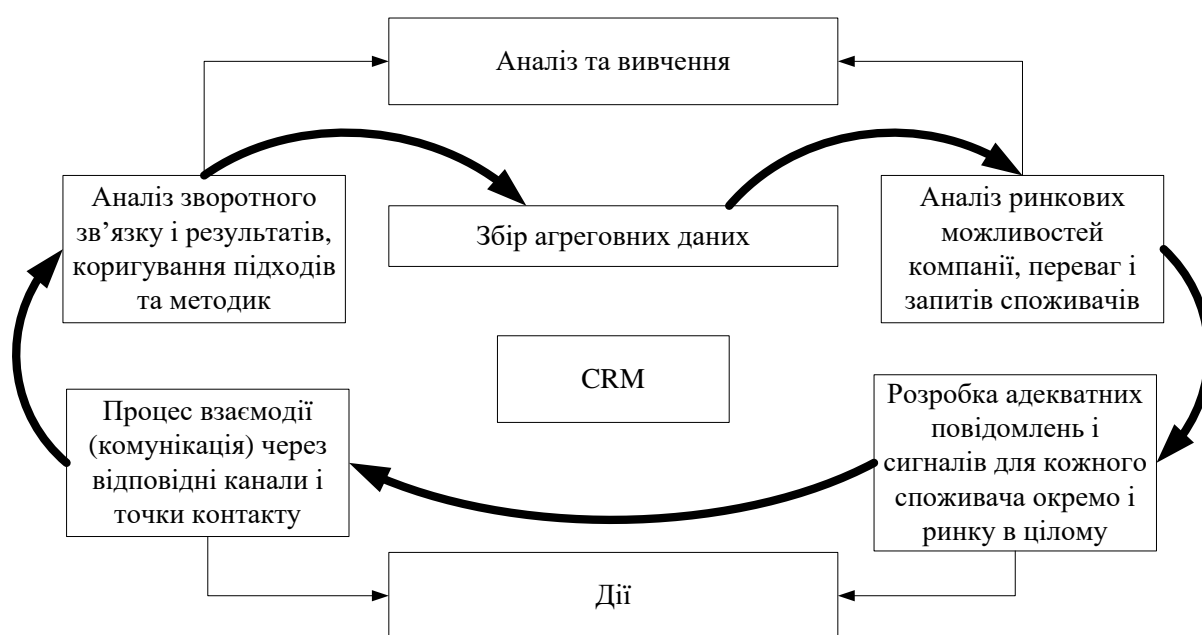


Рис. 1. Цикл інформаційних процесів в CRM [3]

Сутність основних функцій CRM систем полягає у наступних напрямках:

- управління контактами (CRM системи дозволяють зберігати всю інформацію про клієнтів в одному місці, включаючи контактні дані, історію покупок, комунікацію та вподобання клієнтів, що забезпечує повний огляд кожного клієнта та полегшує персоналізацію обслуговування);

- автоматизація продажів (CRM системи допомагають автоматизувати процес продажів, відстежуючи ліди (потенційних клієнтів) на кожному етапі продажу, від першого контакту до закриття угоди, що включає управління завданнями, відправку нагадувань та автоматизацію робочих процесів);

- маркетингова автоматизація (CRM системи дозволяють автоматизувати маркетингові кампанії, сегментувати клієнтів на основі їхньої поведінки та потреб, відправляти таргетовані повідомлення та аналізувати ефективність підприємств);

- аналітика та звітність (CRM системи надають потужні інструменти для аналізу даних та створення звітів, що дозволяє бізнесу краще розуміти своїх клієнтів, виявляти тенденції та приймати обґрунтовані рішення на основі отриманих даних);

- обслуговування клієнтів (CRM системи допомагають керувати запитами клієнтів, відстежувати історію обслуговування та забезпечувати швидку і ефективну підтримку, що сприяє підвищенню задоволеності клієнтів та їхньої лояльності).

Використання аналізу великих даних (Big Data) може значно сприяти розвитку підприємств у різних галузях. Big Data включає три основні характеристики: обсяг (Volume), швидкість (Velocity) і різноманітність (Variety) (рис. 2). Підприємства генерують величезні обсяги даних з різних джерел, включаючи транзакції, соціальні мережі та сенсори. Аналіз цих даних дозволяє виявити приховані закономірності та тренди, швидко реагувати на зміни та приймати оперативні рішення.

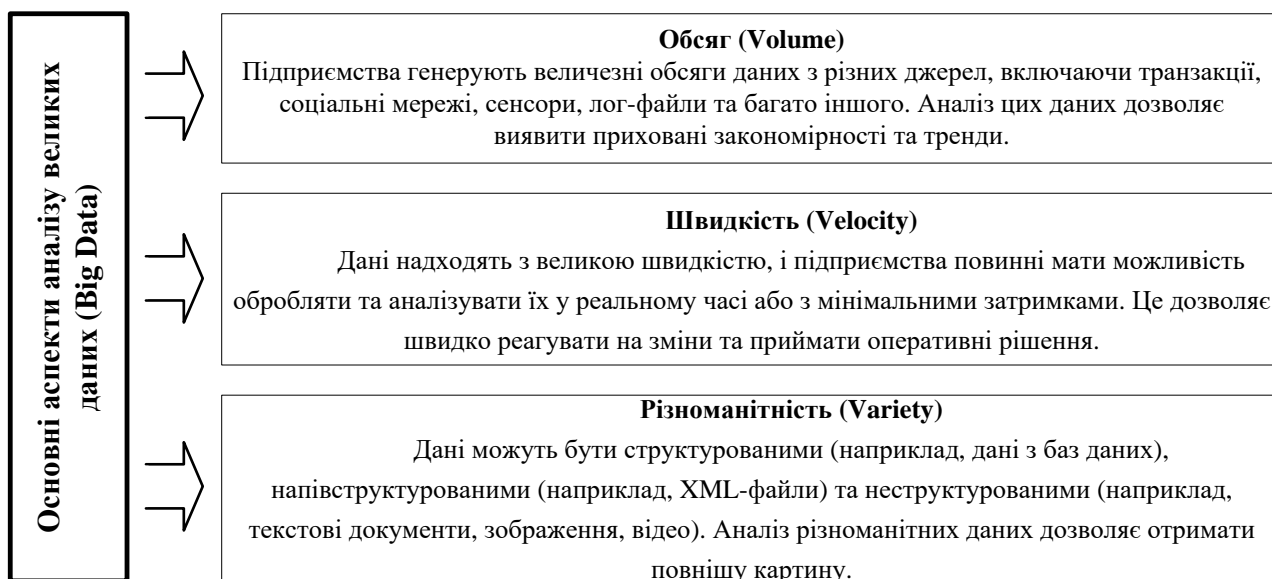


Рис. 2. Основні аспекти аналізу великих даних (Big Data)

Одним з основних застосувань Big Data є аналіз споживчої поведінки, що дозволяє створювати персоналізовані маркетингові кампанії та покращувати клієнтське обслуговування. Оптимізація бізнес-процесів, прогнозування попиту та виявлення шахрайства також виграють від використання Big Data. Аналіз історичних даних та зовнішніх факторів допомагає краще плану-

вати виробництво та управління запасами, а алгоритми машинного навчання дозволяють виявляти аномалії та попереджати шахрайство.

Big Data допомагає підприємствам оцінювати ризики та приймати обґрунтовані рішення для їх зниження. Інновації та розробка продуктів стають більш ефективними завдяки аналізу відгуків клієнтів, ринкових

трендів та конкурентної інформації. Використання технологій, таких як Hadoop, Spark, NoSQL бази даних, інструменти візуалізації та машинне навчання, забезпечує ефективний аналіз великих даних.

Однак використання Big Data має свої виклики, включаючи високу вартість зберігання та обробки даних, питання конфіденційності та безпеки, складність інтеграції даних з різних джерел та необхідність спеціалізованих знань. Незважаючи на це, аналіз великих даних може стати важливим фактором успіху для підприємств, допомагаючи їм приймати обґрунтовані рішення, оптимізувати процеси та створювати інноваційні продукти і послуги у сучасному конкурентному середовищі.

Цифрова трансформація суттєво впливає на бізнес-процеси, моделі управління, комунікації з клієнтами та споживачами, а також взаємодію з постачальниками. Цей процес включає впровадження цифрових технологій для вдосконалення різних аспектів діяльності підприємств, що призводить до підвищення ефективності, гнучкості та конкурентоспроможності.

Вплив на бізнес-процеси проявляється через автоматизацію рутинних завдань, оптимізацію операцій та покращення управління ресурсами. Завдяки використанню систем управління ресурсами підприємства (ERP), бізнеси можуть інтегрувати різні функції, такі як фінанси, виробництво, логістика та управління персоналом, у єдину платформу. Це дозволяє зменшити витрати, підвищити продуктивність та забезпечити більш точне планування і контроль. Автоматизація процесів також сприяє скороченню часу виконання завдань та зниженню ймовірності помилок.

Моделі управління зазнають змін завдяки впровадженню аналітичних інструментів та технологій машинного навчання. Ці інструменти дозволяють керівникам приймати обґрунтовані рішення на основі даних, аналізувати тенденції та прогнозувати майбутні зміни. Цифрові технології також сприяють децентралізації управління, дозволяючи керівникам на місцях приймати оперативні рішення, що підвищує швидкість реагування на зміни в ринковому середовищі. Крім того, системи управління взаємо-

відносинами з клієнтами (CRM) забезпечують більш ефективне управління клієнтською базою та покращення взаємодії з клієнтами.

Комунікації з клієнтами та споживачами значно покращуються завдяки цифровим каналам, таким як соціальні мережі, мобільні додатки, електронна пошта та чати. Ці канали дозволяють підприємствам підтримувати постійний зв'язок з клієнтами, швидко реагувати на їхні запити та надавати персоналізовані пропозиції. Використання великих даних (Big Data) дозволяє бізнесам аналізувати поведінку споживачів, виявляти їхні потреби та уподобання, що сприяє підвищенню рівня задоволеності клієнтів і їхньої лояльності.

Взаємодія з постачальниками також зазнає трансформації завдяки впровадженню цифрових технологій. Системи управління ланцюгами постачання (SCM) дозволяють підприємствам краще контролювати всі етапи постачання, від замовлення сировини до доставки готової продукції. Метою SCM є максимізація загальної цінності, створеної ланцюгом поставок. Ця цінність визначається як різниця між сумою, яку клієнт готовий заплатити за продукт, і витратами, понесеними в ланцюгу поставок. Для більшості ланцюгів поставок таким показником є «прибутковість ланцюга поставок», що визначається як різниця між доходом, отриманим від покупця, і загальними витратами ланцюга поставок [4,6,7,9].

Цифровізація приносить значні переваги для підприємств, зокрема підвищення гнучкості, конкурентоспроможності та продуктивності. Водночас вона супроводжується викликами, такими як опір змінам серед працівників, висока вартість технологічних оновлень та загрози кібербезпеки (табл. 2). Успішне подолання цих викликів потребує стратегічного підходу, інвестицій у навчання персоналу та постійне оновлення засобів захисту інформації.

Отже, це сприяє підвищенню прозорості, зниженню витрат та покращенню координації між різними учасниками ланцюга постачання. Використання аналітичних інструментів дозволяє прогнозувати попит та оптимізувати запаси, що зменшує ризики пов'язані з нестачею або надлишком товарів.

Переваги та виклики процесу цифровізації

Аспект	Переваги	Виклики
Зміни в організаційній культурі	Підвищення гнучкості та швидкості реагування на зміни. Покращення співпраці та комунікації між відділами. Залучення талановитих працівників.	Опір змінам серед працівників. Необхідність перенавчання та розвитку нових навичок. Переосмислення традиційних підходів до управління.
Необхідність постійного оновлення технологій	Забезпечення конкурентоспроможності на ринку. Впровадження нових можливостей та інновацій. Підвищення продуктивності та ефективності.	Високі витрати на придбання та впровадження нових технологій. Швидка амортизація технологій. Постійна потреба в навчанні персоналу.
Виклики щодо кібербезпеки	Захист конфіденційної інформації. Підвищення довіри клієнтів та партнерів. Зменшення ризиків фінансових втрат від кібератак.	Постійні загрози з боку кіберзлочинців. Необхідність впровадження складних і дорогих заходів безпеки. Недостатня обізнаність працівників.

Висновки. Процес цифровізації є критично важливим для розвитку вітчизняних підприємств, особливо в умовах нестабільності. Впровадження цифрових технологій дозволяє підприємствам підвищити ефективність своїх операцій, покращити взаємодію з клієнтами та адаптивність до змін. З огляду на економічні та соціальні виклики цифровізація стає не лише конкурентною перевагою, але й необхідністю для виживання та розвитку підприємств. Цифрова трансформація впливає на різні аспекти діяльності підприємств, покращуючи бізнес-процеси, моделі управління, комунікації з споживачами та постачальниками. Впровадження цифрових технологій сприяє підвищенню ефективності, гнучкості та конкурентоспроможності підприємств, що є ключовими факторами успіху в сучасному динамічному ринковому середовищі.

Література

- Гребенюк О.В., Микитенко В.В. Захист інформаційно-методичної бази даних суб'єктів господарювання та напрями підвищення рівня інформаційної безпеки. *Вісник економічної науки України*. 2010. №2(18). С. 79-82.
- Можливості використання CRM-систем / Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.terrasoft.ua>
- Мозгова Г.В., Морозова А.О., Фомін О.Д. Використання crm-систем на українському ринку: особливості та перспективи. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&image_file_name=PDF/PSPE_print_2017_2_17.pdf
- Овчаренко Г.С., Рудківський О.А. Управління ланцюгами постачання підприємства на основі системи SCM. URL:

http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_3_1/138-142.pdf

- Управління соціально-економічними системами на основі підвищення ефективності маркетингових послуг в умовах діджиталізації колективна монографія за ред. д. е. н., проф. Чобіток В.І. Х.: Видавництво Іванченка І.С., 2023. 363 с.
- Олешко Т.І., Касьянова Н.В., Смерічевський С.Ф. Цифрова економіка: підручник. Київ: НАУ, 2022. 200 с.
- Чобіток В.І., Бірюкова К.В., Старенков Д.О. Актуалізація розвитку інформаційної економіки в умовах глобальних трансформацій. *Бізнес Інформ*. 2021. №10. С. 135-143. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-10-135-143>
- Чобіток І.О. Стратегічне управління промисловими підприємствами в контексті цифрової трансформації: науково-теоретичний підхід. *Бізнес Інформ*. 2022. №12. С. 120-126.
- Panorama Consulting Group : вебсайт. URL: <https://www.panorama-consulting.com/erp-blog/>
- V. Chobitok, O. Shevchenko, O. Lomonosova, V. Kochetkov, V. Vukhovchenko Application of budget allocation models in the management of investment processes in the context of the digital economy development. *Cuestiones Políticas*. Vol. 39, № 71 (2021). <https://doi.org/10.46398/cuestpol.3971.35>.

References

- Hrebenuk, O.V., & Mykytenko, V.V. (2010). Zakhyst informatsiino-metodychnoi bazy danykh subiektiv hospodariuvannia ta napriamy pidvyshchennia rivnia informatsiinoi bezpeky. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy*, 2(18), 79-82.
- Mozhlyvosti vykorystannia CRM-system. Retrieved from <https://www.terrasoft.ua>
- Mozhova, H.V., Morozova, A.O., & Fomin, O.D. (2017). Vykorystannia crm-system na ukrainському rynku: osoblyvosti ta perspektyvy. Retrieved from http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&image_file_name=PDF/PSPE_print_2017_2_17.pdf

4. Ovcharenko, H.S., & Rudkivskyĭ, O.A. (2011). Upravlinnia lantsiuhamy postachannia pidpriemstva na osnovi systemy SCM. Retrieved from http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_3_1/138-142.pdf
5. Chobitok, V.I. (Ed.). (2023). Upravlinnia sotsialno-ekonomichnymy systemamy na osnovi pidvyshchennia efektyvnosti marketynhovykh posluh v umovakh didzhitalizatsii. Kharkiv: Vydavnytstvo Ivanchenko, I.S.
6. Oleshko, T.I., Kasianova, N.V., Smerichevskiy, S.F. «Et al.». (2022). Tsyfrova ekonomika. Kyiv: NAU.
7. Chobitok, V.I., Biriukova, K.V., & Starenkov, D.O. (2021). Aktualizatsiia rozvytku informatsiinoi ekonomiky v umovakh hlobalnykh transformatsiy. *Biznes Inform*, (10), 135-143. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-10-135-143>
8. Chobitok, I.O. (2022). Stratehichne upravlinnia promyslovymy pidpriemstvamy v konteksti tsyvrovoi transformatsii: naukovy-teoretychnyi pidkhid. *Biznes Inform*, (12), 120-126. doi.org/10.32983/2222-4459-2022-12-120-126
9. Panorama Consulting Group: vebсайt. Retrieved from <https://www.panorama-consulting.com/erp-blog/>
10. V. Chobitok, O. Shevchenko, O. Lomonosova, V. Kochetkov, V. Bykhovchenko (2021). Application of budget allocation models in the management of investment processes in the context of the digital economy development. *Cuestiones Políticas*. Issue 39, (71). <https://doi.org/10.46398/cuestpol.3971.35>.

RELEVANCE OF THE DIGITALIZATION PROCESS IN THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF SOCIO-ECONOMIC INSTABILITY

I. O. Chobitok, Ph. D (Econ.), Assistant Lecturer, O. I. Kononov, Senior Lecturer, Ukrainian Engineering Pedagogics Academy

Methods. During the research, the following methods were used: systemic approach – when studying the process of digital transformation of the economy and its consequences for the functioning of enterprises; analysis and synthesis – when determining the advantages and challenges of introducing digital technologies into the economic activity of domestic enterprises; structural and functional analysis – when distinguishing the components of the cycle of information processes in CRM.

Results. The cycle of information processes in CRM is considered and analyzed, covering the concepts on which the management activities of enterprises are based, including the collection, storage and analysis of information about consumers, suppliers, partners and information about relationships with them. Digitalization processes have been shown to provide tools to organize, automate and synchronize all aspects of customer interaction, including marketing, sales, customer service and support, and more. The main components of Big Data based on the use of big data analysis are defined and it is shown that it can significantly contribute to the development of enterprises in various industries. Businesses generate massive amounts of data from a variety of sources, including transactions, social media and sensors. Analysis of this data allows you to identify hidden patterns and trends, quickly react to changes and make operational decisions.

Novelty. The article highlights the advantages and identifies the challenges of the digitization process. The key aspects of the implementation of ERP systems have been determined, which allows for the integration of various aspects of the company's activities, providing more accurate planning, control and analysis. This helps to optimize the use of resources and increase productivity, which is critically important in conditions of instability, when it is necessary to use the available resources as efficiently as possible.

Practical value. It was determined that digital transformation significantly affects various aspects of enterprise activity, improving business processes, management models, communication with clients and consumers, as well as interaction with suppliers. The implementation of digital technologies contributes to increasing the efficiency, flexibility and competitiveness of enterprises, which are key success factors in today's dynamic market environment.

Keywords: digital transformation of enterprises, socio-economic instability, business competitiveness, technological innovation, strategic management.

Надійшла до редакції 29.05.24 р.

ЕКОНОМІЧНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ ДЛЯ РЕАБІЛІТАЦІЇ ТА РЕІНТЕГРАЦІЇ ВЕТЕРАНІВ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

*С. О. Острианин, Ph. D (Економ.), доцент, НТУ «Дніпровська політехніка»,
ostrianyn.s.o@ntu.one, <https://orcid.org/0000-0001-9012-9913>,*

*Л. С. Безугла, д. е. н., професор, НТУ «Дніпровська політехніка»,
bezuhla.l.s@ntu.one, <https://orcid.org/0000-0002-6520-4325>,*

*М. В. Белобородова, к. е. н., доцент, НТУ «Дніпровська політехніка»,
bieloborodova.M.V@ntu.one, <https://orcid.org/0000-0001-8329-7679>,*

*В. В. Кулівар, Ph. D (Економ.), доцент, НТУ «Дніпровська політехніка»,
kulivar.v.v@ntu.one, <https://orcid.org/0000-0002-7817-9878>*

Методологія дослідження. Під час дослідження використано потребо-орієнтований підхід для оцінки потреб ветеранів та визначення шляхів, якими інклюзивний туризм може задовольнити ці потреби. Аналіз моделей соціального підприємництва за допомогою методу аналогії дозволив адаптувати успішні підходи з інших галузей до розвитку інклюзивного туризму. Застосовано мережевий аналіз для оцінки зовнішнього середовища та взаємозв'язків між стейкхолдерами, а також аналіз ресурсів (Resource-Based View, RBV) для оцінки внутрішніх ресурсів галузі. Порівняльний аналіз міжнародного досвіду допоміг визначити найкращі практики, що можуть бути адаптовані до українських умов.

Результати. Виявлено, що інклюзивний туризм є ефективним інструментом реабілітації та реінтеграції ветеранів, забезпечуючи їх соціально-економічну адаптацію в повоєнний період. Аналіз потреб ветеранів показав, що основні з них (доступ до медичної та психологічної підтримки, професійної реабілітації та соціальної інтеграції) можуть бути частково задоволені завдяки розвитку інклюзивного туризму. Адаптація моделей соціального підприємництва до умов інклюзивного туризму дозволила визначити ефективні механізми його фінансування, Мережевий аналіз виявив, що успішна реалізація цих механізмів потребує тісної співпраці між державними органами, приватним сектором та неурядовими організаціями.

Новизна. Встановлено, що розвиток інклюзивного туризму в Україні, який зорієнтований на реабілітацію та реінтеграцію ветеранів, може бути значно посилений через використання моделей соціального підприємництва, що раніше не застосовувалися в цьому контексті. Виявлено, що адаптація цих моделей, зокрема впровадження соціальних облігацій та податкових пільг, може забезпечити стійкий фінансовий розвиток інклюзивного туризму і на цій основі задовольнити специфічні потреби ветеранів.

Практична значущість. Запропоновано рекомендації для економічної політики, спрямованої на розвиток інклюзивного туризму в Україні з особливим акцентом на реабілітацію та реінтеграцію ветеранів. Впровадження моделей соціального підприємництва, зокрема через соціальні облігації та податкові пільги, надає можливість створення стійких економічних умов для розвитку цього сектору. Це сприятиме не лише задоволенню потреб ветеранів, але й активізації участі приватного сектору та громадянського суспільства в економічному розвитку країни.

Ключові слова: інклюзивний туризм, соціальне підприємництво, реабілітація ветеранів, соціальні облігації, податкові пільги, реінтеграція ветеранів, економічний розвиток України.

Постановка проблеми. Згідно з офіційними заявами, після завершення війни в Україні очікується зростання чисельності ветеранів, включно з членами родин, до 5–6 млн. осіб. Зазначається, що близько 70% з них мали офіційне працевлаштування до мобілізації і близько половини матиме потребу в працевлаштуванні після демобілізації. Системне сприяння працевлаштуванню є елементом більш широкої задачі з повоєнної реабілітації та соціальної реінтеграції ветеранів. В умовах обмеженої фінансової спроможності повоєнної економіки актуальною є проблема пошуку доступних підходів і політик до економічного сприяння реабілітації, реінтеграції і працевлаштуванню, зокрема створення умов для залучення іноземних інвестицій і сприяння поширенню сучасних бізнес-моделей реалізації відповідних проєктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У роботах вітчизняних авторів, які досліджують питання реабілітації і реінтеграції ветеранів, наголошується на важливості ролі спільноти в цьому процесі та надання соціальної підтримки, сприяння розбудові зв'язків всередині спільноти між її різними групами. Визначається наявність реінтеграційного потенціалу, потенціалу залучення місцевого бізнесу в процесі реінтеграції, перспективах інклюзивного туризму. Одним зі способів реінтеграції визначається підтримка у працевлаштуванні. Вказується і на наявність бар'єрів, що перешкоджають реінтеграції, або ускладнюють її.

А. Демерс на основі результатів дослідження ветеранів війн в Іраку та Афганістані зазначає на труднощах реадаптації до цивільної культури, згадує про кризу ідентичності як причину; рекомендації включають соціальну підтримку і створення перехідних груп, навчальних програм для медичних, соціальних працівників та освітніх радників [1].

Г. Слосанська аналізує вітчизняний та зарубіжний досвід впровадження соціальної підтримки ветеранів. Наголошується на проблемі невизначеності і дублювання відповідальності за процеси реінтеграції між різними відомствами, що знижує ефективність та призводить до виникнення конфліктних ситуацій, в якості альтернативи

пропонується створення єдиної установи з питань підтримки.

Враховуючи зазначені раніше очікувані цифри чисельності ветеранів та їх сімей, що потребуватимуть соціально-економічної підтримки, важливими є пошук і формулювання таких заходів та політик, що сприятимуть формуванню системних рішень і враховуватимуть інтереси всіх груп повоєнного суспільства, зокрема способів економічного стимулювання та підтримки розвитку цих процесів. Зокрема, пропонується формування ролі кейс-менеджера, до функцій якого б відносилося визначення надавачів соціальних послуг, налагодження міжгалузевої взаємодії для здійснення ефективної соціальної підтримки, тощо [2].

Результати проведеного Т. Захаріною анкетування ветеранів вказують, що найбільш затребуваними видами підтримки є соціально-економічна підтримка від держави чи недержавних організацій, правової підтримки – 97,37%. Натомість, питання професійно-трудова реабілітації чи перекваліфікації актуальними є для 56,2% і неактуальними для 43,8% респондентів відповідно [3].

Великий доробок на тему реінтеграції ветеранів належить А. Вербицькій. В якості інструменту реінтеграції вона пропонує модель співпраці традиційного бізнесу та соціальних підприємств та узгодження бізнес-цілей з соціальними потребами. Передбачається, що за такої моделі соціальні підприємства отримують ресурси, а бізнес – підвищення своєї корпоративної соціальної відповідальності. Жителі місцевої громади, зокрема ветерани беруть участь в цьому партнерстві як джерело низових соціально затребуваних ініціатив – один зі стейкхолдерів [4]. Пропонується також здійснювати підтримку підприємців-ветеранів, зокрема: програми допомоги підготовки бізнес-планів та виявлення соціального впливу, податкові пільги або знижки, більший доступ до державних закупівель, центри соціального підприємництва [5].

Н. Білоусова вказує на перспективи інклюзивного та соціального туризму як інструментів реабілітації та реінтеграції. Зокрема, вказується на недостатній розвиток цієї ринкової ніші та зростання попиту вна-

слідок збільшення числа ветеранів. Вказується на потребі сприяння появи інклюзивних туристичних центрів, що концентруватимуть рекреаційні та туристичні ресурси, діяльність реабілітаційних установ та обслуговуючої інфраструктури, зокрема соціальної та транспортної [6].

Н. Веворські досліджує різні модифікації моделі індивідуального працевлаштування та працевлаштування з підтримкою як підходу до реінтеграції [7].

Онлайн-звіт про потреби ветеранів, підготовлений в 2023 році, вказує, що 63,6% опитаних ветеранів хотіли би зайнятися підприємництвом і ще 6,2 – вже мають власну справу [8].

В поєднанні, зазначені пропозиції формують перспективи до розгляду сектору інклюзивного туризму як механізму підтримки реабілітації і реінтеграції ветеранів, отже є актуальним дослідження економічних механізмів стимулювання та сприяння розвитку цього сектору.

Формулювання мети статті. Метою даної статті є формування рекомендацій щодо економічних шляхів стимулювання розвитку інклюзивного туризму, спрямованого на реабілітацію та реінтеграцію ветеранів у поствоєнний період.

Виклад основного матеріалу дослідження. У статті розглянуто сучасний стан інклюзивного туризму для ветеранів, зокрема, визначені потреби ветеранів під час їхньої реабілітації та реінтеграції в поствоєнний період. Окремо проведено аналіз успішних програм з реабілітації та реінтеграції, з акцентом на методи, які виявилися найбільш ефективними та відповідають або не відповідають потребам ветеранів. Це дозволить оцінити існуючі виклики та визначити приховані або неусвідомлені потреби, що можуть виникати в процесі реалізації таких програм. Далі розглянуто економічні стратегії розвитку інклюзивного туризму, включаючи бізнес-моделі соціального підприємництва, механізми фінансової підтримки, інвестиційні можливості та конкретні рекомендації щодо стимулювання цього сектора для успішної реабілітації та реінтеграції ветеранів. Проведено аналіз перспектив розвитку інклюзивного туризму для ветеранів, з урахуванням міжнародного досві-

ду, який може бути адаптований до умов України.

Визначається цілий ряд потреб, котрі мають ветерани в повоєнний час при поверненні до цивільного життя, зокрема: в соціальній реабілітації – середовищі, в якому можлива ефективна взаємодія зі спільнотою; полегшенні працевлаштування, зокрема для осіб з особливими потребами; соціальній безпеці – доступі до забезпечення щоденних потреб та покриття медичних витрат; доступі до освіти; культурній та спортивній участі. Задля забезпечення сприятливого середовища для соціальної реінтеграції важливою є інформаційно-просвітницька робота з цивільним населенням задля підвищення їх розуміння потреб та проблем, з якими стикаються ветерани при поверненні до цивільного життя [9]. Також зазначається потреба в самореалізації, зокрема через підприємницьку діяльність, спрощеному доступі до фінансових ресурсів для її провадження, реабілітаційних послугах для вирішення проблем фізичного та психічного здоров'я [10].

Згідно анкетування ветеранів з досвідом участі в АТО/ООС та без а також членів їх сімей, медична реабілітація дуже важлива для ветеранів, з 33,5% до 41,6% вважають її дуже актуальною. Психологічна підтримка: менш нагальна, лише від 10,3% до 18,5% вважають це дуже важливим. Багато хто вважає, що це не потрібно. Соціально-економічна підтримка: головний пріоритет, оскільки 45,3% до 48,5% ветеранів та членів сім'ї вважають це дуже важливим. Юридична підтримка: Важливо для багатьох, оскільки 22,5% до 41,1% вважають це дуже актуальним. Професійна реабілітація: Змішане значення, при цьому 15,4% до 19,3% вважають її дуже актуальною, але багато хто вважає це менш нагальним. Моральна підтримка та культурна інтеграція: Як правило, менш важливі, низькі відсотки вважають їх дуже актуальними [3].

Перешкодами для реінтеграції можуть виступати складнощі з перетворенням військового досвіду на цивільні навички роботи, соціальна ізоляція, стигма психічного здоров'я, навігація складними системами пільг та послуг, різність цивільної культури від військового життя [11].

Розглянемо приклади успішних програм та вдалого світового досвіду соціальної реінтеграції ветеранів.

В США волонтерські організації, такі як Team Rubicon та The Mission Continues спрямовані на ліквідацію наслідків природних катастроф, зокрема ураганів, в США та по всьому світу залучаючи ветеранів як учасників і надаючи їм можливість застосувати навички та досвід набуті в бойових діях в цивільному житті і, таким чином, наділяючи їх відчуттям приналежності і відчуття власної значущості, призначення, реалізації в новій ролі. Учасники та члени їх сімей зазначають, що участь в програмі надала їм відчуття призначення, належності до спільноти та ідентичності. Скрінінг учасників до та після участі в програмі вказує на 50% скорочення проявів депресії [12]. Програма The PaYS в США асистує колишніх військових з працевлаштуванням в бізнесі на посади, для яких навички, набуті під час служби, є актуальними. Діяльність програми спрямована на пошук відповідних можливостей. Magellan Federal – окремий підрозділ прибуткової корпорації охорони здоров'я в США, за кошти фінансування різноманітних оборонних державних відомств надає ряд реабілітаційних та реінтеграційних послуг ветеранам, зокрема послуги відновлювального туризму. Великий відсоток персоналу цього підрозділу – колишні військові, зокрема медики або ж члени їх сімей – що забезпечує високий рівень розуміння потреб ветеранів, що отримують ці послуги [13].

В Україні аналогічні організації перебувають на етапі становлення і розробки відповідних політик і проєктів, націлених на заповнення прогалів в даних, розширенні можливостей працевлаштування і спрощення доступу до послуг з підтримки психологічного здоров'я, наприклад IREX, програми міжособистісних тренінгів, сімейного відновлювального туризму, груп підтримки від БО Help Us Help.

На основі розглянутого досвіду можна зробити висновки: що приватний бізнес є більш ефективним надавачем реабілітаційних та реінтеграційних послуг, зокрема інклюзивного туризму; що ветерани мають яскраво виражену потребу в соціально-економічній підтримці, зокрема підтримці

підприємницької діяльності; що результатами у реабілітації і реінтеграції є залучення ветеранів до діяльності, зокрема працевлаштування, що дозволяє використовувати їх навички і досвід, набуті під час служби, а також надають відчуття сенсу і призначення; залучення до надання послуг інших ветеранів, що забезпечує краще розуміння потреб отримувачів реабілітаційних послуг. Сприяння реалізації проєктів інклюзивного туризму за моделлю соціального підприємництва може бути рішенням, що відповідатиме всім вищезазначеним потребам, очікуванням та особливостям ветеранів. Ветерани можуть брати участь в таких проєктах як отримувачі, так і надавачі послуг.

Розглянемо детальніше основні типи моделей соціального підприємництва та як вони можуть бути використані в сфері інклюзивного туризму. Моделі соціального кооперативу, підприємницької некомерційної діяльності та соціального бізнесу: Ці моделі були емпірично підтверджені та представляють різні підходи до соціального підприємництва. Соціально-кооперативна модель наголошує на колективній власності та демократичному прийнятті рішень. Підприємницька некомерційна модель зосереджена на отриманні доходу для підтримки соціальних місій без розподілу прибутку. Модель соціального бізнесу поєднує отримання прибутку з соціальними цілями, спрямовані на стійкий вплив у різних секторах [14].

Модель каталізатора фокусується на наданні можливості та розширенні можливостей інших організацій чи окремих осіб для створення соціального впливу. Соціальні підприємці, які використовують цю модель, виступають як фасилітатори або активізатори, надаючи ресурси, знання чи платформи, які інші можуть використовувати. Ця модель підкреслює співпрацю та побудову мереж для посилення соціального впливу за межі можливостей однієї організації. У цій моделі соціальні підприємці використовують свої спеціалізовані знання чи досвід для вирішення конкретних соціальних питань. Вони виступають посередниками, з'єднуючи тих, хто потребує експертизи, з тими, хто може її надати, створюючи таким чином

цінність через передачу знань. Ця модель часто передбачає консультації або консультативні послуги, де експертиза соціального підприємця є основним ресурсом, який пропонується [15].

Модель чотириразової спіралі: Ця модель підкреслює співпрацю між чотирма ключовими зацікавленими сторонами: академічними колами, бізнесом, урядом та громадою. Він підкреслює важливість спільного створення та підтримки екосистеми для розширення можливостей громад, особливо людей з обмеженими можливостями. Модель передбачає, що ці зацікавлені сторони працюють разом, щоб створити соціальну цінність та сприяти розширенню економічних можливостей. Розширення можливостей на основі громади: Соціальне підприємництво може розширити можливості громад економічно, залучаючи їх до підприємницької діяльності. Ця модель зосереджена на створенні можливостей для неблагополучних груп, таких як люди з обмеженими можливостями, шляхом інтеграції їх у економічну діяльність та підвищення їхніх навичок. Соціальні підприємства відіграють вирішальну роль у цій моделі, виступаючи мостом між громадою та різними зацікавленими сторонами. Соціальні підприємства – це організації, які переслідують як соціальні, так і економічні цілі з підприємницьким духом. Вони беруть участь у наданні соціальних послуг та інтеграції неблагополучних груп у робочу силу. Ця модель підкреслює роль соціальних підприємств у сприянні системним змінам та створенні соціальної цінності за допомогою бізнес-підходів [16].

Проаналізуємо, як зазначені моделі можуть бути застосовані до організації соціального підприємництва в сфері інклюзивного туризму з залученням ветеранів в якості стейкхолдерів, котрі виступають як надавачами, так і отримувачами послуг.

Соціально-кооперативна модель. Залучення ветеранів як отримувачів послуг: Ветерани можуть стати членами кооперативу, що спеціалізується на організації інклюзивних туристичних послуг. Ця модель передбачає колективну власність, що дозволить ветеранам брати активну участь у прийнятті рішень, відчувати свою приналежність до спільноти та впливати на процеси, що забез-

печують їхню реабілітацію. Залучення ветеранів як надавачів послуг: Ветерани, які мають відповідні навички або бажання працювати у сфері туризму, можуть стати працівниками або партнерами кооперативу, надаючи різноманітні послуги, такі як екскурсії, гідівництво, організація подорожей та інші туристичні послуги. Це дозволить їм використовувати свої навички та отримувати прибуток, одночасно сприяючи реінтеграції.

Підприємницька некомерційна модель. Залучення ветеранів як отримувачів послуг: Некомерційні організації можуть створювати програми інклюзивного туризму, що спеціально орієнтовані на ветеранів. Фінансування таких програм може здійснюватися за рахунок донорських коштів, грантів та пожертвувань. Це дозволить ветеранам отримати доступ до реабілітаційних послуг без необхідності покривати їхні витрати самотійно. Залучення ветеранів як надавачів послуг: Ветерани можуть бути залучені до роботи в некомерційних організаціях, які займаються інклюзивним туризмом, виконуючи роль тренерів, наставників або консультантів. Це дозволить їм використовувати свій досвід та знання для допомоги іншим ветеранам.

Модель соціального бізнесу. Залучення ветеранів як отримувачів послуг. Соціальні підприємства можуть створювати продукти або послуги інклюзивного туризму, що мають комерційну вартість, але орієнтовані на соціальні цілі, такі як реабілітація ветеранів. Ветерани можуть користуватися цими послугами, отримуючи при цьому доступ до високоякісного сервісу, адаптованого під їхні потреби. Залучення ветеранів як надавачів послуг: Ветерани можуть працювати в соціальних бізнесах, де поєднується отримання прибутку з соціальною місією. Вони можуть брати участь у розробці та наданні туристичних послуг, використовуючи свої знання та досвід, що підвищить їхнє почуття самореалізації та дозволить їм отримувати стабільний дохід.

Модель каталізатора. Залучення ветеранів як отримувачів послуг: Соціальні підприємці, які використовують цю модель, можуть створювати платформи або мережі, де ветерани можуть знайти інформацію про інклюзивні туристичні програми, отримати

консультації та підтримку для участі в таких програмах. Залучення ветеранів як надавачів послуг: Ветерани можуть виступати експертами або консультантами, допомагаючи розробляти та впроваджувати програми інклюзивного туризму. Вони можуть ділитися своїм досвідом з іншими організаціями або особами, які прагнуть розширити можливості соціального підприємництва у сфері туризму.

Модель чотириразової спіралі. Залучення ветеранів як отримувачів послуг: Ветерани можуть брати участь у спільних програмах, що створюються за участю академічних установ, бізнесу, уряду та громадських організацій. Ці програми можуть включати комплексну підтримку ветеранів через інклюзивний туризм, поєднуючи освітні, соціальні та економічні аспекти. Залучення ветеранів як надавачів послуг: Ветерани можуть бути залучені до співпраці з різними стейкхолдерами, виступаючи як представники громад, тренери або наставники. Це дозволить їм брати активну участь у створенні соціальної цінності та впливати на розширення можливостей інших ветеранів.

Згідно з моделлю соціального підприємництва, приватні туристичні підприємства можуть впроваджувати інклюзивні програми, спрямовані на безкоштовне надання реабілітаційних та рекреаційних послуг ветеранам, фінансуючи ці програми за рахунок підвищення цін на послуги для цивільних споживачів або ж частково перекладаючи витрати на свій власний прибуток. Такий підхід дозволяє зберігати комерційну бізнес-модель діяльності, водночас отримуючи значні репутаційні вигоди від благодійного аспекту своєї роботи. Крім того, це надає можливість цивільним гостям брати участь у благодійній діяльності, виступаючи спонсорами або донорами, що підвищує їхню залученість і додає цінність до їхнього туристичного досвіду.

Інклюзивний туризм служить методом реабілітації шляхом сприяння фізичному, психологічному та соціальному відновленню. Це допомагає відновити адаптаційні можливості та підвищує стійкість до стресових факторів, що має вирішальне значення для ветеранів, які можуть зіткнутися з різ-

ними проблемами після служби. Інклюзивний туризм сприяє соціальній інтеграції, надаючи ветеранам можливості брати участь у громадській діяльності та культурному обміні. Це допомагає протидіяти соціальній ізоляції та сприяє почуттю приналежності [17]. Ринок інклюзивного туризму розширюється, пропонуючи економічні можливості для ветеранів через зайнятість та підприємництво в туристичному секторі. Це зростання підтримується практиками бенчмаркінгу, що підвищують конкурентоспроможність туристичних підприємств [18].

Туристична галузь України має потужний інвестиційний потенціал, особливо з боку іноземних інвесторів. Основна увага повинна бути приділена створенню сприятливих умов для інвестицій за допомогою регуляторних, правових та економічних реформ. Сюди входить скорочення бюрократичних затримок і створення спеціальних економічних зон з пільговими умовами для інвесторів. Інвестиційний потенціал туристичної галузі України розділений на внутрішні та зовнішні джерела. Залучення іноземних інвестицій є важливим, а стратегії включають створення туристичних кластерів та спеціальних економічних зон для стимулювання інвесторів [19].

Природно-географічний потенціал туризму в Україні є значним, що накладається на тенденцію до депопуляції сільських, зокрема віддалених районів. Відповідно, можна говорити про потенціал нереалізованих і незадіяних територій, котрі могли б слугувати як ресурсом підтримки ветеранського підприємництва в сфері туризму з боку держави, так і вирішенням питання забезпечення житловими пільгами. Пропонується запозичення досвіду Італії, а саме проекту «Відродження сіл». Програма «відродження села» покликана допомогти невеликим селам Італії, які втрачають людей та ресурси. Вона спрямована на те, щоб зробити ці сфери більш привабливими та збалансованими, створюючи нові можливості та центри інтересів. Ключовою частиною програми є інтерактивна веб-інформаційна панель, яка допомагає органам місцевого самоврядування планувати та приймати рішення щодо сталого розвитку. Цей інструмент використовує дані для підтримки місцевої політики

та залучає громади та зацікавлені сторони до процесу. Програма також зосереджена на покращенні доступу до послуг та розширенні можливостей вразливих груп. Вона узгоджується з більш широкими європейськими та італійськими стратегіями для стимулювання місцевої економіки, сприяння культурному та сталому туризму та забезпечення того, щоб села мали необхідну інфраструктуру. Роблячи це, вона сподівається зменшити розрив між великими містами та малими містечками та створити більш збалансовану та інклюзивну модель розвитку [20].

Переймаючи цей досвід, можливо залучати ветеранів як стейкхолдерів до відновлення віддалених сільських громад, котрі втрачають людей та ресурси. Навички, набуті ветеранами під час служби, можуть стати ключовим ресурсом для ревіталізації сільських районів і розбудови центрів інклюзивного туризму. Лідерські та організаційні здібності допоможуть ефективно керувати проектами і координувати дії між різними зацікавленими сторонами. Інженерні та технічні знання стануть в нагоді для створення і відновлення туристичної інфраструктури, а комунікативні навички сприятимуть співпраці з місцевими громадами та інвесторами. Адаптивність і здатність вирішувати проблеми дозволять ветеранам ефективно реагувати на виклики у складних умовах сільської місцевості. Знання логістики забезпечать належне планування і підтримку туристичних маршрутів, а досвід у галузі безпеки підвищить рівень безпеки туристичних об'єктів. Усі ці навички сприятимуть як соціально-економічній інтеграції ветеранів, так і розвитку місцевих громад.

Розглянемо можливі моделі фінансування розвитку інклюзивного туризму.

Краудфандинг за моделлю Kickstarter може стати ефективним інструментом для фінансування низових ініціатив соціального підприємництва в сфері інклюзивного туризму. Підприємці можуть створювати краудфандингові кампанії, залучаючи інвесторів з усього світу для фінансування своїх проектів. Інвестори, які підтримують ці ініціативи, можуть отримувати повернення своїх початкових вкладень у кілька способів. Перший варіант – повернення вкладень

у вигляді прибутку, коли проєкт стає фінансово успішним. Другий варіант – надання інвесторам туристичних або реабілітаційних послуг, еквівалентних сумі їхньої інвестиції. Це може включати знижки на майбутні послуги, безкоштовне проживання, екскурсії або інші види сервісу. Такий підхід не лише залучає фінансові ресурси для розвитку інклюзивного туризму, але й сприяє створенню активної спільноти підтримки, де кожен інвестор стає частиною соціально значущого проєкту.

Змішане фінансування об'єднує різні джерела капіталу, такі як гранти, приватні інвестиції, державні кошти та кредити для зменшення ризиків інвесторів і підвищення доступності фінансування. Застосування: Проєкти інклюзивного туризму можуть використовувати гранти від міжнародних організацій для покриття частини витрат, що дозволяє залучити приватні інвестиції під менший ризик. Це підвищує шанси на успішне фінансування проєктів, які мають як соціальну, так і комерційну складову.

Соціальні підприємства в інклюзивному туризмі можуть створювати токени, що дозволять інвесторам підтримувати проєкти, отримуючи токени, які можна використовувати для оплати послуг або торгівлі на спеціалізованих платформах. Це створює нові можливості для залучення фінансування та підвищує прозорість фінансових потоків.

Модель фінансування на основі доходів (Revenue-based Financing, RBF) може бути ефективно застосована для соціального підприємства в сфері інклюзивного туризму, надаючи підприємству гнучкість у погашенні інвестицій і забезпечуючи інвесторам стабільний прибуток у вигляді частки від майбутніх доходів. Соціальне підприємство залучає капітал від інвесторів, які в обмін на інвестиції отримують фіксовану частку від валового або чистого доходу підприємства. Такий підхід дозволяє підприємству здійснювати виплати інвесторам лише тоді, коли воно має доходи, що зменшує фінансовий тиск у періоди зниженої рентабельності. Виплати тривають до повного повернення інвестицій з можливим додатковим прибутком, що мінімізує ризики для підприємства та підтримує його зростання. Паралельно підприємство досягає своїх соціальних ці-

лей, таких як реабілітація та реінтеграція ветеранів, що підвищує його репутацію. Для інвесторів модель RBF пропонує стабільний дохід та участь у соціально значущих проєктах, що може покращити їхній імідж і забезпечити прозорість фінансових потоків підприємства.

Модель соціальних облигацій (Social Impact Bonds) може бути використана для фінансування соціального підприємства в сфері інклюзивного туризму, спрямованого на досягнення конкретних соціальних цілей, таких як реабілітація та інтеграція ветеранів. У рамках цієї моделі інвестори надають капітал для реалізації соціальних проєктів, а повернення інвестицій відбувається лише у разі досягнення визначених соціальних результатів, які зазвичай оцінюються заздалегідь погодженими критеріями. Держава або інші зацікавлені сторони (наприклад, благодійні організації) зобов'язуються виплатити інвесторам їхні вкладення разом з премією за успішне досягнення цілей проєкту. Це дозволяє соціальному підприємству зосередитися на реалізації своїх соціальних місій без необхідності обслуговувати традиційні кредити або залучати власний капітал. Для інвесторів модель соціальних облигацій пропонує можливість отримання прибутку, поєднаного з підтримкою значущих соціальних ініціатив, що може підвищити їхній імідж і соціальну відповідальність. Водночас держава та інші партнери отримують інструмент для ефективного вирішення соціальних проблем з мінімальними фінансовими ризиками, оплачуючи тільки ті проєкти, які досягли своїх цілей.

Перейдемо до формування економічної стратегії розвитку інклюзивного туризму, в рамках цього здійснимо аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища, встановимо стратегічні цілі, зокрема узгодимо їх з Указом Президента.

Для аналізу внутрішнього середовища скористаємося інструментом Resource Based View. Туристична інфраструктура України нерівномірно розподілена на різних територіальних рівнях. Регіони макрорівня, такі як Закарпаття, Одеса та Львів, мають високі комплексні оцінки туристичних ресурсів, що свідчить про кращу інфраструктуру та доступність ресурсів. Кіровоградська об-

ласть, зокрема громади Гайворон та Заваллів, є прикладом недорозвиненості туристичної інфраструктури в сільській місцевості. Незважаючи на значний природний потенціал, ці райони не мають належних доріг та об'єктів, що перешкоджає зростанню туризму. Зусилля щодо покращення інфраструктури, такі як реконструкція доріг та розширення об'єктів розміщення та відпочинку, мають вирішальне значення для посилення їх соціально-економічного розвитку [21].

Більшість санаторно-курортних закладів мають застарілу інфраструктуру та обмежений спектр послуг. Лише 67% закладів мають сервісні відділення, і більшість з них не відповідають навіть першій категорії національного стандарту розміщення. Відзначається загальне зменшення кількості санаторіїв та оздоровчих закладів, особливо в східних регіонах України. Основні проблеми розвитку включають військову нестабільність, стереотипні уявлення про регіони, невідповідність цінової політики якості послуг, занедбаність та низьку конкурентоспроможність об'єктів розміщення. Зазначається, що більшість санаторно-лікувальних комплексів знаходиться в управлінні міністерств або ж профспілок державних підприємств, що є причиною неефективного керування ними а також відсутності в керуючих інституцій належного фінансування на підтримку конкурентоспроможності цих об'єктів [22].

Для подолання цих проблем доцільно розглянути можливість приватизації та ревіталізації таких об'єктів з обов'язковою умовою розвитку їхньої інклюзивності. Одним із можливих шляхів є переведення цих об'єктів у приватне управління за моделлю соціального підприємництва. Це забезпечило б ефективніше управління ресурсами, створення нових робочих місць та розвиток послуг, орієнтованих на людей з особливими потребами, включаючи ветеранів. Соціальні підприємства могли б забезпечити інтеграцію комерційних і соціальних цілей, зокрема розвиток інклюзивної інфраструктури та надання спеціалізованих реабілітаційних послуг. Альтернативним підходом може стати приватизація на умовах соціальних облигацій. Такий механізм передбачає, що

інвестори отримують виплати лише за умови досягнення встановлених соціальних цілей, зокрема підвищення рівня інклюзивності та підтримки реабілітації і реінтеграції ветеранів. Ця модель стимулює ефективність та відповідальність, оскільки фінансовий результат інвесторів безпосередньо залежить від досягнення конкретних соціальних результатів. Впровадження такого підходу може стати важливим кроком до модернізації санаторно-лікувальних комплексів, підвищення їхньої економічної стійкості та соціальної значущості. Обов'язкове залучення ветеранів в розробку таких проєктів забезпечуватиме відповідність їх особливим потребам і підвищить ефективність цих проєктів у досягненні поставлених перед ними цілей підтримки соціального розвитку.

На базі існуючих приватних оздоровчих і рекреаційних об'єктів можна впроваджувати такі моделі соціального підприємництва через надання податкових пільг. Наприклад, держава може надавати податкові знижки або інші фінансові стимули тим приватним об'єктам, які досягають встановлених цілей у сфері реабілітації та рекреації, що буде стимулювати інвесторів вкладати кошти у розвиток інклюзивного туризму.

Мережевий аналіз зовнішнього середовища інклюзивного туризму в Україні дозволяє виявити ключові фактори, що впливають на розвиток цього сектору, а також взаємозв'язки між ними. Політична си-

туація в Україні, особливо у зв'язку з військовим конфліктом, створює значні виклики для туристичного сектору. Водночас, урядові ініціативи, спрямовані на відбудову та стимулювання економіки, можуть стати рушійною силою для розвитку інклюзивного туризму. Програми відновлення, що підтримуються міжнародними організаціями, можуть забезпечити необхідні інвестиції та правову базу для інтеграції інклюзивного туризму в національну економіку.

Українське суспільство стає все більш відкритим до потреб людей з інвалідністю, що створює можливості для розширення інклюзивного туризму. Важливо також зазначити зміну ставлення до ветеранів, що дозволяє впроваджувати спеціалізовані програми реабілітації та соціальної інтеграції через туризм. Екологічна стійкість стає все більш важливим фактором для розвитку туристичної індустрії в Україні. У рамках відбудови країни після війни, інклюзивний туризм може стати частиною ширшої екологічної стратегії, спрямованої на збереження природних ресурсів та мінімізацію впливу на довкілля.

В таблиці 1 наведено узгодження цілей сформованих в Указі Президента України №512/2024 Про невідкладні заходи щодо підтримки ветеранів війни, членів їх сімей, членів сімей загиблих (померлих) ветеранів війни, членів сімей загиблих (померлих) Захисників і Захисниць України.

Таблиця 1

Узгодження рекомендацій з цілями Указу Президента України №512/2024

Основні цілі з Указу Президента України №512/2024	Відповідні рекомендації зі статті
Підтримка реінтеграції та реабілітації ветеранів війни, включаючи створення ветеранських просторів, забезпечення їх територіальної доступності, організація комплексної реабілітації та адаптації.	Інтеграція інклюзивного туризму в національні програми реабілітації ветеранів. Розвиток інклюзивних туристичних об'єктів, що слугують місцями для реабілітації та соціальної адаптації ветеранів.
Удосконалення нормативно-правового регулювання діяльності ветеранських просторів, сприяння взаємодії з суб'єктами надання соціальних, медичних, освітніх та інших послуг.	Приватизація та ревіталізація санаторіїв і лікувальних комплексів із забезпеченням їх інклюзивності через соціальні облигації або соціальні підприємства.
Підготовка та перепідготовка ветеранів відповідно до актуальних вимог професійних компетенцій, професійних стандартів, аналіз ринку праці для прогнозування потреб у кадрах.	Розробка навчальних програм для ветеранів у сфері туризму та гостинності, що дозволяє їм бути інтегрованими у цей сектор як працівники чи підприємці.
Запровадження ефективних механізмів підтримки ветеранів війни, включаючи фінансові стимули, такі як податкові пільги, для залучення інвестицій у проєкти, що сприяють їх реінтеграції.	Надання податкових пільг для приватних туристичних об'єктів, що досягають встановлених цілей у сфері реабілітації та соціальної інтеграції ветеранів. Використання соціальних облигацій для фінансування таких проєктів.

На рисунку 1 зображена карта економічної стратегії розвитку інклюзивного ту-

ризму для реабілітації і реінтеграції ветеранів.

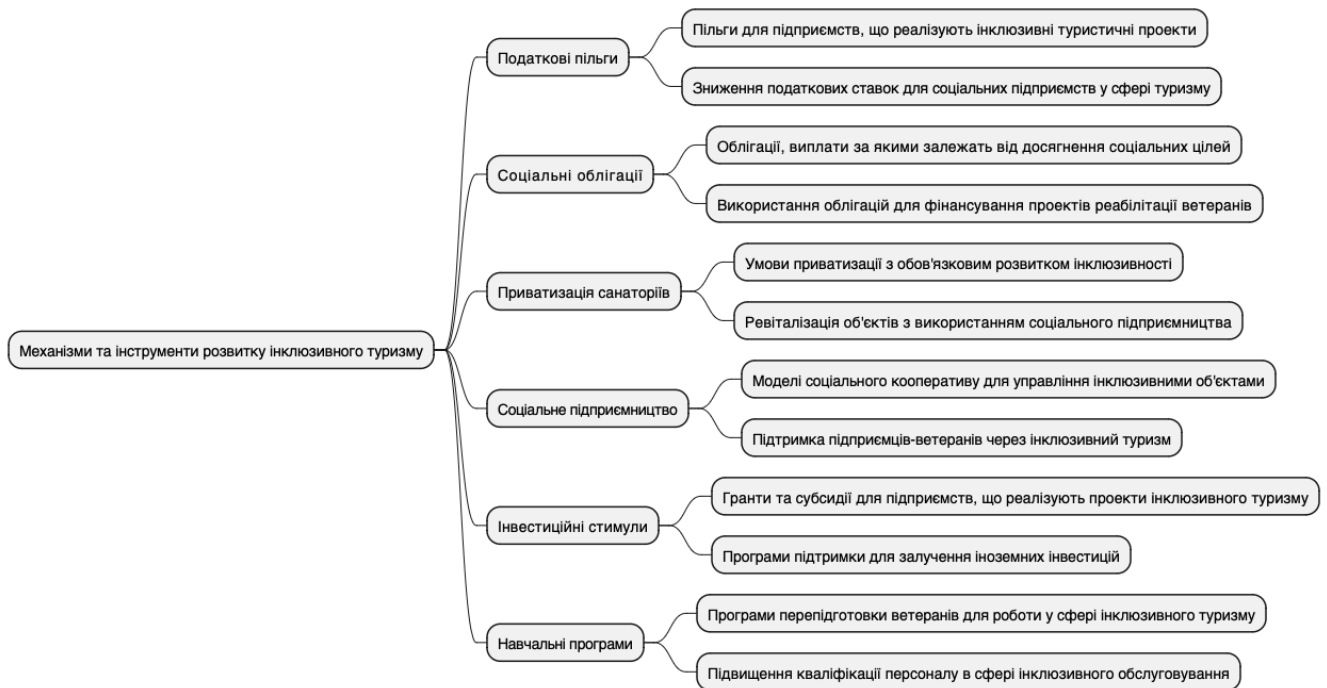


Рис. 1. Карта економічної стратегії розвитку інклюзивного туризму

Аналізуючи рис. 1, можемо сказати, що розвиток інклюзивного туризму вимагає комплексних заходів, зокрема запровадження податкових пільг за умови виконання суб'єктами оподаткування цілей соціального розвитку, залучення коштів через соціальні облигації, дохідність по яким виплачується лише після досягнення об'єктом фінансування цілей соціального розвитку. Розвиток соціальних підприємств інклюзивного туризму передбачає зміни законодавства, зокрема приватизацію об'єктів оздоровлення та відновлення з обов'язковою умовою та контролем за виконанням соціальних цілей, навчальна підтримка стейкхолдерів та фасилітація їх взаємодії в рамках таких проєктів. Зазначені рекомендації вимагають комплексного впровадження з метою отримання системних ефектів покращення фінансової та організаційної ситуації в галузі інклюзивного туризму, що забезпечить досягнення соціальних цілей з реабілітації та реінтеграції ветеранів.

Висновки. Розвиток інклюзивного туризму в Україні є важливим напрямком, що сприятиме реабілітації та реінтеграції вете-

ранів, забезпечуючи їх соціально-економічну адаптацію. Впровадження моделей соціального підприємництва, зокрема використання податкових пільг, соціальних облигацій та приватизації санаторіїв із соціальними зобов'язаннями, відкриває нові можливості для створення стійких туристичних об'єктів, орієнтованих на задоволення потреб осіб з обмеженими можливостями. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовищ показує, що для досягнення поставлених цілей необхідні комплексні заходи, включаючи реформу нормативно-правової бази, розвиток інфраструктури та забезпечення доступу до фінансування. Запропоновані рекомендації дозволяють створити економічну стратегію, яка враховує специфіку сучасних викликів і можливостей для реалізації інклюзивного туризму як ефективного інструменту соціальної підтримки та економічного зростання.

Література

1. Demers, A. (2011). When Veterans Return: The Role of Community in Reintegration. *Journal of*

- Loss and Trauma, 16, 160-179. <https://doi.org/10.1080/15325024.2010.519281>.
2. Slozanska, H., Horishna, N., Bybyk, D., & Krynytska, I. (2023). Social support of veterans of the Russian-Ukrainian war and their families during the war and post-war period. *Social work and education*. <https://doi.org/10.25128/2520-6230.23.1.5>.
3. Zakharina, T. (2023). Reintegration potential of veterans as a factor of successful reintegration of them into society. *Social Work and Education*, 10(3), 263-275. <https://doi.org/10.25128/2520-6230.23.3.1>
4. Verbytska, A. (2023). The role of business as a catalyst for the development of social entrepreneurship in the reintegration process of military servicemen, veterans and their family members. *Herald UNU. International Economic Relations And World Economy*. <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2023-49-1>.
5. Verbytska, A., Dyvnych, H., & Petryk, O. (2023). The potential of local business involvement as a determinant of social entrepreneurship development in the process of veterans' reintegration. *Baltic Journal of Economic Studies*. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2023-9-4-58-64>.
6. Bielousova, N., & Lyubitseva, O. (2019). Prospects for introducing inclusive rehabilitation and social tourism in Ukraine. 28, 631-639. <https://doi.org/10.15421/111960>.
7. Wewiorski, N., Gorman, J., Scoglio, A., Fukuda, S., Reilly, E., Mueller, L., o'Connor, M., Penk, W., & Drebing, C. (2018). Promising practices in vocational services for the community reintegration of returning veterans: The individual placement and support model and beyond.. *Psychological services*, 15 2, 191-199 . <https://doi.org/10.1037/ser0000177>.
8. Kirillova Yu., Znoviak V., Kazanska A. (2023) Needs of veterans in 2023: online report. Available at: <https://veteranfund.com.ua>
9. Oksana, Kravchenko, Vladyslava, Shvets, Lyudmila, Melnyk. (2024). The role of veteran organizations in reintegration and psychological rehabilitation of veterans with disabilities in the conditions of war and post-war times. *Psykhologichnyi zhurnal*, 37-44. doi: 10.31499/2617-2100.11.2023.298401
10. Hanna, Dyvnych, Olena, Petryk. (2024). Implementation of state support for the professional self-fulfillment of veterans and their family members as a prerequisite for the reintegration of this category of citizens in the context of implementation of their ideas of social entrepreneurship. doi: 10.30525/978-9934-26-436-8-8
11. Joseph, Geraci., Ariana, Dichiaro., Ashley, Greene., Molly, Gromatsky., Erin, P., Finley., Daniel, Kilby., Sheila, B., Frankfurt., Emily, R., Edwards., Yosef, Sokol., Sarah, R., Sullivan., Meaghan, Mobbs., Richard, W., Seim., Marianne, Goodman. (2023). Supporting servicemembers and veterans during their transition to civilian life using certified sponsors: A three-arm randomized controlled trial.. *Psychological Services*, doi: 10.1037/ser0000764
12. Department of Veterans Affairs. (2017, October). Community programs help Veterans reintegrate into society. VA Research Currents. <https://www.research.va.gov/currents/1017-Community-programs-help-Veterans-reintegrate-into-society.cfm>
13. Magellan Federal. (2024). Solutions. Magellan Federal. <https://www.magellanfederal.com/what-we-do/solutions/>
14. Defourny, J., & Nyssens, M. (Eds.). (2021). *Social Enterprise in Western Europe: Theory, Models and Practice* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429055140>
15. Anica, Zeyen., Markus, Beckmann., Roya, Manuela, Akhavan. (2014). *Social Entrepreneurship Business Models: Managing Innovation for Social and Economic Value Creation*. 107-132. doi: 10.1007/978-3-658-02523-6_7
16. Hendrati, Dwi, Mulyaningsih. (2021). Social Entrepreneurship Model Based on Quadruple Helix Collaboration: Economic Empowerment in Disabilities Community: (Editorial Article). 1(1):1-11. doi: 10.31098/JSETP.V1I1.647
17. Oksana, Kravchenko (2022). Inclusive tourism as a technology of social and psychological rehabilitation of children and youth resulting from military action. *Zbirnyk naukovykh prats Umanskoho derzhavnogo pedahohichnogo universytetu imeni Pavla Tychyny*, 155-165. doi: 10.31499/2307-4906.2.2022.262955
18. Olesia, Andrushchenko., Oleksandr, Kharasandzhants. (2022). Using the potential of inclusive tourism benchmarking in domestic practice. *Prychornomorski ekonomichni studii*, doi: 10.32782/bses.78-21
19. Nataliya, Biletska. (2024). Investment Potential of the Tourism Industry of Ukraine in the System of Strategic Management of Its Development. *Business Inform*, 5(556),175-181. doi: 10.32983/2222-4459-2024-5-175-181
20. Sara, Torabi, Moghadam., Maurizia, Pignatelli., Alice, Collin., Patrizia, Lombardi. (2022). Renaissance of villages for the revitalization of marginal areas. *IOP conference series*, 1122(1):012018-012018. doi: 10.1088/1755-1315/1122/1/012018
21. Barvinok, N.V. (2023). Assessment of tourist and recreational potential and tourist infrastructure in individual united territorial communities of kirovograd region. *Ekonomichni horizonty*, 4-20. doi: 10.31499/2616-5236.2(24).2023.281149
22. Shablī, O., Zastavetska, L., Dudarchuk, K., Illiash, I., & Smochko, N. (2018). The main problems of healthcare and wellness tourism in Ukraine. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*. <https://doi.org/10.15421/111858>.

References

1. Demers, A. (2011). When Veterans Return: The Role of Community in Reintegration. *Journal of Loss and Trauma*, 16, 160-179. <https://doi.org/10.1080/15325024.2010.519281>.
2. Slozanska, H., Horishna, N., Bybyk, D., & Krynytska, I. (2023). Social support of veterans of the Russian-Ukrainian war and their families during the war and post-war period. *Social Work and Education*. <https://doi.org/10.25128/2520-6230.23.1.5>.
3. Zakharina, T. (2023). Reintegration potential of veterans as a factor of successful reintegration of them

into society. *Social Work and Education*, 10(3), 263-275. <https://doi.org/10.25128/2520-6230.23.3.1>.

4. Verbytska, A. (2023). The Role of Business as a Catalyst for the Development of Social Entrepreneurship in the Reintegration Process of Military Servicemen, Veterans and Their Family Members. *Herald UNU. International Economic Relations and World Economy*. <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2023-49-1>.

5. Verbytska, A., Dyvnych, H., & Petryk, O. (2023). The Potential of Local Business Involvement as a Determinant of Social Entrepreneurship Development in the Process of Veterans' Reintegration. *Baltic Journal of Economic Studies*. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2023-9-4-58-64>.

6. Bielousova, N., & Lyubitseva, O. (2019). Prospects for Introducing Inclusive Rehabilitation and Social Tourism in Ukraine. *Baltic Journal of Economic Studies*, 28, 631-639. <https://doi.org/10.15421/111960>.

7. Wewiorski, N., Gorman, J., Scoglio, A., Fukuda, S., Reilly, E., Mueller, L., o'Connor, M., Penk, W., & Drebing, C. (2018). Promising practices in vocational services for the community reintegration of returning veterans: The individual placement and support model and beyond. *Psychological Services*, 15(2), 191-199. <https://doi.org/10.1037/ser0000177>.

8. Kirillova, Y., Znoviak, V., & Kazanska, A. (2023). Needs of Veterans in 2023: Online Report. Retrieved from <https://veteranfund.com.ua>.

9. Kravchenko, O., Shvets, V., & Melnyk, L. (2024). The Role of Veteran Organizations in Reintegration and Psychological Rehabilitation of Veterans with Disabilities in the Conditions of War and Post-War Times. *Psykhologichnyi zhurnal*, 11, 37-44. <https://doi.org/10.31499/2617-2100.11.2023.298401>.

10. Dyvnych, H., & Petryk, O. (2024). Implementation of State Support for the Professional Self-Fulfillment of Veterans and Their Family Members as a Prerequisite for the Reintegration of This Category of Citizens in the Context of Implementation of Their Ideas of Social Entrepreneurship. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-436-8-8>.

11. Geraci, J., Dichiaro, A., Greene, A., Gromatsky, M., Finley, E.P., Kilby, D., Frankfurt, S.B., Edwards, E.R., Sokol, Y., Sullivan, S.R., Mobbs, M., Seim, R.W., & Goodman, M. (2023). Supporting Servicemembers and Veterans During Their Transition to Civilian Life Using Certified Sponsors: A Three-Arm Randomized Controlled Trial. *Psychological Services*. <https://doi.org/10.1037/ser0000764>.

12. Department of Veterans Affairs. (2017, October). Community Programs Help Veterans Reintegrate into Society. *VA Research Currents*. Retrieved from <https://www.research.va.gov/currents/1017-Community-programs-help-Veterans-reintegrate-into-society.cfm>.

13. Magellan Federal. (2024). Solutions. *Magellan Federal*. Retrieved from <https://www.magellanfederal.com/what-we-do/solutions/>.

14. Defourny, J., & Nyssens, M. (Eds.). (2021). *Social Enterprise in Western Europe: Theory, Models and Practice* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429055140>.

15. Zeyen, A., Beckmann, M., & Akhavan, R.M. (2014). Social Entrepreneurship Business Models: Managing Innovation for Social and Economic Value Creation. In *Social Innovation: Solutions for a Sustainable Future* (pp. 107-132). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-02523-6_7.

16. Hendrati, D.M. (2021). Social Entrepreneurship Model Based on Quadruple Helix Collaboration: Economic Empowerment in Disabilities Community. *Journal of Social Entrepreneurship and Theory Practice*, 1(1), 1-11. <https://doi.org/10.31098/JSETP.V1I1.647>.

17. Kravchenko, O. (2022). Inclusive Tourism as a Technology of Social and Psychological Rehabilitation of Children and Youth Resulting from Military Action. *Scientific Journal of Uman State Pedagogical University named after Pavlo Tychyna*, 155-165. <https://doi.org/10.31499/2307-4906.2.2022.262955>.

18. Andrushchenko, O., & Kharasandzhants, O. (2022). Using the Potential of Inclusive Tourism Benchmarking in Domestic Practice. *Black Sea Economic Studies*. <https://doi.org/10.32782/bses.78-21>.

19. Biletska, N. (2024). Investment Potential of the Tourism Industry of Ukraine in the System of Strategic Management of Its Development. *Business Inform*, 5(556), 175-181. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-5-175-181>.

20. Moghadam, S.T., Pignatelli, M., Collin, A., & Lombardi, P. (2022). Renaissance of Villages for the Revitalization of Marginal Areas. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1122(1), 012018. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1122/1/012018>.

21. Barvinok, N.V. (2023). Assessment of Tourist and Recreational Potential and Tourist Infrastructure in Individual United Territorial Communities of Kirovograd Region. *Economic Horizons*, 2(24), 4-20. [https://doi.org/10.31499/2616-5236.2\(24\).2023.281149](https://doi.org/10.31499/2616-5236.2(24).2023.281149).

22. Shablī, O., Zastavetska, L., Dudarchuk, K., Illiash, I., & Smochko, N. (2018). The Main Problems of Healthcare and Wellness Tourism in Ukraine. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*. <https://doi.org/10.15421/111858>.

ECONOMIC STRATEGIES FOR THE DEVELOPMENT OF INCLUSIVE TOURISM FOR THE REHABILITATION AND REINTEGRATION OF VETERANS: CURRENT CHALLENGES AND PROSPECTS

S. O. Ostrianin, Ph. D (Econ.), Associate Professor, L. S. Bezuhla, Doctor of Economics, Professor, M. V. Bieloborodova, Ph. D (Econ.), Associate Professor, V. V. Kulivar, Ph. D (Econ.), Associate Professor, Dnipro University of Technology

Methods. The research used a needs-based approach to assess the needs of veterans and identify ways in which inclusive tourism can meet these needs. Analysis of social entrepreneurship models using the method of analogy made it possible to adapt successful approaches from other industries to the development of inclusive tourism. Network analysis was applied to assess the external environment and relationships between stakeholders, as well as resource analysis (Resource-Based View, RBV) to assess the industry's internal resources. A comparative analysis of international experience helped determine best practices that can be adapted to Ukrainian conditions.

Results. It was found that inclusive tourism is an effective tool for the rehabilitation and reintegration of veterans, ensuring their socio-economic adaptation in the post-war period. Analysis of the needs of veterans showed that the main ones (access to medical and psychological support, professional rehabilitation and social integration) can be partially satisfied thanks to the development of inclusive tourism. The adaptation of social entrepreneurship models to the conditions of inclusive tourism made it possible to determine effective mechanisms for its financing. Network analysis revealed that the successful implementation of these mechanisms requires close cooperation between state authorities, the private sector and non-governmental organizations.

Novelty. It was established that the development of inclusive tourism in Ukraine, which is focused on the rehabilitation and reintegration of veterans, can be significantly enhanced through the use of social entrepreneurship models that have not previously been used in this context. It was found that the adaptation of these models, in particular the introduction of social bonds and tax benefits, can ensure the sustainable financial development of inclusive tourism and, on this basis, meet the specific needs of veterans.

Practical value. Specific recommendations for economic policy aimed at the development of inclusive tourism in Ukraine, with a special emphasis on the rehabilitation and reintegration of veterans, are offered. The introduction of social entrepreneurship models, in particular through social obligations and tax incentives, provides an opportunity to create sustainable economic conditions for the development of this sector. Such approaches contribute not only to meeting the needs of veterans, but also to intensifying the participation of the private sector and civil society in the economic development of the country.

Keywords: inclusive tourism, social entrepreneurship, rehabilitation of veterans, social obligations, tax benefits, reintegration of veterans, economic development of Ukraine.

Надійшла до редакції 31.05.24 р.