

УДК: 004:005.591.4

DOI: 10.31732/2663-2209-2019-55-176-183

КОНЦЕПЦІЯ ПОБУДОВИ АКТИВІЗАЦІЇ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Каліна І.І.

к.е.н., доцент, професор кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, ВНЗ «Інститут дизайну, архітектури та журналістики», м.Київ, вул. Фрометівська 2, 03039, Україна, тел.:(044)-496-97-60, e-mail: kalinargz@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5662-6967

CREATING A REVITALIZATION CONCEPT FOR AN AGRICULTURAL ENTERPRISE IN THE AGE OF DIGITAL ECONOMY

Kalina I.I.

PhD (economics), professor of advertising and public relations department, Institution of higher education «Institute of design, architecture and journalism», Kyiv, st. Frometovskaya 2, 03039, Ukraine, tel.:(044) -496-97-60, e-mail: kalinargz@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5662-6967

Анотація. Сьогодні цифровізація є ключовим для практично будь-якої соціальної чи економічної діяльності, справжній творець цінностей, яка трансформує економіку, суспільство, державу тощо. Ця тенденція незворотна, і через десять років цифровізація стане ще більш важливою для суспільства та економіки у всьому світі ніж зараз. Саме концепція побудови активізації аграрних підприємств, яка залежить від фінансової бізнес-моделі і визначає роботу виробничої системи й напрями фінансових потоків аграрних підприємств та соціально-економічних процесів трансформації, можливостей щодо їх цілеспрямованого генерування й використання є основним цифровізаційним компонентом для аграрних підприємств. Теоретичні положення та дослідження доведено до рівня конкретних стадій, концепцій та пропозицій, щодо вдосконалення процесу управління аграрним підприємством. Розробка концепції побудови активізації аграрного підприємства, яка функціонує виключно на певних стадіях активізації: діагностика стану виробничо-комерційної системи, оцінка її параметрів на відповідність встановлених раніше (новим) цільовим орієнтирам, оцінка внутрішніх резервів, оцінка зовнішніх факторів впливу, визначення потенціалу аграрного підприємства, постановка нових цільових орієнтирів, обґрунтування та ресурсне забезпечення стратегічних цілей активізації, формування організаційних механізмів реалізації програм стратегічної активізації, розробка контрольних показників та процедур контролю, мотивація персоналу, розробка механізмів нейтралізації внутрішньої протидії змін, соціальні трансформації на аграрному підприємстві, організаційні зміни в аграрному підприємстві, технологічні зміни в аграрному підприємстві, технічні зміни в аграрному підприємстві, фінансові зміни в аграрному підприємстві, визначення невідповідності існуючої бізнес-моделі новим умовам діяльності, формування нової бізнес-моделі аграрного підприємства (активізаційна бізнес-модель), узгодження і впровадження активізаційної бізнес-моделі, використання активізаційної бізнес-моделі аграрного підприємства, коригування параметрів бізнес-моделі аграрного підприємства, оцінка параметрів бізнес-моделі аграрного підприємства, визначення відхилень та розробка коригуючих заходів, яка допомогла б власникам та менеджерам швидко і якісно вирішувати усі пов'язані з цим процесом проблеми.

Ключові слова: активізація, концепція, аграрні підприємства, бізнес-процеси, прогнозування, цифрова економіка.

Формул: 0; рис.: 3, табл.: 0, бібл.: 11

Annotation. In today's world, digitalization is crucial for virtually every social or economical activity. It's a true creator of values that transforms economy, society, government and more. This trend is irreversible, and in ten years digitalization will become even more important to the society and economy around the world than it is now. A concept of revitalization is the main digitalization component for an agricultural enterprise. It depends on financial business model and determines the operation of the production system as well as the directions of financial flows in agricultural enterprises and socio-economic processes of transformation, opportunities for their purposeful creation and use. Theoretical principles and research have been brought to the level of specific stages, concepts and proposals for improving the management process in an agricultural enterprise. Developing a revitalization concept for an agricultural enterprise, which functions exclusively at certain stages of the revitalization: production system diagnostics, evaluation of its parameters for compliance with previously established (new) targets, evaluation of the internal reserves, assessment of the external influence, determining the potential of an agricultural enterprise, setting new targets, justification and resource support for the strategic goals of revitalization, creating organizational

mechanisms to implement strategic revitalization, developing benchmarks and control procedures, motivating staff, developing mechanisms to neutralize the counteract to internal change, social transformation in an agricultural enterprise, organizational changes in an agricultural enterprise, technological changes in an agricultural enterprise, technical changes in an agricultural enterprise, financial changes in an agricultural enterprise, determining the inconsistency of the existing business model with the new business conditions, creating a new business model (revitalizing business model), coordinating and implementing revitalizing business model, adjusting the parameters of a business model, evaluating the parameters of a business model, identifying deviations and developing corrective measures that will help owners and managers solve any problems associated with the process quickly and efficiently.

Key words: *revitalization, concept, agricultural enterprises, business processes, forecasting, digital economy.*

Formulas: 0; fig.: 3, tabl.: 0, bibl.: 11

Постановка проблеми. Активізація бізнес зусиль є основним інструментом у напрямі збереження та пошуку нових методів, принципів та засобів застосування нетрадиційних форм впливу на споживача. І найголовнішим інструментом є Інтернет, інформатизовано-комунікаційне середовище, яке впливає на суспільство, підприємницьку діяльність та на державні інформатизовані процеси (електронні черги, записи, отримання документів, вступ до закладів вищої освіти тощо).

На кожному етапі розвитку економічних відносин використовувалися певні бізнес-моделі за допомогою яких збільшували рівень доходу підприємства, тобто бізнес інструменти без врахування яких розвиток, впровадження чи продаж був неможливий. В сьогоdnішньому діджетелізованому середовищі використання концепції побудови активізації потрібно всім підприємствам в тому числі і аграрним, бо особливістю активізації є новий рівень конкурентоспроможності, який нещадно скорочуватиме аграрні підприємства без стратегії активізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження різноманітних аспектів активізації через призму цифровізації аграрного підприємства присвячено велика кількість наукових праць як вітчизняних дослідників так і зарубіжних.

Зарубіжні науковці: Р. Інклар, М. Тіммер, Б. Ван Арк [1], Т. Нібель [2], Ендрю Дж. Ром [3], Ремша Дезай [4], Хофакер С. Ф. [5].

Вітчизняні науковці: С. В. Іванов та О. С. Вишневський [6], Н. П. Мешко [7], Н. Ю. Коровайченко [8], Л. З. Кіт [9], Л. О. Збаразська [10], В. І. Ляшенко [11].

Незважаючи на значні доробки вчених з теоретичних та практичних питань активізації, існують бізнес-моделі за допомогою яких можна сформувані концептуальну модель розуміння процесів активізації аграрних підприємств. За цих умов необхідним є огляд концептуальної побудови активізації аграрних підприємств в умовах цифрової економіки, яка є фундаментом до стратегії розвитку аграрного підприємства.

Формулювання цілей статті.

Обґрунтування концептуальної побудови активізації аграрних підприємств через трансформативні умови нового технологічного укладу

У ході дослідження було використано такі методи: загальнонаукові: аналіз і синтез використовується синтез так як досліджуються аграрних підприємств та їх реакційна економічна властивість на використання концептуальної побудови активізації. У процесі наукових досліджень синтез пов'язаний з аналізом, оскільки дає змогу поєднати певні департаменти, відділи, тобто структурні підрозділи в яких використовується діджеталізація для того, щоб встановити цілісний зв'язок та функціонувати як єдине ціле із використання нової складової. Із синтезу виокремлюється аналітичні судження.

Абстрагування і конкретизація. Абстрагування використовується при формуванні концепції побудови активізації аграрного підприємства, а конкретизація використовується при дослідженні аграрних підприємств.

Вклад основного матеріалу дослідження. Системне забезпечення розвитку та активізація аграрних підприємств зумовлена основним

фактором функціонування конкурентоздатності за умов цифрової економіки в довгостроковому періоді. Зазначимо, що під активізацією бізнесу, згідно зі сформульованим визначенням ми розуміємо, що це – сукупність трансформацій в усій системі, зумовлених багатоманітними факторами, що призведе до переходу підприємства (чи групи взаємопов'язаних підприємств) з одного відносно стійкого стану до іншого. Об'єктом є процес трансформації по всій системі підприємства (чи групи підприємств), а суб'єктом управління є акціонери та топ-менеджмент.

На нашу думку, проблематичність активізації агропідприємств України базується на потужному та комплексному методологічному забезпеченні, які включають б системність економічних явищ, господарські відносини із інституційною складовою, цільові та індивідуальні напрями акціонерів (власників), перехід до цифрової системи кожного відділу і використовувати світові досягнення із врахуванням комунікаційних та інформатизаційних умов ведення та розвитку бізнесу.

Виходячи із вищенаведеного визначення, оцінка активізації агропідприємств базується за такими складовими процесу:

Мета існування агропідприємства, певні способи його організації та єдина дефініція агропідприємства як виробничо-комерційної системи та бізнес-процеси по всій системі.

Наявності універсальних оціночних критеріїв, які дозволяють досягнути прийняттого рівня контрольованості трансформації виробничо-комерційної системи агропідприємства.

Наявність універсальних критеріїв оцінки, яка фіксує на певних етапах розвитку трансформаційного стану виробничо-комерційної системи агропідприємств, а також маркерів та аналітичних індикаторів.

Відносно стійкий стан у виробничо-комерційної системи агропідприємств можна розглядати через аналітичні

індикатори у визначених нормативних значеннях.

Створення механізмів трансформації як виробничої, кадрової та комерційної системи агропідприємств, які охоплюють ступінь цільових можливостей активізації та врахували б специфіку їх розвитку.

Дослідження процесів активізації агропідприємств можливе за умови дотримання двох базових постулатів, які в своїй основі є продуктом дії фундаментальних філософських законів. Аналізуючи наукові публікації щодо природи, якості та ефективності процесів активізації можемо стверджувати, що існує, як мінімум дві трактовки фахівцями цього феномену. Активізація всіх об'єктів у світі сприймається людиною з позицій як власного життя, так і «пульсації матерії». Це означає, що активізацію агропідприємств можна розглядати як траєкторію «життєвого циклу» існування об'єкта в природі, або ж як відсутність будь-яких трансформацій об'єкта в природі.

Однак, незважаючи на певні ознаки даного поняття більшість практиків та науковців визначає активізацію лінійно. Науковці, в різних аспектах, пробують виокремити етапи активізації, її цикли та їх траєкторію. Іншими словами, активізація агропідприємств відтворює траєкторію досягнення ними стратегічних цільових можливостей. Метою активізації у такому випадку слід вважати максимально ефективну стратегію досягнення цільових можливостей та мінімізацію відхилень від неї.

Альтернативою лінійного розуміння феномену активізації агрохолдингів є існування іншого підходу, в основі якого лежить відносна незмінність економічних систем, динаміка яких відбувається за рахунок залучення до їх господарського простору більшої чи меншої кількості об'єктів (ресурсів, споживачів тощо) економічного середовища. Активізація агрохолдингів тоді трактується як явище «пульсації» їх виробничої, кадрової та комерційної систем. Такі міркування досить часто використовуються для

пояснення причин існування економічних циклів, які проявляються через певні проміжки часу функціонування підприємств.

Однак, незалежно від базового підходу до оцінки природи активізації аграрних підприємств, вона обов'язково повинна ґрунтуватися на використанні об'єктивних вартісних та індексних (відносних) оцінках його параметрів. Лише таким чином ми зможемо створити об'єктивні та універсальні механізми, що дозволять уникнути залежності від рівня кваліфікації менеджерів та акціонерів аграрних підприємств при їх практичному використанні. Необхідність використання саме вартісних одиниць виміру досягнення цільових можливостей визначається існуючою сьогодні практикою економічного обліку та аналізу, де вся первинна інформація щодо діяльності холдингів фіксується за її вартісним еквівалентом. Така ситуація вимагає співставності індикаторів активізації із уже використовуваними в аграрних підприємств показниками. Саме використання вартісного підходу дозволить, на наше переконання, спростити впровадження спеціальних механізмів активізації аграрних підприємств.

Необхідність використання індексних (умовних) одиниць виміру зумовлена об'єктом дослідження – трансформації виробничо-комерційних систем у часі, що призводить до виникнення ряду методичних проблем. Індекси досить часто використовуються у дослідженні динаміки економічних бізнес-процесів, і методика їх розрахунку є розвинутою. Часто зміна економічного бізнес-процесу визначають у відсотках до обраної бази, що також буде використано в подальшому в наших дослідженнях.

На наше переконання, у основу активізації аграрних підприємств повинні бути покладені міжнародні стандарти управління підприємством, стандарти якості та національні ринкові потреби, а також інформаційні системи у вигляді мобільних додатків для ведення аграрного

бізнесу. Саме на цій основі можна найкраще відтворити процеси активізації, найбільш об'єктивно провести його оцінку, повністю досягти мети та вирішити завдання дослідження.

Нині в підприємстві будь-якої сфери діяльності існує система стандартів, методів, які формують мінімальні норми до їх діяльності. З розвитком теоретичних аспектів управління діяльністю підприємств та інформаційних технологій підвищились можливості щодо оптимізації бізнес-процесів управління підприємством на різних рівнях. Такі системи стандартів та методів впроваджуються в більшості у великих підприємствах – агрохолдингах.

Результативна діяльність підприємств, в тому числі аграрних підприємствах залежить від ефективного управління цим підприємством. Ефективність управління в свою чергу залежить від стандартів та систем управління. Їх кількість та різноманітність спектру сфер діяльності дозволяє виокремити ту систему чи той стандарт, за допомогою якого тор-менеджер підприємства та його команда ефективно управляє підприємством.

Ефективне функціонування системи активізації оцінюється за якістю прийнятих управлінських рішень, що досить проблемно оцінити кількісно (у грошових одиницях чи темпах приросту). Але ми виокремимо параметри системи активізації:

Тому якість роботи активізації ми будемо оцінювати опосередковано за такими параметрами: константність темпів зростання вартості бізнесу; трансформація цільових орієнтирів підприємства; цифровізація рівня економічної безпеки; константність темпів зростання ринкової частки підприємства; трансформація якості бізнес-процесів; стабільність темпів зростання ефективності господарської діяльності тощо.

Разом з тим наведений перелік не є вичерпним, а лише відтворює найбільш важливі контрольні параметри діяльності аграрних підприємствах, які, залежно від трансформації конкурентного середовища, можуть бути розширені та доповнені, бо

відсутність сьогодні практично придатних і універсальних інструментів активізації аграрних підприємств значно ускладнює розробку ефективних цифровізаційних стратегій, гальмує їх подальший організаційний та інноваційний розвиток.

Перш ніж перейти до побудови активізації аграрні підприємства, підсистеми на підприємстві виступають складовою загальної системи управління, слід сформувати системне розуміння бізнес-процесів та способу їх організації. Тільки на цій основі можливо сформувати базис для успішної активізації аграрні підприємства, а саме: побудувати бізнес-модель їх діяльності.

Під бізнес-моделлю аграрних підприємств ми будемо розуміти спосіб організації бізнес-процесів аграрні підприємства, тобто принципову модель роботи аграрного бізнесу. Ефективність функціонування такої бізнес-моделі забезпечується за рахунок її відповідності зовнішнім і внутрішнім потенційним можливостям (ресурсам) аграрні підприємства, її відповідності стратегічним цілям розвитку компанії й узгодженості між собою основних її компонентів.

У загальному вигляді бізнес-моделювання – це процес конструювання моделі реальної організації (підприємства), проведення експериментів на цій моделі з метою дослідити процеси активізації системи або оцінити результативність побудови стратегії активізації. Таким чином, бізнес-моделювання – процес, що включає і конструювання моделі, і аналітичне застосування моделі для вирішення певної проблеми.

Слід зауважити, що управління сучасними соціально-економічними системами із року в рік все більш ускладнюється, зростає динамічність прийняття стратегічних, тактичних та оперативних рішень. Причиною такого роду процесів, на наш погляд, слід вважати ускладнення організаційної структури економічних відносин, під яким потрібно розуміти трансформацію характеру взаємин між різними складовими елементами підприємств чи організацій і технологічно-технічними системами, з якими вони взаємодіють. Сьогодні більшість науковців переконані, що трансформація однієї з характеристик системи може легко привести до трансформації в інших частинах системи. Саме тому одержала подальший розвиток методологія системного аналізу, яка покликана допомогти управлінцям різних рівнів системно вивчати й осмислювати наслідки таких трансформацій.

Загальний вигляд функції активізації аграрні підприємства може бути представлений двома способами:

Лінійний підхід – як графік розвитку виробничо-комерційної системи аграрні підприємства з плином часу, тобто процес трансформації системи залежно від віку організації (рис. 1), побудований на основі відповідної функціональної залежності.

Підхід відносної незмінності економічних систем – як площа просторової діаграми за такими векторами: напрям активізації, швидкість активізації, об'єкт-предмет активізації, причина-фактор активізації, стан-результат (рис. 2).

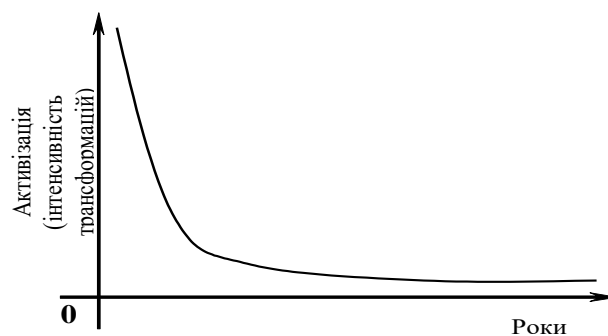


Рис. 1. Графік активізації аграрні підприємства у часі

Джерело: розроблено автором

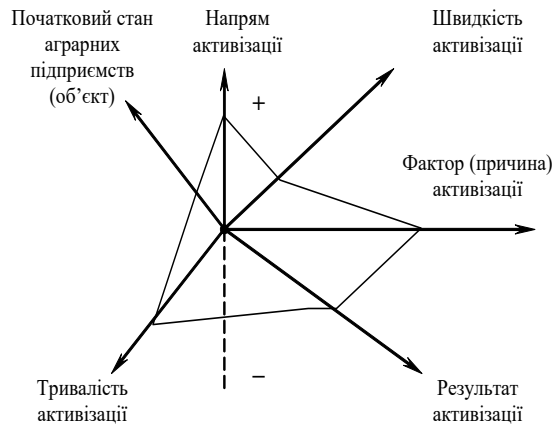


Рис. 2. Діаграма активізації аграрних підприємств, побудована за підходом незмінної відносності відносної економічних систем

Джерело: розроблено автором

Сьогодні очевидно, що аграрні підприємства для виживання на ринку і збереження конкурентоспроможності повинні час від часу вносити зміни до своєї господарської діяльності. Більш того, потреба у таких змінах стала виникати настільки часто, що їхній вплив на життєвий цикл аграрного підприємства вже не розглядається як виняткове явище.

Тому, на наш погляд, слід створити стабільну аналітичну технологію (концепцію побудови) активізації цих процесів, яка допомогла б власникам і менеджерам швидко і якісно вирішувати усі пов'язані з цим процесом проблеми (рис. 3).

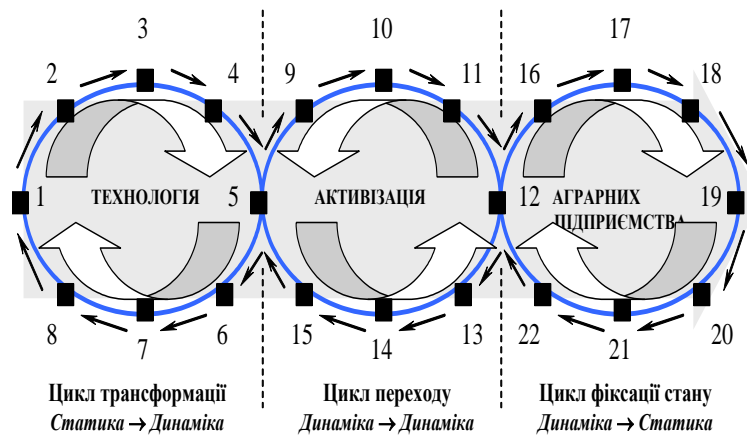


Рис. 3. Концепція побудови активізації аграрного підприємства

Джерело: розроблено автором

На нашу думку, технологія управління такою активізацією аграрного підприємства включає такі стадії: діагностика стану виробничо-комерційної системи, оцінка її параметрів на відповідність встановлених раніше (новим) цільовим орієнтирам; оцінка внутрішніх резервів; оцінка зовнішніх факторів впливу; визначення потенціалу аграрного підприємства; постановка нових цільових орієнтирів; обґрунтування та ресурсне

забезпечення стратегічних цілей активізації; формування організаційних механізмів реалізації програм стратегічної активізації; розробка контрольних показників та процедур контролю; мотивація персоналу; розробка механізмів нейтралізації внутрішньої протидії змінам; соціальні трансформації на аграрному підприємстві; організаційні зміни в аграрному підприємстві; технологічні зміни в аграрному підприємстві; технічні

зміни в аграрному підприємстві; фінансові зміни в аграрному підприємстві; визначення невідповідності існуючої бізнес-моделі новим умовам діяльності; формування нової бізнес-моделі аграрного підприємства (активізаційна бізнес-модель); узгодження і впровадження активізаційної бізнес-моделі; використання активізаційної бізнес-моделі аграрного підприємства; коригування параметрів бізнес-моделі аграрного підприємства; оцінка параметрів бізнес-моделі аграрного підприємства; визначення відхилень та розробка коригуючих заходів.

Таким чином після розробленої концепції побудови активізації аграрного підприємства, що функціонує виключно на певних стадіях активізації формується бізнес-модель розвитку аграрного підприємства в умовах цифрової економіки.

Висновки. Отже, цифровізація змінює підхід до ведення та розвитку бізнесу, а також вимоги до збільшення активізаційної діяльності на підприємстві. Тому на підприємствах в тому числі і в аграрних потрібно створити концепцію побудови активізації, яка допоможе сфокусувати основні принципи активізації в найкоротший час та ефективними методами управління. Це в свою чергу призведе до формування бізнес-моделі розвитку аграрного підприємства за допомогою якої підприємство перейде на нові цифровізаційні методи розвитку.

Література:

1. Market Services Productivity across Europe and the US. *Economic Policy*. 2008. Vol. 23 (53). pp. 139-194.
2. Niebel T. ICT and Economic Growth: Comparing Developing, Emerging and Developed Countries. ZEW Centre for European Economic Research. Mannheim. 2014. *ZEW Discussion Paper*. pp.14-117.
3. Andrew J. Rohm, Matthew Stefl, Julian Saint Clair Time for a Marketing Curriculum Overhaul: Developing a Digital-First Approach. September 2018. URL : <https://doi.org/10.1177/0273475318798086>
4. Mrs. Reshma Desai, Mr. Arvind Chauhan, Mr. Darshan Kudtarkar, "Digital Marketing - New Age Consumer Behavior (Mumbai Region)", *International Journal of Research and Analytical*

Reviews (IJRAR). 2019. Volume.6, Issue 1, Page No pp.38-43. URL : <http://www.ijrar.org/IJAR1ABP007.pdf>.

5. Hofacker C.F. Digital Marketing: communicating, selling and connecting. Massachusetts : Edward Elgar Publishing, Inc., 2018. 224 p.

6. Иванов С. В., Вишневыский А. С. Электронные платформы как инструмент модернизации экономики Украины. *Вісник економічної науки України*. 2017. №1 (32). С. 47-53.

7. Мешко Н. П., Сазонець О. М., Джусов О. А. Стратегії високотехнологічного розвитку в умовах глобалізації: національний та корпоративний аспекти : моногр. / ред.: Н.П. Мешко; Дніпропетр. нац. ун-т ім. О. Гончара. Донецьк : Юго-Восток, 2012. 470 с.

8. Коровайченко Н. Ю. Передумови інтеграції України до єдиного цифрового ринку Європейського Союзу. *Ефективна економіка*. 2017. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5648>.

9. Кіт Л. З. Еволюція мережевої економіки *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2014. № 3 (2). С. 187-194.

10. Національна модель неіндустріального розвитку України: моногр. / В. П. Вишневыский, Л.О. Збаразська, М.Ю. Заніздря та ін.; за заг. ред. В. П. Вишневыського / Київ : НАН України, Ін-т економіки пром-сті. 2016. 518 с.

11. Ляшенко В. І., Вишневыский О. С. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку : монографія. Київ : НАН України, Ін-т економіки промисловості. 2018. 252 с.

References:

1. Market Services (2008), "Productivity across Europe and the US", *Economic Policy*. Vol. 23 (53). pp. 139-194.
2. Niebel T. (2014), "ICT and Economic Growth: Comparing Developing, Emerging and Developed Countries. ZEW Centre for European Economic Research. Mannheim", *ZEW Discussion Paper*. pp.14-117.
3. Andrew J. Rohm, Matthew Stefl, Julian Saint Clair (2018) [Time for a Marketing Curriculum Overhaul]: Developing a Digital-First Approach, available at : <https://doi.org/10.1177/0273475318798086>.
4. Mrs. Reshma Desai, Mr. Arvind Chauhan, Mr. (2019) "Darshan Kudtarkar, "Digital Marketing - New Age Consumer Behavior (Mumbai Region)", *IJAR - International Journal of Research and Analytical Reviews (IJRAR)*, volume.6, issue 1, pp. 38-43, available at : <http://www.ijrar.org/IJAR1ABP007.pdf>.
5. Hofacker, C.F. (2018), "Digital Marketing: communicating, selling and connecting", massachusetts : Edward Elgar Publishing, Inc., 224 p.
6. Yvanov, S.V. and Vyshnevskyi, A.S. (2017), "Electronic platforms as a tool for modernizing the Ukrainian economy", *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy*, vol. 1 (32), pp. 47-53.

7. Meshko, N.P. Sazonets, O.M. and Dzhusov, O. A. (2012), *Strategii vysokotekhnolohichnoho rozvytku v umovakh hlobalizatsii: natsionalnyi ta korporatyvnyi aspekty* [Strategies for high-tech development in the minds of globalization: national and corporate aspects], Yuho-Vostok, Moscow, Russia, 470 p.
8. Korovaichenko, N.Yu. (2017), “Change your mind about Integration of Ukraine to the Single Digital Market of the European Union”, *Efektivna ekonomika*, available at : [http:// www.economy.nayka.com.ua/?op=1 &z=5648](http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5648).
9. Kit, L.Z. (2014), “Evolution of the least economical economy of the Khmelnytsky National University”, *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, vol. 3 (2), pp. 187-194.
10. Vyshnevskiy, V.P. Zbarazska L.O., Zanizdra M.Iu. (2016), *Natsionalna model neoindustrialnoho rozvytku Ukrainy* [National model of neo-industrial development of Ukraine], NAN Ukrainy, In-t ekonomiky prom-sti, Kyiv, Ukraine, 518 p.
11. Liashenko, V.I. and Vyshnevskiy, O.S. (2018), *Tsyfrova modernizatsiia ekonomiky Ukrainy yak mozhlyvist proryvnoho rozvytku* [Digital modernization of the economy of Ukraine as the ability to trivially develop], NAN Ukrainy, In-t ekonomiky promyslovosti, Kyiv, Ukraine, 252 p.

Стаття надійшла до редакції 05.10.2019 р.