

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет

Науково-навчальний інститут бізнесу, економіки та менеджменту
(повна назва інституту/факультету)

Кафедра економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування
(повна назва кафедри)

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ Олександра КАРІНЦЕВА
(підпис) (Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

14 грудня 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістр
(бакалавр / магістр)

зі спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність,
(код та назва)

освітньо-професійної програми Підприємництво, торгівля та логістика
(освітньо-професійної / освітньо-наукової) (назва програми)

на тему: Сучасні методи продажу товарів та послуг в умовах цифрової трансформації бізнесу

Здобувача(ки) групи ПТЛ.м-21
(шифр групи)

Олондар Альона Анатоліївна
(прізвище, ім'я, по батькові)

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ (підпис)

Альона ОЛОНДАР
(Ім'я та ПРІЗВИЩЕ здобувача)

Керівник професор кафедри, д.е.н., проф. Леонід МЕЛЬНИК
(посада, науковий ступінь, вчене звання, Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

_____ (підпис)

Суми – 2023

*Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет*

**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА
ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ**

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувачка кафедри економіки,
підприємництва
та бізнес-адміністрування
_____ Олександра КАРІНЦЕВА
«06» листопада 2023 р.

**ЗАВДАННЯ
до кваліфікаційної роботи
для здобуття освітнього ступеня «магістр»**

Студента(ки) групи ПТЛ.м-21, 2 курсу ННІ БіЕМ
(найменування інституту)

Спеціальність: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Освітня програма: 8.076.00.12 «Підприємництво, торгівля та логістика»

Олондар Альона Анатоліївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

Тема кваліфікаційної роботи: Сучасні методи продажу товарів та послуг в умовах цифрової трансформації бізнесу

Затверджена наказом по СумДУ №1443-VI від «12» грудня 2023 р.
Термін подання здобувачем вищої освіти завершеної кваліфікаційної роботи: до «14» грудня 2023 р.

Вихідні дані до роботи: наукова та періодична література, аналітичні доповіді, нормативно-правові акти України, статистична та фінансова звітність.

Зміст основної частини кваліфікаційної роботи (перелік питань, що підлягають розробленню): 1) Теоретичні основи підвищення конкурентоспроможності сектору послуг та його роль в економіці країни. 2) Вплив цифровізації та цифрової трансформації на розвиток сфери послуг. 3) Кейс продажу індивідуальних занять з німецької мови через ТікТок

Перелік ілюстрацій (мають бути представлені під час захисту):

- 1) Схема проведення аналізу конкурентоспроможності товарів
- 2) Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності товарів
- 3) Види інновацій за технологічними параметрами інновації
- 4) Публікація змонтованих відео із стрімів
- 5) Кількість переглядів на опублікованих відео

Дата видачі завдання: «06» листопада 2023 р.

Керівник кваліфікаційної роботи: проф. Леонід МЕЛЬНИК
(вч. звання, Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

Завдання прийняв(ла) до виконання: «06» 11.2023 р. _____
підпис студента(ки)

Примітки:

1. Це завдання є складовою кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня та розміщується після її титульного аркушу.
2. Після складання завдання, студент має ознайомитися із:
 - календарним графіком підготовки кваліфікаційної роботи із зазначеними строками виконання окремих етапів;
 - порядком перевірки кваліфікаційної роботи на наявність ознак академічного плагіату;
 - критеріями оцінювання та вимогами до кваліфікаційної роботи.

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота складається з 37 сторінок основного тексту і включає 3 розділи, 1 таблицю, 14 рисунків, а також список із 95 використаних джерел.

Актуальність теми полягає в необхідності розроблення науково обґрунтованих механізмів управління прибутком в секторі послуг з метою підвищення конкурентоспроможності в умовах сучасних ринкових відносин і зростаючого фінансового ризику.

Метою роботи є вивчення та аналіз підвищення конкурентоспроможності в секторі послуг через впровадження інноваційних підходів та розроблення рекомендацій для підприємств у цьому секторі.

Для досягнення поставленої мети були сформульовані завдання роботи, зокрема: аналіз теоретичних аспектів підвищення конкурентоспроможності в секторі послуг, вплив цифровізації на розвиток сфери послуг, розробка концепції та моделей механізму просування послуг за допомогою цифрової трансформації.

Об'єктом дослідження є процес впровадження інновацій у секторі послуг, а об'єктом – підприємства, що надають різноманітні послуги та прагнуть підвищити свою конкурентоспроможність через інноваційні зміни.

Методи дослідження включають аналіз і синтез, статистичний аналіз, економіко-математичне моделювання, структурний та порівняльний аналіз.

Наукова новизна полягає в розробці сучасної маркетингової концепції, що допоможе підвищити конкурентоспроможність підприємства.

Практична значущість полягає у формуванні рекомендацій для впровадження розроблених концепції та моделей у секторі послуг на конкретному підприємстві.

Ключові слова: управління прибутком, конкурентоспроможність, інновації, сектор послуг, фінансовий ризик, моделі управління, тікток.

SUMMARY

The master's thesis consists of 37 pages of the main text, including 3 chapters, 1 table, 14 figures, and a list of 95 references.

The relevance of the topic lies in the necessity to develop scientifically grounded mechanisms for profit management in the service sector to enhance competitiveness in the context of contemporary market relations and increasing financial risks.

The aim of this research is to study and analyse the improvement of competitiveness in the service sector through the introduction of innovative approaches and to develop recommendations for enterprises in this sector.

To achieve the set goal, several tasks were formulated, including analysis of theoretical aspects of increasing competitiveness in the service sector, the impact of digitalisation on the development of the service sector, development of the concept and models of a mechanism for promoting services through digital transformation.

The object of the study is the process of introducing innovations in the service sector, and the object is enterprises that provide various services and seek to increase their competitiveness through innovative changes.

Research methods include analysis and synthesis, statistical analysis, economic-mathematical modelling, structural and comparative analysis.

The scientific novelty lies in the development of a modern marketing concept that will help to increase the competitiveness of the enterprise.

The practical significance of the research lies in the formulation of recommendations for implementing the developed concept and models in the service sector, particularly within a specific company.

Keywords: profit management, competitiveness, innovation, service sector, financial risk, management models, TikTok.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СЕКТОРУ ПОСЛУГ ТА ЙОГО РОЛЬ В ЕКОНОМІЦІ КРАЇНИ.....	8
1.1 Теоретичні аспекти підвищення конкурентоспроможності в секторі послуг	8
1.2 Сектор послуг та його роль в економіці країни на прикладі міжнародного досвіду	14
1.3 Впровадження інновацій в системі підвищення конкурентоспроможності	19
2 ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА РОЗВИТОК СФЕРИ ПОСЛУГ	24
2.1 Аналіз впровадження та використання цифровізації та цифрової трансформації на розвиток підприємства	24
2.2 Порівняльна характеристика методів продажу через інтернет	27
3 КЕЙС ПРОДАЖУ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ З НІМЕЦЬКОЇ МОВИ ЧЕРЕЗ ТІКТОК.....	30
3.1 TikTok як маркетинговий інструмент продажу послуг.....	30
3.2 Організація роботи в TikTok «deutsch.aljona.olondar»	32
ВИСНОВКИ	42
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	44
ДОДАТКИ	57

ВСТУП

Впровадження інновацій стає важливим завданням у сучасному світі, особливо в контексті сектору послуг. Зміни в економічних, технологічних та соціокультурних реаліях створюють серйозні виклики та можливості для підвищення конкурентоспроможності підприємств у цьому секторі. Стратегії, спрямовані на інноваційні зміни, є ключовими для забезпечення успішності підприємств, які надають послуги.

Метою роботи є вивчення та аналіз сучасних методів продажу товарів та послуг в умовах цифрової трансформації бізнесу. Для досягнення цієї мети, робота визначає наступні завдання:

- проаналізувати сучасні тенденції у секторі послуг та ідентифікувати основні чинники, що впливають на конкурентоспроможність;
- дослідити інноваційні підходи, методи і технології, які можуть бути успішно впроваджені у секторі послуг;
- оцінити вплив інновацій на підвищення якості та ефективності послуг на здатність підприємств до конкуренції;
- розроблення практичних рекомендацій для підприємств сектору послуг щодо впровадження інновацій та підвищення їх конкурентоспроможності.

Науковою новизною даної роботи є спроба систематичного аналізу та синтезу інформації про впровадження інновацій у секторі послуг та створення практичних рекомендацій на основі цього аналізу.

Предметом дослідження є процес впровадження інновацій у секторі послуг, а об'єктом – підприємства, що надають різноманітні послуги та прагнуть підвищити свою конкурентоспроможність через інноваційні зміни.

Кваліфікаційна робота відкриває можливості для подальших досліджень та розвитку інноваційних стратегій у секторі послуг, сприяючи вдосконаленню бізнес-процесів та забезпеченню стійкого конкурентного переваги підприємств.

1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СЕКТОРУ ПОСЛУГ ТА ЙОГО РОЛЬ В ЕКОНОМІЦІ КРАЇНИ

1.1 Теоретичні аспекти підвищення конкурентоспроможності в секторі послуг

Забезпечення конкурентоспроможності підприємства завжди вважалося ключовим фактором для його успішності. У сучасному епоху глобалізації, цей аспект став ще важливішим, визначаючи, чи зможе підприємство вижити на ринку. Конкурентоспроможність підприємства визначається багатьма внутрішніми та зовнішніми чинниками.

Наукові джерела розкривають різноманітні підходи до розуміння поняття "конкурентоспроможність підприємства" [1]. Різні автори пропонують власні визначення цього поняття. Деякі визначають його як здатність підприємства ефективно конкурувати на ринку, ґрунтуючись на своїх конкурентних перевагах. Інші підкреслюють багатогранність цього поняття, яке включає в себе як поточну, так і перспективну здатність підприємства досягати переваг у задоволенні потреб споживачів та ведення ефективної господарської діяльності.

Зазначені різниці в трактуванні конкурентоспроможності підприємства свідчать про те, що це поняття не має єдиного універсального визначення і може бути розглянуте з різних точок зору. У кожного дослідника воно може мати свої особливості та вагомість.

На підставі вищенаведених визначень, можемо вважати, що конкурентоспроможність підприємства представляє собою комплексну систему, яка складається з чотирьох важливих елементів [2]:

1. Потенціал конкурентоспроможності це сукупність різноманітних матеріальних та нематеріальних ресурсів, ключових навичок і здібностей, які дозволяють підприємству отримувати сталу конкурентну перевагу над своїми конкурентами.

2. Конкурентна перевага це ефект ефективного використання складових потенціалу конкурентоспроможності, що дозволяє підприємству формувати привабливу ринкову пропозицію та використовувати ефективні інструменти конкуренції.

3. Інструменти конкуренції це параметри та методи, які підприємство свідомо та цілеспрямовано використовує для нарощування свого власного капіталу клієнта та створення вартості компанії.

4. Конкурентна позиція це результат досягнутий підприємством у конкурентній боротьбі в даному секторі, в порівнянні з результатами, досягнутими його конкурентами. Іншими словами, це місце, яке підприємство забезпечує для себе на масштабах економічних та неекономічних вигод у порівнянні з іншими гравцями на ринку.

Важливо зазначити, що не існує єдиної думки серед науковців щодо чинників, які сприяють підвищенню рівня конкурентоспроможності підприємства. Фінансові аспекти конкурентоспроможності були розглянуті Дяченком В.В. [3].

За думкою Шевченка І. Ю., одним з ключових чинників конкурентоспроможності підприємства є досягнення конкурентних переваг у ефективному використанні ресурсів. Таким чином, важливою ознакою конкурентоспроможності є здатність підприємства забезпечувати конкурентні переваги в результативності використання ресурсів [3].

Згодні з Шевченко І. Ю., що ключовим показником конкурентоспроможності будь-якого підприємства є досягнення ним ефективності діяльності відповідно до обраної конкурентної стратегії. Іншими словами, ефективність є важливим фактором для забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку [4].

Томілін О. О. вказує, що ризик-менеджмент також має значний вплив на конкурентоспроможність підприємства. Впровадження системи комплексного ризик-менеджменту може призвести до підвищення ефективності діяльності

підприємства та збільшення його конкурентоспроможності, що може виявитися у зростанні цін акцій, прибутку та загального рівня конкурентоспроможності підприємства [5].

Чинники, які впливають на конкурентоспроможність підприємства, були визначені авторами М. І. Іванова, А. М. Ткаченко та В. Л. Загорудько. Вони вказують, що конкурентоспроможність підприємства залежить від конкурентоспроможності його товарів, ефективності стратегії збуту та маркетингу товару на ринку, фінансового стану підприємства та ефективності його менеджменту [6].

Важливо враховувати, що конкурентоспроможність товарів може змінюватися з часом і не є постійною величиною. Тому підприємству потрібно постійно вдосконалювати та керувати конкурентоспроможністю своїх товарів. Аналіз конкурентоспроможності повинен проводитися на всіх етапах життєвого циклу товару і виконуватися регулярно. Це допоможе вчасно виявити зміни в конкурентоспроможності товарів і приймати відповідні заходи, такі як зміна товарного асортименту, пошук нових ринків збуту, модернізація товару або відмова від випуску товару в разі, якщо відновлення його конкурентоспроможності стає неможливим [7].

Аналіз конкурентоспроможності товару цільно доцільно виконувати за 7 основними етапами, які відображені на схемі (рис.1).

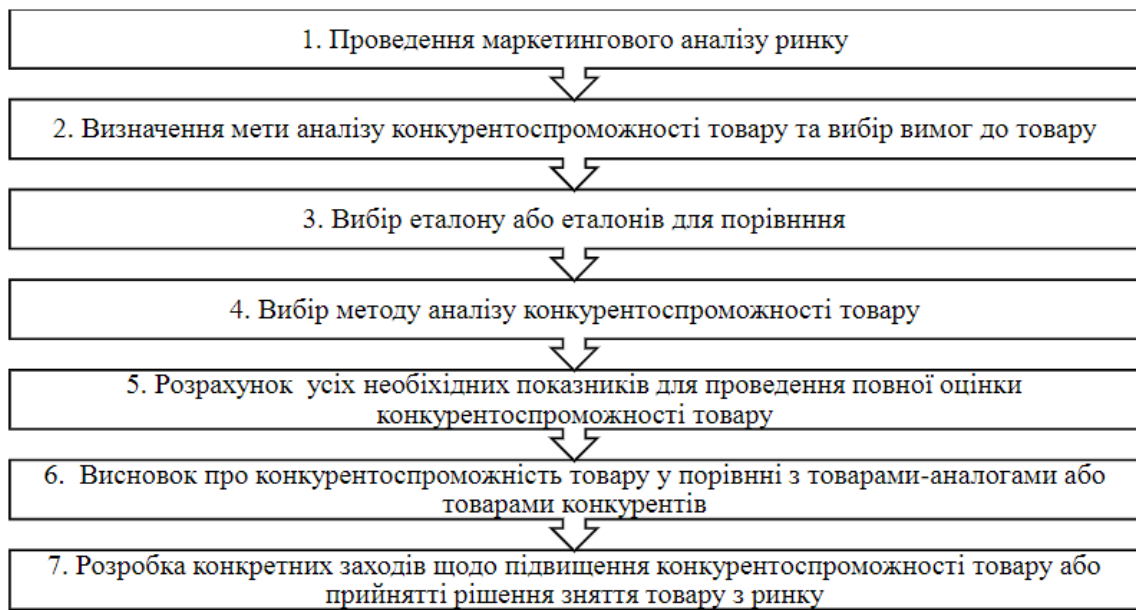


Рисунок 1 – Схема проведення аналізу конкурентоспроможності товарів

Джерело: [8].

Важливо зауважити, що аналіз конкурентоспроможності продукції має завершуватися розробкою комплексу заходів для її підвищення. У випадку, коли такі заходи вимагають великих витрат, які не виправдаються, можливо, краще вивести товар з ринку і замінити його іншим.

Конкурентоспроможність компанії відображає її потенціал, включаючи ресурси та компетенції, що дозволяють їй конкурувати з іншими фірмами у своїй галузі. З іншого боку, конкурентоспроможність враховує взаємодію між компаніями в цьому секторі та використовується для оцінки фактичної продуктивності конкретної компанії. Якщо підприємство вважається конкурентоспроможним у своїй галузі, воно може досягати більшого успіху, ніж інші гравці, і ці переваги можуть бути на різних рівнях. Важливо враховувати, що конкурентоспроможність є відносною, і для її оцінки потрібно встановлювати правильні точки відліку та використовувати відповідні критерії оцінки [9].

Існують різні методи оцінки конкурентоспроможності товару, які можна класифікувати за кількома параметрами, такими як тип критеріїв, форма подання даних та принципи використання. Деякі методи включають прямі та непрямі методи, розрахункові, матричні, графічні, а також комбіновані. Оцінка конкурентоспроможності може також ґрунтуватися на органолептичних, вимірювальних, соціологічних, статистичних, аналітичних та інших методах.

В сучасній глобальній економіці, де існує велика невизначеність та змінність, здатність компаній здобувати та обробляти знання та інформацію стає важливим фактором у їхньому розвитку. Знання, підприємництво та інновації стають все більш важливими, особливо в умовах високої конкуренції та глобалізації. Інновації сприяють підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних підприємств (рис. 2).



Рисунок 2 - Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності товарів

Джерело: [10].

Існують різні методи для аналізу конкурентоспроможності товару, і вибір конкретного методу залежить від різних факторів, таких як характер товару, доступність інформації, ресурси та цільова аудиторія. Такий вибір потребує обґрунтування і може залежати від багатьох факторів.

Конкурентоспроможність компанії відображає її потенціал, включаючи ресурси та компетенції, що дозволяють їй конкурувати з іншими фірмами у своїй галузі. З іншого боку, конкурентоспроможність враховує взаємодію між компаніями в цьому секторі та використовується для оцінки фактичної продуктивності конкретної компанії. Якщо підприємство вважається конкурентоспроможним у своїй галузі, воно може досягати більшого успіху, ніж інші гравці, і ці переваги можуть бути на різних рівнях. Важливо враховувати, що конкурентоспроможність є відносною, і для її оцінки потрібно встановлювати правильні точки відліку та використовувати відповідні критерії оцінки [11].

Існують різні методи оцінки конкурентоспроможності товару, які можна класифікувати за кількома параметрами, такими як тип критеріїв, форма подання даних та принципи використання. Деякі методи включають прямі та непрямі методи, розрахункові, матричні, графічні, а також комбіновані. Оцінка конкурентоспроможності може також ґрунтуватися на органолептичних, вимірювальних, соціологічних, статистичних, аналітичних та інших методах.

В сучасній глобальній економіці, де існує велика невизначеність та змінність, здатність компаній здобувати та обробляти знання та інформацію стає важливим фактором у їхньому розвитку. Знання, підприємництво та інновації стають все більш важливими, особливо в умовах високої конкуренції та глобалізації. Інновації сприяють підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних підприємств [12].

1.2 Сектор послуг та його роль в економіці країни на прикладі міжнародного досвіду

Інноваційний шлях розвитку сфери послуг, як свідчить міжнародний досвід, є важливим показником привабливості цієї галузі для потенційних інвесторів. Він також допомагає зменшити відтік якісних трудових ресурсів з країни і впливає на зменшення масштабів міграційної кризи. Тому не дивно, що уряди країн, які лідирують у сфері технологій, активно підтримують підприємництво за допомогою державних програм, таких як "Японія 5.0", "Німеччина 4.0", "Індустріальний інтернет-консорціум у США" і багато інших [13].

Впровадження інновацій у практику сільськогосподарських підприємств надзвичайно важливе в сучасних умовах, оскільки це дозволяє підвищити їх конкурентоспроможність на ринку та ефективність функціонування. Інноваційна діяльність, спрямована на розвиток суб'єктів господарювання, стає основою для успіху підприємств і забезпечує їм конкурентні переваги на ринку [14]. Підприємства, які використовують передові технології, мають висококваліфікований персонал та сучасну систему управління, займають лідируючі позиції на ринку продукції та послуг.

На сучасному етапі розвитку суспільства, інновації стали потужним антикризовим чинником для всіх країн світу. Вони полягають у використанні нових технологій, нової техніки та методів організації управління та виробництва, що призводить до зниження витрат на виробництво, збільшення валового доходу і завоювання нових ринків збуту. Розвиток світової економіки відбувається нерівномірно, і це включає високі темпи зростання для розвинених країн, які використовують дешеву робочу силу і технології з інших країн. З іншого боку, країни, які розвиваються, лише вступають в конкуренцію на світових ринках і намагаються досягти позицій розвинених країн, отримуючи

підтримку транснаціональних компаній, що інвестують в ринки, що розвиваються.

Відповідно до Закону України "Про інноваційну діяльність", інновації визначаються як новостворені або вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного та іншого характеру, які суттєво поліпшують структуру та якість виробництва та соціальної сфери. Інноваційна діяльність, що спрямована на розвиток суб'єктів господарювання, є ключовою для успіху підприємств і забезпечує їм конкурентні переваги на ринку [15].

Державна інноваційна політика є невід'ємною частиною соціально-економічної політики і визначає відношення держави до інноваційної діяльності. Вона встановлює цілі, напрямки та форми діяльності органів державної влади у сфері науки, техніки і реалізації досягнень науки і техніки. Для реалізації інноваційної політики використовуються різні методи, такі як створення законодавчої бази, державна підтримка інвесторів, податкові пільги, залучення іноземних партнерів, розвиток інноваційної інфраструктури та багато інших.

Україна стикається з рядом проблем у сфері інноваційної діяльності, таких як нестача фінансування для науково-технічної сфери, обмежений інтерес приватного сектору до інновацій, відсутність єдиної стратегії держави в галузі інновацій та інші. Для покращення цієї ситуації, Україна може вивчати досвід провідних європейських країн, таких як Франція, Німеччина, Швеція та Данія, і впроваджувати їхні практики в галузі інноваційної політики [16].

Однією з основних мет цілей інноваційної політики Франції є досягнення лідерства у науці та реалізація значних цільових проектів, що охоплюють усі етапи інноваційного циклу. Важливо відзначити, що велика частина інноваційного потенціалу країни спрямована на військову сферу. Франція має централізовану структуру наукових досліджень, відмінною від багатьох інших європейських країн. Вона відмовляється від глобальної політики у сфері науки і

технологій через адміністративно-правові механізми та спрямовує зусилля на перебудову інфраструктури для створення сприятливих умов для співпраці між наукою і промисловістю.

Головні напрями інноваційної політики Франції включають підтримку інноваційних дій малих та середніх підприємств, зняття обмежень щодо венчурних інвестицій, та стимулювання співпраці між науковими організаціями, вищими навчальними закладами і промисловими підприємствами.

Незважаючи на централізованість науково-технічної діяльності, Франція розвиває регіональний підхід до інноваційної сфери. Різні регіональні інноваційні стратегії реалізуються в залежності від особливостей регіонів. Вони можуть використовувати стратегії консолідації або диверсифікації залежно від економічного розвитку та потреб кожного регіону [17].

Франція також активно просуває інновації у промисловість через Інноваційне агентство Франції, яке співпрацює з Міністерством промисловості і Міністерством наукових досліджень. Більше 150 спеціалізованих центрів регіональних інновацій і трансферу технологій створено Міністерством наукових досліджень Франції, кожен із яких спеціалізується в певній галузі знань і галузі виробництва. Такий підхід дозволяє впроваджувати інновації в різних галузях та регіонах країни.

Головною метою інноваційної діяльності в Німеччині є створення сприятливого інноваційного середовища та оптимізація всієї економіки. Німеччина входить у топ-10 країн за рівнем інноваційності, і її інноваційна політика ґрунтується на Стратегії високотехнологічного розвитку 2020 для Німеччини [18].

Основна мета цієї стратегії полягає в тому, щоб досягти світового лідерства в сфері високих технологій, виробництва та експорту високотехнологічних товарів і послуг, а також стати інноваційною державою. Досягнення статусу інноваційної держави має сприяти підвищенню

конкурентоспроможності, економічному зростанню, підвищенню якості життя громадян, розробці новітніх товарів та послуг, збільшенню експортних можливостей, раціональному використанню ресурсів, охороні навколишнього середовища, розвитку медицини та інформаційних технологій [19].

До основних завдань, визначених в рамках стратегії, належить збільшення інвестицій в науково-дослідницьку і розвідувальну діяльність (3% від ВВП до 2020 року), співпраця між бізнесом і науковою спільнотою, підтримка розвитку високотехнологічних галузей малого і середнього бізнесу, розвиток східних регіонів, акцент на "економіці здоров'я", формування біоекономіки, розповсюдження електромобілів, розвиток "розумних" сервісів та хмарних платформ [20].

У Німеччині виконання завдань, визначених в Стратегії високотехнологічного розвитку, спостерігається під керівництвом Міністерства освіти і наукових досліджень ФРН під контролем уряду країни. Також значну роль у цьому процесі відіграють визнані світові громадські науково-дослідні інститути, такі як Суспільство наукових досліджень ім. Макса Планка, Товариство ім. Фраунгофера, і Товариство ім. Гельмгольца.

Україна намагається вивчити досвід Німеччини у фінансуванні науково-дослідних та розвідувальних робіт і спонуканні бізнесу до участі в інноваційних проектах. Україна також має великі можливості для впровадження інновацій у "зелену" економіку, оскільки вона має високоурбанізовані райони та промислові центри, які можуть стати осередками інноваційного розвитку.

Інноваційна політика Швеції є прикладом успішної інноваційної стратегії, спрямованої на забезпечення економічного зростання та прогресу в наукових дослідженнях. Швеція є світовим лідером за рівнем інноваційності та витратами на науково-дослідницьку діяльність відсотках від ВВП. Швеція активно співпрацює між університетами та підприємствами та має успішний досвід в розвитку досліджень у галузі ядерної енергетики та телекомунікацій.

За останні роки, внаслідок змін в структурі підприємств та злиттів і поглинань, дослідницька робота в Швеції стала більш розподіленою і міжнародною, але зберегла свою активну спрямованість на зв'язок між наукою та підприємницьким сектором.

У Швеції державні видатки, насамперед, спрямовані на розвиток освіти, університетської науки і створення тісних зв'язків із бізнесом. Ця стратегія має велике значення для інноваційної діяльності. Україна також може використовувати цей шведський досвід для підтримки інновацій [21].

У Данії головною метою інноваційної діяльності є забезпечення економічного зростання та оптимізація економіки. Данія посідає восьме місце за ступенем інноваційності серед країн. Уряд Данії прийняв стратегію розвитку "Данія завжди разом", спрямовану на забезпечення економічної свободи та підвищення інвестицій в освіту і науку для загального добробуту. Ця програма встановила ряд вимог до досягнень у сфері інноваційного розвитку, включаючи збільшення інвестицій у НДДКР, покращення доступу до освіти для молоді та підвищення індексу сталого розвитку.

Міністерство вищої освіти і науки Данії відповідає за координацію реалізації цієї стратегії, яка визначила ключові показники для досягнень в галузі наукових досліджень та інновацій [22].

У Швеції державні видатки, насамперед, спрямовані на розвиток освіти, університетської науки і створення тісних зв'язків із бізнесом. Ця стратегія має велике значення для інноваційної діяльності. Україна також може використовувати цей шведський досвід для підтримки інновацій [23].

У Данії головною метою інноваційної діяльності є забезпечення економічного зростання та оптимізація економіки. Данія посідає восьме місце за ступенем інноваційності серед країн. Уряд Данії прийняв стратегію розвитку "Данія завжди разом", спрямовану на забезпечення економічної свободи та підвищення інвестицій в освіту і науку для загального добробуту. Ця програма встановила ряд вимог до досягнень у сфері інноваційного розвитку, включаючи

збільшення інвестицій у НДДКР, покращення доступу до освіти для молоді та підвищення індексу сталого розвитку [24].

1.3 Впровадження інновацій в системі підвищення конкурентоспроможності

Пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності відіграє важливу роль в успішному функціонуванні підприємства і його подальшому зростанні. Ця задача має велике значення як на національних, так і на міжнародних ринках, оскільки вона дозволяє підсилити конкурентну позицію підприємства та оптимізувати його діяльність.

Інновації, у загальному розумінні, представляють собою щось нове і відмінне від існуючих рішень. Вони є результатом науково-технічного прогресу і мають високий ступінь ризику при їх впровадженні. Інновації тісно пов'язані з підприємництвом і вимагають створення сприятливого середовища для їх комерціалізації та швидкої імплементації [25].

Підприємства, які бажають бути інноваційними, повинні створити таке середовище, що сприяє комерціалізації нововведень та їх швидкому впровадженню. Важливо, щоб інновації приносили користь споживачам і гарантували високу рентабельність для підприємства.

Сучасні інновації часто асоціюються зі змінами, але вони вигідні тільки тоді, коли вони відповідають потребам організації. Інновації можуть проявлятися у формі нових продуктів, технологій, ідей, підходів та систем, які призначені для забезпечення переваг споживачам та зміцнення конкурентних позицій компанії.

З розвитком цифрової економіки інновації все частіше пов'язуються з інформаційними технологіями. Ці технології впливають на процеси виробництва, змінюючи їх форму, собівартість та рентабельність. Вони стають універсальними силами, які впливають на всі галузі економіки та виробництва, і

перетворюють інформацію на ключовий ресурс для досягнення успіху в сучасному світі.

Існують різні види інновацій, і вони можуть бути класифіковані за різними ознаками. Однією з ключових характеристик інновацій є їх обсяг та наслідки для підприємства [26]:

а) Додаткові інновації - це зміни, які вносять невеликі покращення та відповідають діагностичному підходу до організації та проектування систем.

б) Революційні інновації (радикальні) - це інновації, що призводять до радикальних та проривних змін у підприємстві. Вони зазвичай вимагають стратегічного планування та прогностичного підходу.

в) Інновація товару - це виведення на ринок нового товару, послуги або значного поліпшення існуючих товарів чи послуг підприємства.

г) Технічні інновації - це впровадження нових технологічних рішень замість існуючих продуктів та технологій.

д) Модифікація інновацій - це внесення невеликих змін до існуючих продуктів, технологій та систем управління для їх покращення.

Потрібно розуміти, що інновація передбачає перше виробниче впровадження нових знань, а подальші застосування цих знань називають дифузією (розповсюдженням). Копіювання інновацій не так поширене, оскільки часто потрібно проводити дорогі модифікації.

Також інновації можна розділити на дві групи [27]:

1. Організаційні та технічні інновації - це проекти, які стосуються змін в організації виробничих підрозділів, робочих місць та допоміжних підрозділів, включаючи впровадження комп'ютерного програмного забезпечення та комп'ютерів для контролю та регулювання виробничих процесів.

2. Модифікації - це невеликі технічні або естетичні зміни у продуктах, які не призводять до технічного вдосконалення, але можуть бути введені з метою виходу на новий сегмент ринку.

Також існують технологічні інновації, які впроваджують нові технології та матеріали для створення нових продуктів або систем. Новаторськість таких інновацій оцінюється за технологічними параметрами та ринковою потребою (рис. 3).

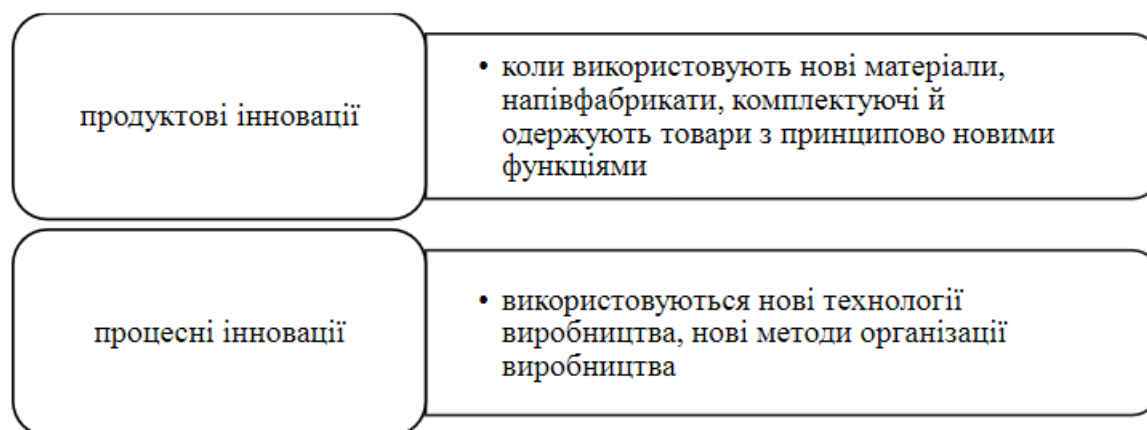


Рисунок 3 - Види інновацій за технологічними параметрами інновації

Джерело: [28]

Розглянемо, як у наукових джерелах розглядається вплив технологічних інновацій на конкурентоспроможність підприємства. Щоб підприємство було конкурентоспроможним, воно має бути продуктивним, ефективним і оперативним, а також володіти такими якостями, як гнучкість, адаптивність та інноваційність.

Технологічні інновації впливають на підприємство на різні способи [29]:

1. Використання нових матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих і створення продуктів з новими функціями дозволяє підприємству краще адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі.

2. Технологічні інновації дозволяють підвищити якість продукції, що збільшує її конкурентоспроможність і збільшує обсяги продажу.

3. Інновації підвищують загальну ефективність та результативність операцій підприємства, допомагаючи усунути бар'єри та використовувати ресурси більш ефективно.

4. Інновації можуть включати у себе поліпшення управлінських методів та робочих процесів, що допомагає оптимізувати діяльність підприємства.

5. Технологічні інновації можуть сприяти поліпшенню умов безпеки праці на підприємстві, що є важливою складовою конкурентоспроможності.

6. Використання сучасного технічного обладнання допомагає замінити живу працю та зробити виробництво більш ефективним.

Згідно з Й. Шумпетером, інноваційні заходи визначають конкурентоспроможність підприємства, і вони мають на меті знаходити та інвестувати в нові ринкові можливості, мінімізуючи ризик невизначеності [30].

Автори О. В. Вараксін та Н.Ф. Єфремова розглядають інновації як ключовий фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. Щоб досягти тривалого успіху, підприємство повинно працювати над підвищенням конкурентоспроможності у всіх аспектах своєї діяльності, зокрема у сфері інновацій, науково-дослідних робіт, технологічних оновлень та використання інформаційних технологій. Інновації грають важливу роль у підвищенні конкурентоспроможності підприємства, допомагаючи йому адаптуватися до змін, поліпшувати продукцію і методи роботи, та розширювати можливості на ринку [31].

Д.О. Серeda наголошує, що в умовах ринкової економіки конкурентоспроможність є важливою економічною характеристикою, оскільки вона відображає інноваційні можливості підприємства. О. П. Красняк та В. О. Мицик підкреслюють необхідність стимулювання фінансової інноваційної діяльності підприємств у створенні нових товарів і послуг [32, 33].

Одним з ключових факторів, які визначають здійснення технологічних інноваційних проектів компаніями, є їх наукова та дослідницька робота. Інноваційні характеристики підприємства можна оцінювати за різними критеріями, такими як ритмічність, технологічність та мінімізація витрат.

Леган І.М. провела дослідження формування та використання конкурентоспроможності персоналу як основи інноваційного розвитку підприємства. Вона розглядає конкурентоспроможність робочої сили як один із параметрів інноваційного розвитку [34].

Панченко М. О. вказує, що сучасна інноваційна діяльність компаній охоплює не лише розробку нових продуктів, але і інші сфери управління. Він групує вплив інновацій на конкурентоспроможність за різними категоріями, такими як соціально-економічні, управлінські, технічні, соціальні, продуктові, процесні та алокаційні [35].

Інноваційну активність підприємств важливо розвивати як на макрорівні, так і на мікрорівні. На макрорівні це передбачає організаційну, фінансову та правову підтримку інноваційної діяльності загалом. А на мікрорівні це включає стимулювання інноваційності та активності керівництва підприємства.

Важливо зазначити, що рівень інноваційності українських підприємств залишається низьким, і це пов'язано з їхнім фінансовим становищем та обережністю щодо ризикованих проектів. Українські підприємства переважно зосереджуються на імітаційних інноваціях, і недостатньо вкладаються в дослідження та розробки. Також, фактори інноваційності в Україні відрізняються від розвинених країн, і часто відсутній належний внутрішній попит на інновації.

2 ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА РОЗВИТОК СФЕРИ ПОСЛУГ

2.1 Аналіз впровадження та використання цифровізації та цифрової трансформації на розвиток підприємства

Трансфер технологій – це процес обміну навичками, знаннями, методами виробництва, та зразками технологій між різними урядовими та іншими установами з метою сприяння науково-технічному прогресу [36]. У сучасний період цей процес стає особливо актуальним, особливо у контексті співпраці з Естонією. Естонія є прикладом цифрової держави, який Україна використовує при створенні свого Міністерства цифрової трансформації. Естонія стала партнером та наставником для України у впровадженні цифрового уряду. Один із прикладів такої співпраці - проект Трембіта, який дозволяє обмінюватися даними між реєстрами та надає громадянам онлайн-послуги, такі як «Малютко» [36].

Україна стає все більш привабливою для експорту свого досвіду в галузі надання державних послуг. Застосунок mRiik від Естонії, аналогічний українській Дії, доступний для тестування в Україні з лютого. Планується його повноцінний запуск середині цього року. mRiik робить взаємодію з державою та доступ до послуг набагато простіше. Дія не лише змінила спосіб сприйняття та очікування від державних послуг громадянами, але також вплинула на державних службовців. Традиційна система, бюрократія та паперова робота більше не відповідають сучасним вимогам, і їхня перевага постійно зменшується, що є прикладом для майбутніх цифрових послуг в Естонії [37].

Покрім Естонії, інші країни також виявили інтерес до українських технологій Дії. Наразі ведуться переговори та комунікація з понад 15 країнами, які залишаються конфіденційними до підписання меморандумів про співпрацю.

Кожна з цих країн має свій рівень готовності до цифрової трансформації та культуру цифрового користування. Інтерес країн виявляється як до цифрових документів, таких як водійські права, технічний паспорт, ID, так і до цифрових послуг. Технологія, що є предметом інтересу, включає в себе також цифрову освіту та грамотність, а це - галузі, в яких Дія вже створила якісну базу. Уряди інших країн розглядають можливість впровадження аналогічних продуктів або запозичення готових рішень. Ключовими факторами у виборі є час та доступні ресурси [38].

Для проведення аналізу потенційних викликів і можливостей трансферу технологій Дії в інші країни ми використовуємо SWOT-аналіз, який є ефективним інструментом для формування стратегій. SWOT аналіз допомагає визначити сильні та слабкі сторони внутрішньої ситуації, а також можливості та загрози зовнішнього середовища [39].

Сильні сторони:

1. Технологічна інфраструктура Дії є надійною і готовою до використання, що спрощує передачу технологій без великих ризиків.
2. Дія постійно пристосовує свої технології до нових вимог та викликів, що робить її продукти актуальними та конкурентоспроможними.
3. Організація отримує сильну підтримку від уряду України, що створює сприятливі умови для її розвитку та впровадження технологій.

Слабкі сторони:

1. Дія має обмежені фінансові ресурси, людський потенціал та інфраструктуру, що може стати перешкодою для активного розширення в інші країни.

2. Різниці в законодавстві та нормативних вимогах між країнами можуть ускладнити передачу технологій та потребувати додаткових зусиль для їх вирішення.

3. Відсутність досвіду у міжнародному бізнесі може ускладнити розуміння специфіки різних ринків та культурних особливостей.

Можливості:

1. Успішний трансфер технологій може зміцнити репутацію Дії, привернути нових клієнтів та розширити її присутність на ринку.

2. Розширення на міжнародні ринки дозволить привернути нових клієнтів, розвивати неосвоєні ринки та диверсифікувати доходи.

3. Трансфер технологій може сприяти економічному росту та стабілізації країн-реципієнтів, сприяючи інноваціям, підвищенню продуктивності та сталому розвитку.

Загрози:

1. Присутність інших гравців на ринку та нових постачальників технологій може створити гостру конкуренцію.

2. Обмін і використання даних може підвищити загрози щодо їх конфіденційності та безпеки.

3. Передача технологій країнам, які переживають нестабільність, пов'язана з ризиками та невизначеністю, які можуть вплинути на бізнес-операції.

2.2 Порівняльна характеристика методів продажу через інтернет

У сфері Інтернет-торгівлі в Україні спостерігається різниця у порівнянні з країнами Західної Європи, як щодо обсягів, так і за моделями ведення бізнесу та розвитком інфраструктури. Для ефективного розвитку бізнесу в цьому сегменті, важливо побудувати ефективну взаємодію зі споживачами та розвинути відповідну інфраструктуру [40].

Ключовими технічними передумовами для діджиталізації торгівлі є постійне вдосконалення інфраструктури, зокрема комп'ютерних технологій, які стають більш універсальними та ефективними. Важливим є також зростання швидкості передачі даних на великі відстані завдяки використанню різних технологій, включаючи дротові, бездротові та комбіновані.

Зокрема, збільшення мобільного сегменту та доступу до швидкого Інтернету на технологіях 4G та 5G сприяють цьому процесу. Ці технології зробили можливим швидкий доступ до Інтернету, що стало важливим фактором для розвитку онлайн-торгівлі [41-42].

Для більш глибокого розуміння ситуації в сфері Інтернет-торгівлі в Україні, важливо також розглянути статистику використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) на підприємствах за різними видами економічної діяльності. Це дає можливість оцінити наявність необхідної бази та кадрового забезпечення для здійснення операцій в Інтернет-торгівлі.

Таблиця 1 – Порівняльна характеристика методів продажу через інтернет у сфері послуг

Метод продажу	Опис	Переваги	Недоліки
Веб-сайт	Розміщення послуг на власному веб-сайті та їх продаж через нього.	Глобальна доступність, контроль над інформацією та дизайном, можливість аналізу даних.	Потребує витрат на розробку та підтримку веб-сайту.
Мобільні додатки	Розробка та використання спеціалізованих додатків для продажу послуг.	Зручний доступ для мобільних користувачів, можливість використання функцій смартфонів (геолокація, пуш-сповіщення тощо).	Вимагає розробки та підтримки додатків для різних платформ.
Електронна пошта	Відправлення пропозицій та рекламних повідомлень клієнтам через електронну пошту.	Низькі витрати, можливість персоналізації пропозицій.	Ризик потрапляння в спам, залежність від реакції клієнтів на електронну пошту.
Соціальні мережі	Реклама та продаж послуг через соціальні мережі.	Залучення аудиторії з соціальних мереж, можливість взаємодії з клієнтами.	Обмежена можливість детального представлення послуг, ризик негативних відгуків.
Інтернет-реклама	Розміщення рекламних банерів та оголошень на інших веб-сайтах.	Потенційний доступ до великої аудиторії, можливість вибору цільової аудиторії.	Високі витрати на рекламу, можливість блокування реклами користувачами.

Джерело: [43]

З аналізу сфери послуг в Україні в контексті Інтернет-торгівлі видно, що ринок цифрових послуг в країні ще не досягнув рівня розвиненості, який спостерігається в країнах Західної Європи. Основні причини такого відставання включають недостатню інфраструктуру, обмежений доступ до швидкого Інтернету та низький рівень ефективної взаємодії зі споживачами.

Однак є позитивні тенденції, такі як збільшення мобільного сегменту та доступу до технологій 4G та 5G, що створює певні можливості для подальшого розвитку Інтернет-торгівлі в Україні.

Для подальшого росту цього ринку необхідно активно інвестувати в інфраструктуру, підтримувати розвиток технологій та сприяти використанню ІКТ на підприємствах різних галузей. Також важливо надавати підтримку у формі навчання та підвищення кваліфікації фахівців в сфері ІКТ [43].

Розвиток Інтернет-торгівлі в Україні може стати важливим фактором збільшення конкурентоспроможності підприємств у цифровому середовищі та сприяти подальшому економічному зростанню країни.

3 КЕЙС ПРОДАЖУ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ З НІМЕЦЬКОЇ МОВИ ЧЕРЕЗ ТІКТОК

3.1 TikTok як маркетинговий інструмент продажу послуг

Вибір TikTok як платформи для просування послуг репетитора німецької мови зумовлений наступними мотивами:

1. Платформа існує з 2018 року і її розвиток швидко набирає обертів. В 2022 році додаток посів перше місце за кількістю завантажень у світі, а саме 672 мільйона [дод. А].

2. Багато вільних ніш. Соцмережа розвивається швидко, але ще є вільні теми для ведення блогу.

3. TikTok зараз працює так само, як YouTube багато років тому: неважливо, як ти знімаєш, головне – ідея [44]. А тіток вже сам допоможе просунути ваш продукт.

4. Унікальний формат. Короткі інформативні та розважальні відео тривалістю менше, ніж хвилину, привертають більше уваги, ніж відео на 5-10 хвилин. Наприклад, за одне відео на «deutsch.aljona.olondar» тривалістю 15-30 секунд можна дізнатися нову корисну інформацію, яка покращить рівень німецької мови глядачів. Або проводячи прямий ефір, де глядачі можуть подивитися живе індивідуальне заняття з німецької мови блискавично спрацьовує на більшу частину аудиторії, яка теж захоче купити собі такі заняття.

5. Тіток пропонує багато унікальних та простих у використанні інструментів для створення контенту. Монтаж відео, титрування, накладання ефектів, фільтрів та музики можна зробити без сторонніх додатків в середині платформи. Подібних опцій немає більше ні в одній іншій соцмережі. Таким

чином за декілька натискань можна отримати змонтоване відео. Наприклад, власна фонотека в тіктоці значно полегшує роботу над створенням кожного відео, оскільки не треба шукати музику без авторських прав. Платформа надає доступ до музики, яку можна використовувати для відео, оскільки співпрацює з виконавцями та оплачує їм роялті. Головною умовою для використання є відсутність будь-якої монетизації на відео. [44]

6. Тіток допомагає просувати цікавий контент. Викладаючи будь-яке відео воно одразу потрапляє в рекомендації глядачам, кому це теоретично може сподобатись. Алгоритми платформи орієнтуються на хештеги, музику та інше, якщо мова йде про вузьконаправлений контент, такий як у «deutsch.aljona.olondar». Можна не використовувати хештеги і, якщо контент сам по собі цікавий, він так само потрапить в рекомендації та матиме високий шанс отримати багато переглядів. Тобто, не треба платити за рекламу, алгоритми тітока роблять все за блогерів. Найголовніше це знімати якісний та цікавий контент. Якщо відео сподобається першим глядачам і вони будуть його активно коментувати, лайкати та переглядати по декілька разів, відео потрапляє в рекомендації ще більшій кількості глядачів. Це значно полегшує роботу блогерів, оскільки головна задача не просування контенту, а розробка цікавого унікального формату.

7. Тіток також допомагає розвивати акаунти без фінансових вкладень. Соцмережа показує відео певній кількості користувачів додатка і аналізує їх реакцію. Якщо глядач дивиться відео до кінця, коментує, ставить лайки, пересилає друзям — це відео потрапить в рекомендації ще більшій кількості людей. Тобто найголовніший з усіх алгоритмів для розвитку блогу це цікавий контент. Які б хештеги блогер не використовував, його відео не зможе отримати великої кількості переглядів без цікавого унікального контенту.

Для більшого різноманіття контенту також було створено сторінки в соцмережі «Інстаграм» [45] та в месенджері «Телеграм» [46]. Таким чином підписник блогу сам обирає в якому форматі отримувати інформацію: відео,

текст, фото чи аудіо. Також це створює певний обмін підписників з різних соцмереж і допомагає охопити більшу аудиторію.

Кожне відео в Тікток «deutsch.aljona.olondar» змонтоване із проведеного в цій самій соціальній мережі стріму. Тема відео може бути будь-яка та навіть повторюватися. Тому що алгоритми Тікток на стільки непередбачувані, що одне й те саме відео може потрапити в рекомендації та набрати переглядів лише з третього разу його публікації. Тому метод публікування відео на одну й ту саму тематику може охопити кожного разу абсолютно різну аудиторію за віковими та територіальними показниками.

3.2 Організація роботи в TikTok «deutsch.aljona.olondar»

Інформації про ведення блогу в тіктоці або немає, або вона застаріла, оскільки алгоритми міняються щомісяця, а на платформі немає пояснень яким чином вони працюють. Тому з'явилася необхідність в самостійному аналізі контенту інших блогерів та пошук робочих методів для розвитку акаунту експериментальним шляхом.

Оскільки Тікток просуває лише унікальний контент, на який зреагує якомога більше людей, перш за все постало питання, що може зацікавити людей в плані вивчення німецької мови. І це виявилось безпосередньо саме спостереження за живим індивідуальним заняттям з німецької мови, так званий «ефект закулісся». Коли глядачу дозволено спостерігати за живим заняттям, яке проводить репетитор зі своїм учнем, в прямому ефірі від початку і до кінця, але при цьому не мати змогу брати в ньому участь.

Таким чином, якщо глядачу сподобалося як репетитор проводить заняття, в нього в цей момент збільшується бажання бути не просто спостерігачем, а ще й якомога скоріше стати повноцінним учасником заняття. Таку психологію поведінки можна назвати «ефектом гарячих пиріжків». Коли

глядач в моменті очаровується репетитором, котрий без прописаного сценарію проводить своє заняття та ділиться дорогоцінною інформацією, і хоче отримати ще якомога скоріше.

Також за рахунок проведених стрімів монтуються короткі відео для публікації в Тікток (рис. 1):

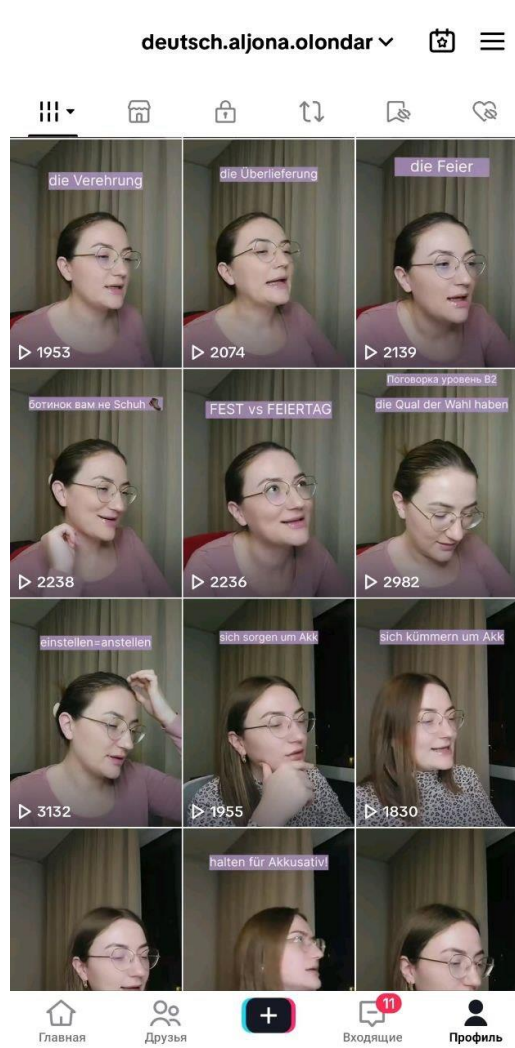


Рисунок 1 – Публікація змонтованих відео із стрімів

Джерело: [40].

Наступний етап створення блогу був збір інформації. Спочатку треба було відзняти необхідний матеріал на різні теми. І в цей же час аналізувати алгоритми додатку: яким чином блогери набирають підписників, які прийоми працюють, а які ні, на що краще реагує аудиторія і т.д. Перші два етапи

створення блогу були найважливішими, оскільки завдяки цьому вдалося ефективно запуснути проєкт. Адже за алгоритмами тіктока перші 10-20 відео найважливіші. Вони показують чи вдасться запуснути блог, чи ні. Це етап, коли алгоритми тіктока по хештегам підбирають аудиторію для каналу. І чим точніші вони будуть, тим швидше і більше вдасться набрати підписників. Якщо ж не вдалося зробити за період публікації перших відео, залишається лише видалити акаунт, оскільки алгоритми для нього вже не працюють (рис. 2-3):

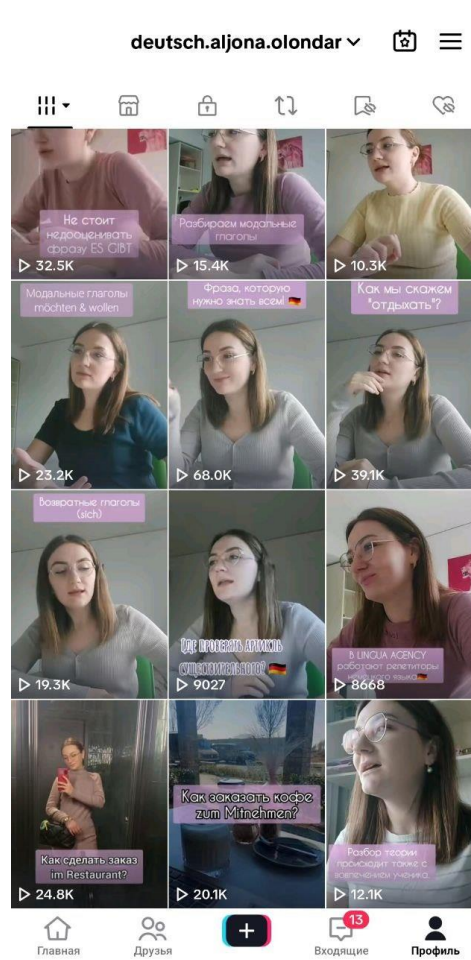


Рисунок 2 – Кількість переглядів на опублікованих відео

Джерело: [47].

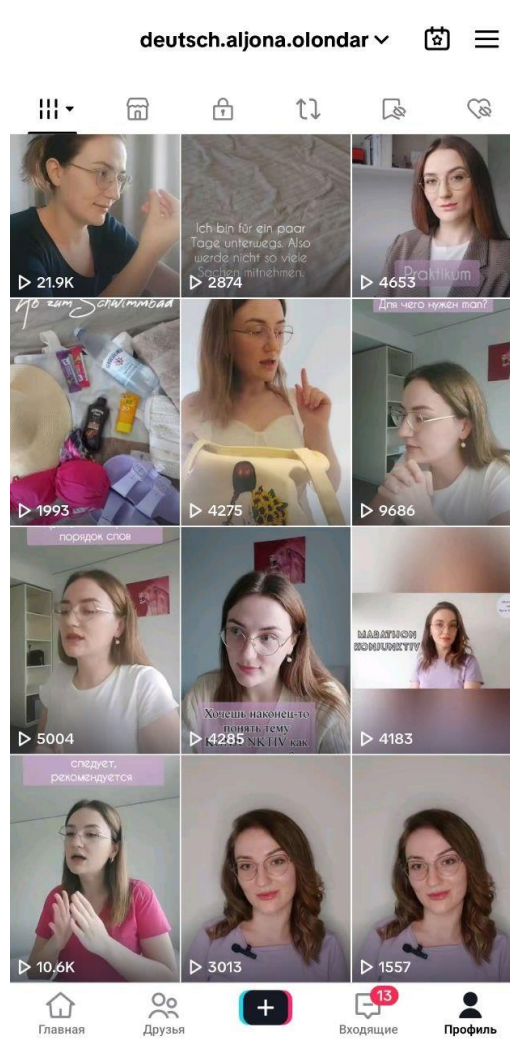


Рисунок 3 – Кількість переглядів на опублікованих відео

Джерело: [47].

Слід відзначити, що аудиторія в тіктоці набагато активніша, ніж в будь-якій іншій. Вони діляться відео з друзями, зберігають собі для повторного перегляду, коментують та ставлять вподобайки. Доказом цього є статистичні дані акаунту, що збирає сам тікток [47].

Акаунт @deutsch.aljona.olondar існує в тіктоці з 12.03.2023 року і на сьогодні має 15,551 підписників (рис. 4):



Рисунок 4 – Кількість підписників в тіктоці @deutsch.aljona.olondar за період 12.03.2023 – 16.12.2023

Джерело: [47]

Враховуючи те, що за весь цей період не було проведено жодної рекламної кампанії для охоплення більшої аудиторії, соцмережу Тіток можна вважати абсолютно безкоштовним маркетинговим інструментом для отримання органічної аудиторії.

Також Тіток збирає всі необхідні статистичні дані для аналізу аудиторії, що може допомогти в коригуванні контент-плану та підвищити ефективність (рис. 5-8):

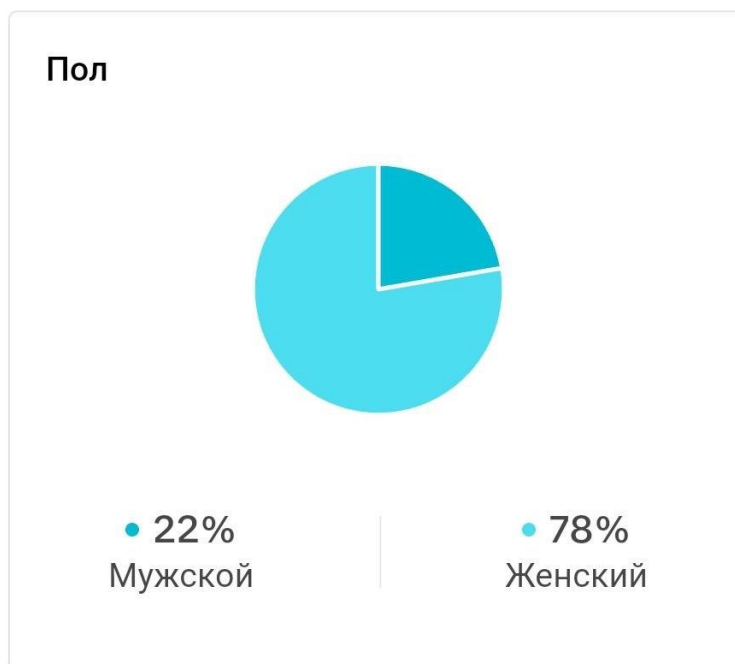


Рисунок 5 – Статистичні дані аудиторії в Тікток @deutsch.aljona.olondar за статтю. Джерело: [47]

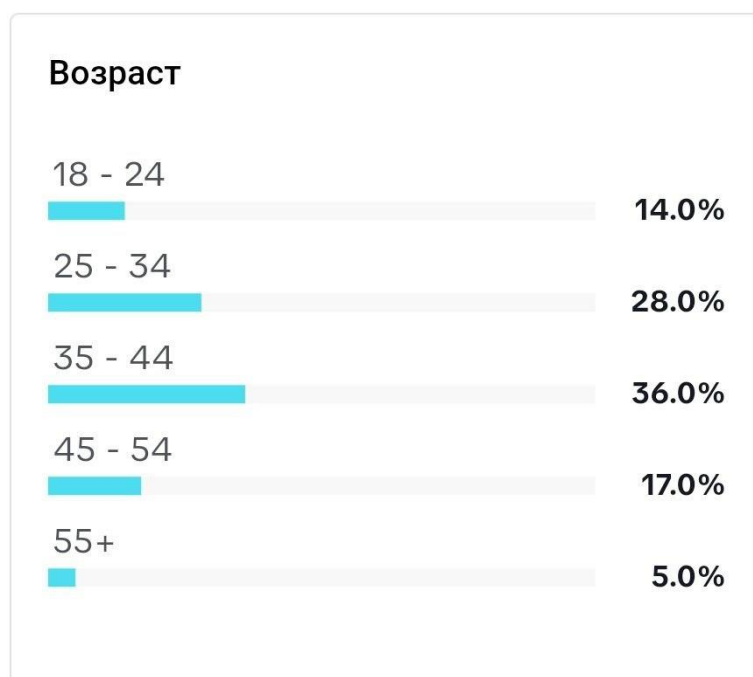


Рисунок 6 - Статистичні дані аудиторії в Тікток @deutsch.aljona.olondar за віком. Джерело: [47].



Рисунок 7 - Статистичні дані аудиторії в Тікток @deutsch.aljona.olondar за країнами. Джерело: [47].

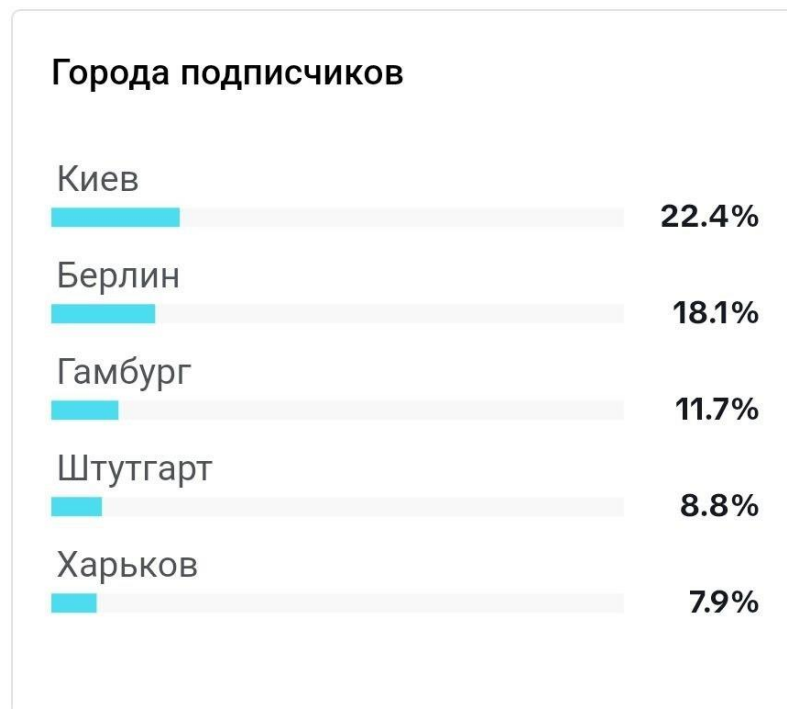


Рисунок 8 - Статистичні дані аудиторії в Тікток @deutsch.aljona.olondar за містами. Джерело: [47].

Ще один важливий критерій для того, щоб потрапити в рекомендації — це час публікації відео. Необхідно викладати контент на платформу в той час, коли підписники заходять в соцмережу. Інакше, навіть підписники блогу можуть не побачити відео, бо воно буде останнім на черзі серед інших. Для «deutsch.aljona.olondar» час, коли підписники заходять в соцмережу — 21:00. Ця інформація стала доступною після того, як на блозі стало більше 100 читачів. Для того, щоб отримати цю аналітику необхідно було підключити PRO-акаунт. Це безкоштовно та займає лише декілька хвилин, але надає додаткову, важливу для розвитку блогу, інформацію. Наприклад, публікуючи о 20-21:00 відео майже завжди набирають велику кількість переглядів, від 20 тисяч. А якщо публікувати контент о 14:00, навіть на актуальну тему, високий ризик того, що відео не потрапить в рекомендації і набере мінімальну кількість переглядів серед підписників (рис. 9-10):

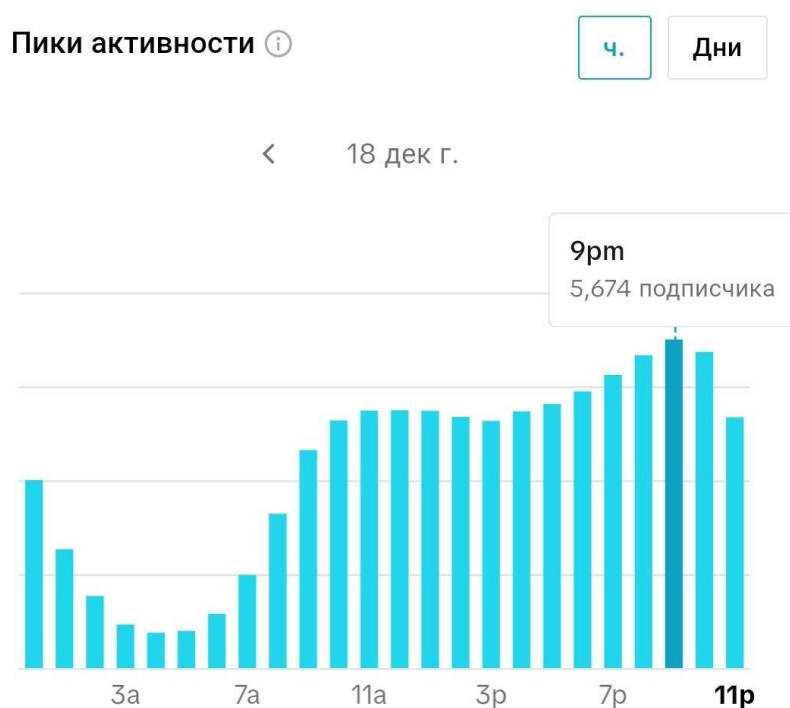


Рисунок 9 – Активність аудиторії у Тікток «deutsch.aljona.olondar» в часовому просторі. Джерело: [47].

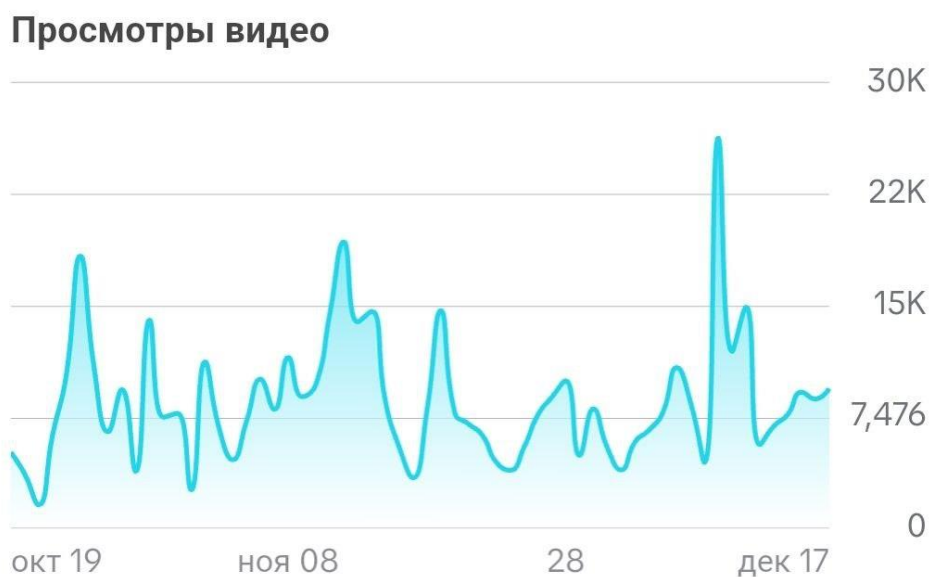


Рисунок 10 – Загальна щоденна кількість переглядів відео у Тікток «deutsch.aljona.olondar». Джерело: [47].

Акаунт знаходиться на етапі розвитку та його діяльність немає жодних ризиків оскільки він не потребує жодних фінансових вкладень та здатний розвиватися ефективно навіть за умов кризи, що вийшло продемонструвати на практиці (рис. 11):

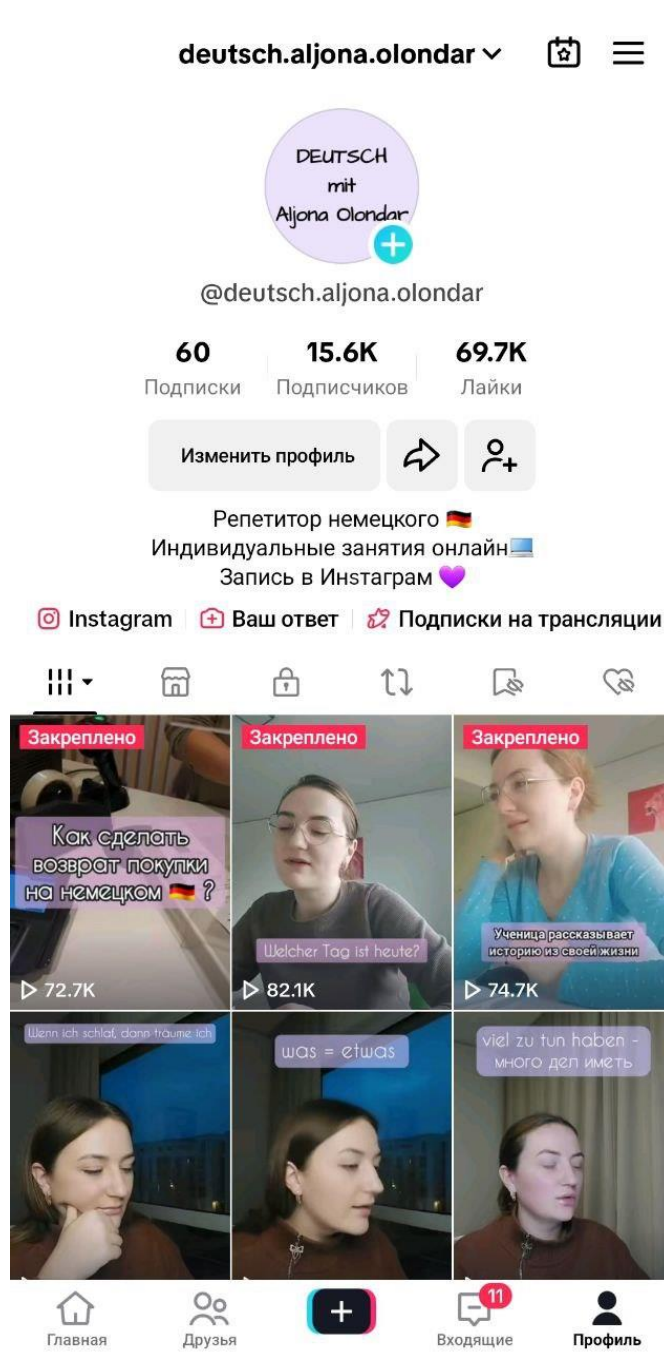


Рисунок 11 – Головна сторінка тіктоку «deutsch.aljona.olondar»

Джерело: [47]

За 9 місяців ведення блогу вдалося набрати 15,551 підписників, 69,7 тисяч лайків з усіх відео і кожний матеріал набирає від 2 до 82 тисяч переглядів в залежності від актуальності.

ВИСНОВКИ

В кваліфікаційній роботі системно досліджено сучасні методи продажу товарів та послуг в умовах цифрової трансформації бізнесу, а також способи підвищення конкурентоспроможності в секторі послуг через впровадження інновацій. Дослідження показало, що інновації мають важливе значення для підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємств у сфері послуг. На підставі порівняння отриманих результатів з раніше проведеними дослідженнями [48-95] можна зробити наступні висновки.

Зокрема, було визначено ключові аспекти інноваційного розвитку, такі як впровадження нових технологій, розробка нових продуктів і послуг, підвищення якості обслуговування клієнтів, оптимізація бізнес-процесів та інші. Крім того, було розглянуто різні методи інноваційного управління та підходи до стимулювання інноваційної діяльності на підприємствах.

Аналіз практичних прикладів інноваційних рішень у різних галузях сектору послуг підтвердив важливість інновацій для досягнення конкурентних переваг. За допомогою інновацій, підприємства можуть покращити свої послуги, залучити нових клієнтів, збільшити ефективність та виходити на нові ринки.

Підприємства, які активно впроваджують інноваційні підходи та стратегії, мають більше шансів досягти успіху в сучасному бізнес-середовищі. Таким чином, інновації повинні бути не лише підтримані, але і стати основою стратегії розвитку підприємств у секторі послуг.

Проаналізувавши сучасні методи продажу через інтернет у сфері послуг можна виокремити: веб-сайт (переваги: глобальна допустимість, контроль над інформацією та дизайном, можливість аналізу даних; недоліки: потребує витрат на розробку та підтримку веб-сайту), мобільні додатки (переваги: зручний доступ для мобільних користувачів, можливість використання функцій смартфонів; недоліки: вимагає розробки та підтримки додатків для різних

платформ), електронна пошта (переваги: низькі витрати, можливість персоналізації пропозиції; недоліки: ризик потрапляння в спам, залежність від реакцій клієнтів на електронну пошту), соціальні мережі (переваги: залучення аудиторії з соціальних мереж, можливість взаємодії з клієнтами; недоліки: обмежена можливість детального представлення послуг, ризик негативних відгуків) та інтернет-реклама (переваги: потенційний доступ до великої аудиторії, можливість вибору цільової аудиторії; недоліки: високі витрати на рекламу, можливість блокування реклами користувачами).

Визначено, що значення соціальної мережі ТікТок з 2018 року не покидає сходинку найпопулярнішої соцмережі серед користувачів, що може бути ефективно використано як маркетинговий інструмент для рекламування певних послуг. І саме тому ця платформа була обрана для рекламування послуг репетитора німецької мови. Блог «deutsch.aljona.olondar» вдалося ефективно реалізувати на практиці. В майбутньому його можна масштабувати та монетизувати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Тарнавська Н. П., Демків І. О. "Концептуальні положення моделі управління гнучкістю підприємства." Бізнес інформатика, №2, 2017, с. 307-317.
2. Чухрай Н., Патора Р. "Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві: підручник." К.: КОНДОР, 2006, 398 с.
3. Лапко О. "Інноваційна діяльність в системі державного регулювання." К.: Інститут економіки промисловості НАН України, 1999, 254 с.
4. "Керівництво Осло. Рекомендації щодо збору та аналізу даних стосовно інновацій." Спільна публікація ОЕСР та Євростату / пер. з англ. та наук. ред. Г. О. Андрощук. К.: УкрІНТЕІ, 2009, 162 с.
5. Тарнавська Н.П. "Управлінські інновації у забезпеченні конкурентоспроможності суб'єктів господарювання України." Управлінські інновації, № 1, 2012 р., с. 34-55.
6. "Інноваційний менеджмент: учебник для вузів / Абрамешин А.Е. та ін." М.: Вита-Пресс, 2001, 272 с.
7. Porter M. "Competitive Strategy." Free Press, New York, 1980.
8. Бистров А.Г. "Особливості та зміст організаційно-управлінських інновацій." Управління проектами та розвиток виробництва: зб. наук. пр. 2011, №2(38), с. 49–53.
9. "Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2018 році: аналітична довідка / Писаренко Т.В. та ін." К.: УкрІНТЕІ, 2019, 80 с.
10. Беренда Н. І. "Конкурентоспроможність підприємства і стратегія її підвищення." Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2018, № 1, с. 40-45.
11. Борисюк І. О. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства // Проблеми підвищення ефективності

інфраструктури. 2012. № 33. URL: <http://jrnl.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/409> (дата звернення 25.05.2021).

12. Вараксіна О. В. Конкурентоспроможність підприємства: сутність, виміри та чинники // Проблеми системного підходу в економіці. 2018. Вип. 4. С. 12-16.

13. Готра В. В. Сучасний стан та проблеми інноваційного розвитку аграрного сектору України // Актуальні проблеми економіки. 2014. № 6. С. 89—74.

14. Гудзь О. Є. Роль інновацій щодо забезпечення конкурентоспроможності та ефективності підприємства // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. 2015. № 161. С. 3—11.

15. Діденко Є. О. Модель управління конкурентоспроможністю підприємства // Ефективна економіка. 2017. № 5. URL: <http://er.knutd.com.ua> (дата звернення 25.05.2021).

16. Державна служба статистики URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. (дата звернення 25.05.2021).

17. Джеджула В. В. Конкурентоспроможність підприємства як економічна категорія // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2018. Вип. 6. С. 116-121.

18. ДП «Укрпромзовнішекспертиза» «Машинобудівна галузь в Україні: потенціал та можливості для розширення експорту на період до 2021 року» URL: file:///C:/Users/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B0/Downloads/Report_mechanical_engineering_Report_Final_05062019.pdf (дата звернення 25.05.2021).

19. Дяченко В. В. Фінансова конкурентоспроможність як складова фінансової безпеки підприємства // Молодий вчений. - 2018. - № 11(2). - С. 1120-1123.

20. Дорогань-Писаренко Л.О., О.В. Єгорова, І.Г. Панченко. Особливості аналізу ефективності впровадження технологічних інновацій в сільському господарстві // *Nauka innov.* - 2020. - Т. 16, № 3. - С. 27-38. URL: <https://doi.org/10.15407/scin16.03.027> (дата звернення: 25.05.2021)
21. Експорт зернових з України: запаси кукурудзи, пшениці, соняшника – фактор Китаю. URL: <https://agropolit.com/spetsproekty/858-eksport-zernovih-z-ukrayini-zapasi-kukurudzi-pshenitsi-sonyashnika--faktor-kitayu> (дата звернення: 25.05.2021)
22. Єлець О. П., Богдан Є. В. Сутність конкуренції та конкурентоспроможності підприємства. URL: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_7_082.pdf (дата звернення: 25.05.2021)
23. Єфремова Н. Ф. Конкурентоспроможність підприємства та складники системи її забезпечення // *Проблеми системного підходу в економіці.* - 2019. - Вип. 2(1). - С. 104-113.
24. Зарічна Т. С., Тарасова К. І. Машинобудування України: сучасний стан, структура та тенденції розвитку галузі // *Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень : збірник наукових студентських праць.* - Випуск 5. Частина I. ОНЕУ. Одеса, 2019. - С. 68–76.
25. Іванова М. І. Визначення рівня економічної безпеки, враховуючи конкурентоспроможність підприємства // *Підприємництво та інновації.* - 2019. - Вип. 10. - С. 52-56.
26. Ільницька-Гикавчук Г. Я. Конкурентоспроможність та конкурентні переваги туристичного підприємства в сучасних умовах господарювання // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки.* - 2018. - № 2. - С. 121-124.
27. Закон України від 18 вересня 1991 року № 1560-XII. База даних "Законодавство України". URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1560-12> (дата звернення: 16.08.2019).

28. Захарова Т.В. Інноваційна політика держави та принципи її регулювання. XIV Міжнародна наукова Інтернет-конференція "Advanced technologies of science and education". URL: http://nbuv.gov.ua/jpdf/FP_index.htm_2016_1_7.pdf (дата звернення: 20.08.2019).

29. Геєць В.М., Федулова Л.І. Національна інноваційна система: зарубіжний досвід, стан в Україні. Аналітичні матеріали до Парламентських слухань НАН України, Інститут економіки і прогнозування. Київ, 2007. С. 184.

30. Stratégie nationale de recherche et d'innovation. URL: http://media.enseignementsup-recherche.gouv.fr/file/SNRI/69/8/Rapport_general_de_la_SNRI_-_version_finale_65698.pdf (дата звернення: 20.08.2019).

31. Діваєва Е.А., Мухамедьяров А.М. Регіональна інноваційна система: розвиток, функціонування, оцінка та ефективність: навчальний посібник. Уфа: Гілем, 2010. 188 с.

32. Research and Innovation for Germany. Results and Outlook. Berlin, 2017. P. 108.

33. Center for World-Class Universities (CWCU): вебсайт. URL: <http://gse.sjtu.edu.cn/EN/centers.htm> (дата звернення: 21.08.2019).

34. Семегін І. Світові лідери у сфері інновацій. Аналітичні матеріали Free Voice Information analysis center. URL: <http://iac.org.ua/svitovi-lideri-u-sferi-innovatsiy/> (дата звернення: 17.08.2019).

35. Regions and Innovation Policy. OECD Reviews of Regional Innovation. OECD Publishing, 2011. 319 с.

36. Проривні технології в економіці і бізнесі (досвід ЄС та практика України у світлі III, IV і V промислових революцій) : навч. посіб. / за ред. Л.Г. Мельника та Б.Л. Ковальова. Суми: СумДУ, 2020. 180 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/79621>

37. Економіка і бізнес : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, О. І. Карінцевої. Суми : Університетська книга, 2021. 316 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83721>

38. Сучасні тренди економічного розвитку: Досвід ЄС та практика України: підручник / за ред. Л. Г. Мельника. Суми: ПФ «Видавництво “Університетська книга”», 2021. 432 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89235>

39. Сучасні тренди економічного розвитку. Книга 1: Трансформації економічних систем: досвід ЄС в реалізації Industries 3.0, 4.0, 5.0 : навч. посіб. / за ред. Л. Г. Мельника. Суми : Університетська книга, 2022. 608 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91526>

40. Сучасні тренди економічного розвитку. Книга 2: Кращі практики ЄС для сестейнового розвитку : навч. посіб. / за ред. Л. Г. Мельника, Ю. М. Завдов'євої. Суми : Університетська книга, 2022. 608 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91527>

41. Економіка розвитку: європейський досвід упровадження досягнень Industries 3.0, 4.0 та 5.0. : навч. посіб. / за ред. Л. Г. Мельника, Ю. М. Завдов'євої. Суми : Університетська книга, 2022. 608 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91525>

42. Економіка та бізнес-інновації : підручник / за ред. д. е. н., проф. Л. Г. Мельника, д. е. н., проф. О. І. Карінцевої. Суми : Університетська книга, 2023. URL: 702 с <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91523>

43. Матвій Северянин. TikTok. Секреты, тренды и фишки самой модной соцсети. Как раскрутиться и добиться успеха / Матвій Северянин. — Москва : АСТ, 2020. — 256 с. — (Умный тренинг, меняющий жизнь).

44. Terms of Service / — URL: <https://www.tiktok.com/legal/terms-of-use>. — Назва з екрана. — Дата публікації : лютий 2019. — Дата перегляду : 10.06.20.

45. Інстаграм. URL: <https://www.instagram.com/deutsch.aljona.olondar/>

46. Телеграм. URL: https://t.me/deutsch_aljona_olondar

47. Тікток. URL: <https://www.tiktok.com/@deutsch.aljona.olondar>

48. Вороненко В. І. Обґрунтування напрямів розвитку сонячної енергетики для України // Енергоефективність та відновлювальна енергетика в Україні: проблеми управління / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. І. М. Сотник. – Суми : ПФ «Видавництво “Університетська книга”», 2019. – С. 72-85. – Режим доступу: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80025>

49. Вороненко В.И., Бурлакова И.М.. Эфффекты от использования энергетических природных ресурсов в странах Европейского союза и Украине. Економіка та держава. 2018. № 7. С. 61-66. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/70636>

50. Вороненко В.И., Горобченко Д.В. Теоретические модели анализа эколого-экономического развития. Економічний простір: Збірник наукових праць. 2020. № 157. С. 65-68. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83711>

51. Вороненко В.І., Гриценко П.В., Омеляненко В.А. Визначення індикаторів та рівнів регуляторної ефективності податкових інструментів на національному та світовому рівнях. Проблеми та перспективи забезпечення макроекономічної стабільності : монографія / за ред. С. В. Леонова і М. М. Бричко. Суми : Сумський державний університет, 2022. С. 65-75. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90488>

52. Вороненко В.І., Кубатко О.В., Ковальов Б.Л., Гриценко П.В., Омеляненко В.А. Динаміка цифрової трансформації соціально-економічних та екологічних систем. Агросвіт. 2022. № 15-16. С. 15-22. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89229>

53. Гриценко П., Коваленко Є., Вороненко В., Смакоуз А., Степаненко Є. Аналіз дефініції «зміни» як економічної категорії. Механізм регулювання економіки, (1 (91), 92-98. URL: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.07>

54. Дяченко, А. В., Карінцева, О. І., Тарасенко, С. В., Харченко, М. О., Мазін, Ю. О., Кисильова, К. С. Формування інноваційного інструментарію економічної політики в умовах розвитку світової економічної кризи 2019- 2020

рр. в Україні // Механізм регулювання економіки. 2021. № 3. С. 21-40. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.93.02>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85737>

55. Економіка і бізнес : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, О. І. Карінцевої. Суми : Університетська книга, 2021. 316 с.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83721>

56. Економіка розвитку: європейський досвід упровадження досягнень Industries 3.0, 4.0 та 5.0. : навч. посіб. / за ред. Л. Г. Мельника, Ю. М. Завдов'євої. Суми : Університетська книга, 2022. 608 с.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91525>

57. Економіка та бізнес-інновації: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. – Суми : Університетська книга, 2023. – 702 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91523>

58. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Пономарьова, Г. С. Підвищення ефективності бізнес-процесів на виробничому підприємстві // Механізм регулювання економіки. 2020. № 4. С. 58-69.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83754>

59. Лукаш, О., Дерев'янку, Ю., Васильєва, Т., & Танащук, М. (2022). Формування конкурентного середовища у освітньому просторі: роль освітніх провайдерів. Механізм регулювання економіки, (3-4(97-98)), 31-39. <https://doi.org/10.32782/mer.2022.97-98.08>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90532>

60. Мельник Л. (2021) Сучасні тренди економічного розвитку: Досвід ЄС та практика України: підручник / за ред. Л. Г. Мельника. Суми: ПФ «Видавництво “Університетська книга”», 2021. 432 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89235>

61. Мельник Л. Г., Маценко О. М., Дериколенко О. М., Кириленко М. В., Стародуб І. А. Економіка підприємств, територій та макроекономічних систем в умовах цифрових трансформацій: від стабільності й лінійного

мислення до антикрихкості та нелінійного, інноваційного мислення // Механізм регулювання економіки. 2021. № 3. С. 67-78. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.93.06>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87532>

62. Мельник, Л. (2022). Росія – країна, побудована на порушенні божих заповідей: погляд економіста . Механізм регулювання економіки, (3-4(97-98), 141-150. <https://doi.org/10.32782/mer.2022.97-98.10>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90536>

63. Мельник, Л., Ковальов, Б. (2020). Проривні технології в економіці і бізнесі (Досвід ЄС та практика України у світлі III, IV, і V промислових революцій. Сумський державний університет, с. 180.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/79621>

64. Ніколаєв С.О., Вороненко В.І., Ковальов Б.Л., Гриценко П.В., Одеволе О.О. Блокчейн як фактор цифрової трансформації економіки України. Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка». 2021. №2. С. 16-23. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85043>

65. Омеляненко В.А., Литвиненко С.М., Вороненко В.І. Аналіз потенціалу конвергенції біо- та нанотехнологій в космічній галузі (національний та міжнародний аспект). Інновації і трансфер технологій: методи, моделі та механізми управління: колективна монографія / за ред. д.е.н. В.А. Омеляненка. Суми: Інститут стратегій інноваційного розвитку і трансферу знань, 2023. С. 284-296.

66. Сотник І. (2018) Підприємництво, торгівля та біржова діяльність / І. Сотник, Л. Таранюк. – Суми: Університетська книга, 2018. – 572 с.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80114>

67. Сучасні тренди економічного розвитку. Книга 1: Трансформації економічних систем: досвід ЄС в реалізації Industries 3.0, 4.0, 5.0: навчальний посібник / за ред. Л. Г. Мельника. Суми: Університетська книга, 2022. 608 с.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91526>

68. Сучасні тренди економічного розвитку. Книга 2: Кращі практики ЄС для сестейнового розвитку : навч. посіб. / за ред. Л. Г. Мельника, Ю. М. Завдов'євої. Суми : Університетська книга, 2022. 608 с.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91527>

69. Babenko V., Matsenko O., Voronenko V., Nikolaiev S., Kazak D. Economic prospects for cooperation the European Union and Ukraine in the use of blockchain technologies. The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism. 2020. № 12. С. 8-17. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83746>

70. Hrytsenko P., Voronenko V., Kovalenko Ye., Kurman T., Omelianenko V. Assessment of the development of innovation activities in the regions: Case of Ukraine. Problems and Perspectives in Management. 2021. 19(4). P. 77-88. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85729> (SCOPUS)

71. Hrytsenko, P.V., Kovalenko, Y.V., Voronenko, V.I., Smakouz, A.M., Stepanenko, Y.S. Analysis of the Definition of “Change” as an Economic Category. Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 1. С. 92-98. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/84025>

72. Ji, Z., & Sotnyk, I. (2023). Economic analysis of energy efficiency of China's and India's national economies. Mechanism of an Economic Regulation, (1(99)), 11-16. <https://doi.org/10.32782/mer.2023.99.02>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91221>

73. Jianming Mu, Goncharenko O. S., Chortok Yu. V., Yaremenko A. H. Peculiarities of Formation of the Region's Logistics Infrastructure on the Basis of Eco-Innovations Within the Framework of Stakeholders' Partnership in the Enterprise-Region-State System // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 4. P. 22-29. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.94.03>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87514>

74. Karintseva O. I., Yevdokymov A. V., Yevdokymova A. V., Kharchenko M. O., Dron V. V. Designing the Information Educational Environment of the

Studying Course for the Educational Process Management Using Cloud Services. Механізм регулювання економіки. 2020. № 3. С. 87-97. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2020.89.07>

75. Kovalov, B., Karintseva, O., Kharchenko, M., Khymchenko, Y., & Tarasov, V. (2023). Methods of evaluating digitization and digital transformation of business and economy: the experience of OECD and EU countries. Економіка розвитку систем, 5(1), 18-25. <https://doi.org/10.32782/2707-8019/2023-1-3> <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91585>

76. Kubatko, O. V., Kubatko, O. V., Sachnenko, T. I., Oluwaseun, O. O. Organization of Business Activities with Account to Environmental and Economic Aspects // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 2. P. 76-85. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.92.08> <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85180>

77. Kubatko, O., Merritt, R., Duane, S., & Piven, V. (2023). The impact of the COVID-19 pandemic on global food system resilience. Mechanism of an Economic Regulation, (1(99), 144-148. <https://doi.org/10.32782/mer.2023.99.22> <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91371>

78. Lukash, O. A., Derev`yanko, Y. M., Kozlov, D. V., Mukorez, A. I. Regional Economic Development in The Context of the COVID-19 Pandemic and the Economic Crisis // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 1. P. 99-107. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.08> <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/84026>

79. Melnyk, L. Hr., Shaulska, L. V., Mazin, Yu. O., Matsenko, O. I., Piven, V. S., Konoplov, V. V. Modern Trends in the Production of Renewable Energy: the Cost Benefit Approach // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 1. P. 5-16. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.01> <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83761>

80. Melnyk, L., Karintseva, O., Kubatko, O., Derev`yanko, Y., & Matsenko, O. (2022). Restructuring of socio-economic systems as a component of the formation

of the digital economy in Ukraine. Mechanism of an Economic Regulation, (1-2(95-96), 7-13. <https://doi.org/10.32782/mer.2022.95-96.01>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89627>

81. Melnyk, L., Kovalov, B., Mykahilov, S., Mykhailov, S., Skrypka, Y., & Starodub, I. (2022). Dynamics of reproduction of economic systems in the transition to digital economy – in the light of synergetic theory of development*. Mechanism of an Economic Regulation, (3-4(97-98), 7-14. <https://doi.org/10.32782/mer.2022.97-98.01> <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90520>

82. Melnyk, L., Matsenko, O., Kalinichenko, L., Holub, A., & Sotnyk, I. (2023). Instruments for ensuring the phase transition of economic systems to management based on Industries 3.0, 4.0, 5.0. Mechanism of an Economic Regulation, (1(99), 34-40. <https://doi.org/10.32782/mer.2023.99.06> <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91226>

83. Nesterenko V., Dolhosheieva O., Kirilieva A., Voronenko V., Hrytsenko P. «Green» vector of the economic development of the country. Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 3. С. 82-90. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87533>

84. Nikulina, M., Sotnyk, I., Derykolenko, O., & Starodub, I. (2022). Unemployment in Ukraine's economy: COVID-19, war and digitalization. Mechanism of an Economic Regulation, (1-2(95-96), 25-32. <https://doi.org/10.32782/mer.2022.95-96.04> <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89630>

85. Omelyanenko V., Pidorychev I., Voronenko V., Andrusiak N., Omelianenko O., Fyliuk H., Matkovskyi P., Kosmidailo I. Information & Analytical Support of Innovation Processes Management Efficiency Estimations at the Regional Level. International Journal of Computer Science and Network Security. 2022. Vol. 22, No. 6. P. 400-407. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89615>

86. Sotnyk I. M., Nahorni M. V., Maslii M. Yu., Nikulina M. P., Yehorov Y. V. Problems of Unemployment in Ukraine Under the COVID-19 Pandemic //

Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 3. P. 88-96. DOI:
<https://doi.org/10.21272/mer.2021.93.08>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87534>

87. Sotnyk, I. M., Matsenko, O. M., Popov, V. S., Martymianov, A. S. Ensuring the Economic Competitiveness of Small Green Energy Projects // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 1. P. 28-40. DOI:
<https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.03>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/84021>

88. Tambovceva, T. T., Melnyk, L. Hr., Dehtyarova, I. B., Nikolaev, S. O. Circular Economy: Tendencies and Development Perspectives // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 2. P. 33-42. DOI:
<https://doi.org/10.21272/mer.2021.92.04>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85156>

89. Voronenko V., Horobchenko D. Approaches to the Formation of a Theoretical Model for the Analysis of Environmental and Economic Development. Journal of Environmental Management and Tourism. Craiova: ASERS Publishing, 2018. Vol. 9, Issue Number 5(29). P. 1108-1119.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/77227>

90. Тарановський В. І., Ковальов Б. Л., Портянка А.Г. Науково-методичні підходи до визначення дефініції «екотуризм». *Механізм регулювання економіки*. 2014. № 2. С. 30–37. URL:

<http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/38650>

91. Федина С.М., Ковальов Б.Л., Ігнатченко В.М. Біоекономіка: сутність поняття, стратегії, стан та перспективи розвитку підприємницьких форм в Україні. *Механізм регулювання економіки*. 2019. №3. С. 16-27. DOI:
<https://doi.org/10.21272/mer.2019.85.02> URL:

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/76718>

92. Мельник Л. Г., Авдасев В. Н., Ковалев Б. Л. Информационный вектор социально-экономического развития: ретроспективный анализ.

Социально-экономические проблемы информационного общества: монография / под ред. д-ра экон. наук, проф. Л. Г. Мельника, канд. экон. наук М. В. Брюханова. Сумы : ИТД «Университетская книга», 2010. Вып. 2. С. 776–791. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83800>

93. Ковальов Б.Л., Пімоненко Т.В., Лисенко А.С. Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу: досвід України та Європейського союзу. Механізм регулювання економіки. 2017. № 4. С. 92-102. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/68713>

94. Ковальов Б.Л. Методичні підходи до формування інформаційного наповнення векторної моделі оцінки сталого способу життєдіяльності. Механізм регулювання економіки. 2012. № 4. С. 44-52.

95. Барченко Н.Л., Любчак В.О., Карінцева О.І., Ковальов Б.Л., Пономаренко І.О. Моделі опису індикаторів прогресу цифрової трансформації економіки. Вісник СумДУ. Серія «Економіка». 2022. №3. С. 42-50. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89277>

ДОДАТКИ

Додаток А

Rank	App	Type	Downloads (2022)
1	TikTok	Entertainment	672M
2	Instagram	Social	547M
3	Facebook	Social	449M
4	WhatsApp	Social	424M
5	Telegram	Social	310M
6	Subway Surfers	Games	304M
7	Stumble Guys	Games	254M
8	Spotify	Music	238M
9	Shein	Shopping	229M
10	Messenger	Social	210M