

Назарій Миколайович ПОПАДИНЕЦЬ

доктор економічних наук, доцент кафедри економіки і маркетингу,
Навчально-науковий інститут підприємництва та перспективних технологій
Національного університету «Львівська політехніка»
ORCID ID: 0000-0002-7556-6135

Тарас Аркадійович КОЦКО

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту підприємств,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
ORCID ID: 0000-0002-5856-1877

**ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК НАФТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ: СТРАТЕГІЧНЕ
УПРАВЛІННЯ**

Попадинець Н. М., Коцко Т. А. Інноваційний розвиток нафтотранспортних підприємств: стратегічне управління. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2021. Том 6. № 3. С. 19 – 24.

Анотація

У статті проаналізовано теоретико-методологічні підходи, на основі яких сформовано власне бачення сутності стратегії інноваційного розвитку нафтотранспортним підприємством. Визначено, що інвестиційні стратегії розвитку нафтотранспортної мережі зосереджуються на внутрішньому та зовнішньому інвестуванні. Доведено, що ефективність інвестиційних стратегій визначається прибутковістю капіталовкладень у проекти розвитку інфраструктурних об'єктів нафтотранспортної мережі. Охарактеризовано основні проблеми, які сьогодні виникають у системі транспортування нафтопродуктів, зокрема за умов жорсткої конкуренції. Обґрунтовано, що позитивний ефект у діяльності нафтотранспортної мережі є тоді, коли в різні проекти залучаються інші підприємства корпорації, оскільки це дозволяє здійснити перерозподіл інвестиційних доходів і витрат. Обґрунтовано сутність та особливості формування інноваційних стратегій розвитку нафтотранспортних підприємств в умовах системних змін та інтегрованості в ринкову систему країн-членів ЄС. Запропоновано низку підходів, спрямованих на якісне інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку нафтотранспортних підприємств, що є сьогоднім вкрай важливим під час вибору стратегії управління в умовах жорсткої конкуренції.

Ключові слова: інфраструктура, логістика, нафтотранспортні підприємства, управління, інноваційні стратегії.

Nazariy POPADYNETS

Doctor of Economics Sciences, associate professor of the Economy and Marketing Department, Scientific-Educational Institute of Entrepreneurship and Perspective Technologies of Lviv Polytechnic National University

Taras KOTSKO

PhD, associate professor of Enterprise Management, National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

**INNOVATIVE DEVELOPMENT OF OIL TRANSPORT COMPANIES: STRATEGIC
MANAGEMENT**

Popadynets N., Kotsko T. Innovative development of oil transport companies: strategic management. *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*. 2021. Volume 6. № 3, pp. 19 – 24.

Abstract

The search for innovative directions to obtain competitive advantages for retaining the market positions is among the most important tasks for the efficient activity of companies in conditions of political and economic changes. The key to changes must be in the business management system that combines all elements of business activity and is mapped based on the respective development strategies. Therefore, the major role in the process of the company's innovative development is

© Назарій Миколайович Попадинець, Тарас Аркадійович Коцко, 2021 played by strategic

management. The article aims to examine theoretical-methodological foundations for the development of business management innovative strategies. The paper analyzes the theoretical-methodological approaches that are the basis for the development of the author's understanding of the nature of the oil transport company's innovative development strategy. It determines that investment strategies of the oil transport network development focus on domestic and external investment. The fact that the efficiency of investment strategies is defined by the return on investment in the projects related to the development of infrastructural facilities of the oil transport network is proven. The main problems in the current system of oil products transportation, including in conditions of fierce competition, are characterized. The article substantiates that the positive effect in the oil transport network activity emerges when other companies of the corporation are engaged in various projects since it allows them to redistribute investment income and expenditures. The article substantiates the nature and features of the elaboration of oil transport companies' innovative development strategies in conditions of systemic changes and integration with the market system of the EU countries. It offers a range of approaches to the development of a qualitative investment framework for the innovative development of oil transport companies, which is currently of utmost importance for the selection of management strategies in conditions of fierce competition.

Keywords: infrastructure, logistics, oil transport companies, management, innovative strategies.

JEL classification: D92, L81, P45

Вступ

Сьогодні ефективність діяльності більшості підприємств залежить від якості стратегічного планування та управління. Стратегічне управління є об'єктивною передумовою ефективного функціонування та конкурентного розвитку нафтотранспортних підприємств. Взаємоузгодженість місії, цілей і напрямів діяльності підприємства шляхом усвідомлення поточної ситуації досягнення відповідності між внутрішніми можливостями підприємства та вимогами ринкового середовища забезпечує формування стратегії діяльності підприємства, реалізація якої забезпечує досягнення ним успіху та укріплення конкурентних позицій на ринку. Тому сучасна концепція стратегічного управління дозволяє виробити комплекс засобів і методів, що забезпечують адаптацію підприємств до європейських ринкових умов господарювання. Ефективне управління з використанням основної своєї функції «планування» є основою для розроблення системи взаємопов'язаних заходів, спрямованих на стабілізацію економічної ситуації на нафтотранспортних підприємствах і створення передумов подальшої їх ефективної роботи.

Розроблення інноваційної політики нафтотранспортного підприємства передбачає визначення стратегічних цілей його інноваційного розвитку та вибір інноваційної стратегії з урахуванням внутрішньо організаційного потенціалу та ринкових можливостей і загроз. Тому аналізуючи думки науковців, варто враховувати їх тлумачення щодо змісту інноваційного розвитку і його використання для ефективного стратегування.

Так, Л. Фаей та Р. Ренделл [1] під стратегією інноваційного розвитку пропонують розуміти стратегію, що будується навколо нових, «проривних» продуктів або рішень.

На думку Г. П'ятницької, інноваційний розвиток це стратегія на довгостроковий курс, що розрахований на перспективу та передбачає формування переваг завдяки різного роду інноваціям (так званих «інноваційних переваг») [2].

К. Харук під стратегією інноваційного розвитку розуміє інноваційну діяльність підприємства, спрямовану на одержання нових продуктів, послуг і технологій, маркетинг й управління, перехід до нових організаційних структур, застосування нових видів ресурсів і нових підходів до використання традиційних ресурсів [3].

Натомість Ю. Горська вважає, що ця стратегія спрямована на розвиток і використання потенціалу підприємств торгівлі, що розглядається як реакція на зміни зовнішнього середовища [4].

С. Філіппова вважає, що для вирішення низки проблем, які можуть виникнути на підприємстві, слід створити в його організаційній структурі відділи інноваційного розвитку, що мають виконувати такі функції: моніторинг перспективних інноваційних розробок для їх реалізації; визначення напрямів інноваційного розвитку; відбір найбільш перспективних інноваційних проектів тощо [5, с. 97].

К. В. Поляковська вважає, що стратегія інноваційного розвитку це довгостроковий курс, що розрахований на перспективу (зважаючи на характеристики найпоширеніших видів інноваційних стратегій підприємств: традиційної, імітаційної,

залежної, опортуністичної, оборонної, наступальної) та передбачає формування переваг завдяки різного роду інноваціям [6, с. 97].

К. Клименко оперує таким поняттям як інвестиційний потенціал, де поняття інноваційного потенціалу корелює з поняттям інноваційного розвитку, тобто визначає інноваційний потенціал підприємства як сукупність ресурсів або їх комбінацію [7].

Натомість С. Ілляшенко вважає, що інноваційний потенціал – це процес господарювання, що спирається на безупинні пошук і використання нових способів і сфер реалізації потенціалу підприємств у мінливих умовах зовнішнього середовища у межах обраної місії та прийнятої мотивації діяльності і пов'язаний з модифікацією наявних і формуванням нових ринків збуту [8].

Говорячи про інвестиційний потенціал, варто звернути увагу на його можливості формування конкурентоспроможності. Зокрема, важливими є сучасні моделі організації, які діють як засіб інноваційних процесів конкурентоспроможності економіки України загалом і можливостей активного розвитку підприємницької діяльності [9]. Іншим підходом, який можна вважати основою конкурентоспроможності, є діджиталізація та дизайн-менеджмент, які є сучасними інструментами інвестиційно-інноваційного впливу на розвиток економічних процесів підприємства [10].

Нового значення стратегічному управлінню надають З. Шершньова та С. Оборська, які трактують стратегічне управління як багатоплановий, формально-поведінковий управлінський процес, який допомагає формулювати та виконувати ефективні стратегії, що сприяють балансуванню відносин між організацією, включаючи її окремі частини, і зовнішнім середовищем, а також досягати встановлених цілей [11]. Саме вони вперше згадують про поведінковий процес, який в умовах активного розвитку поведінкової економіки відіграє важливу роль у стратегуванні підприємницької діяльності та залученні інвестиційних потоків.

Мета та завдання статті

Метою статті є дослідження теоретико-методологічних засад формування інноваційних стратегій управління підприємствами.

Виклад основного матеріалу

Узагальнення теоретико-методологічного аналізу сутності значень інноваційного розвитку та стратегічного управління розвитку підприємств, дозволяє нам стверджувати, що стратегія інноваційного розвитку – це управління підприємством, яке на основі оцінки стану внутрішнього та зовнішнього середовища виявляє і реалізує свій інноваційний потенціал, формує стійкий розвиток у короткостроковому та довгостроковому періодах. Сучасний інструментарій стратегічного управління інноваційним розвитком нафтотранспортних підприємств сьогодні можливий через упровадження в основні функції управління елементів діджиталізації, що, як зазначалось, забезпечує конкурентоспроможність, прозорість і багаторівневість стратегічного управління.

Явище «діджиталізація» можна використовувати у всіх сферах підприємницької діяльності, адже воно є новим етапом розвитку економіки шляхом впровадження досягнень науково-технічного прогресу та інноваційних методів діяльності, використання новітніх технологій, прискореного розвитку наукомістких видів економічної діяльності, становлення менталітету творчого, ефективного, раціонального бізнесу [10]. Оскільки діяльність нафтотранспортних підприємств потребує постійного оновлення логістичних напрямів, то цей напрям зі своїми інноваційними підходами дає можливість швидкого реагування на виклики.

Підприємства нафтотранспортної мережі є структурними господарськими суб'єктами корпоративних об'єднань. В. Куцик [12] у своєму дослідженні акцентує увагу на інвестиційній діяльності інтегрованих корпоративних систем, де стверджує про відсутність і необхідність запровадження економічного механізму стимулювання довгострокових інвестицій, у якій насамперед зацікавлені суб'єкти господарювання, оскільки їх інвестиційна привабливість є основним чинником інтеграції промислових і фінансових капіталів.

Натомість О. Малинка [13] здійснила аналіз формування капіталу бренду АЗС «ОККО». Авторка методом використання теоретичної моделі процесу управління виявила відсутність системності в діяльності з управління брендом в АТ «Концерн Галнафтогаз» та зробила висновок про необхідність зміни пріоритетів в управлінні не лише брендом, але і активами підприємства загалом.

Закцентовані управлінські проблеми дозволяють визначити певні процеси формування і реалізації стратегії інноваційного розвитку «діджиталізації» нафто-транспортних підприємств, які має здійснюватися з урахуванням таких чинників [14]: якість інноваційної стратегії управління підприємством; стан інноваційного потенціалу підприємства; рівень ефективності менеджменту; наявність необхідних ресурсів для впровадження інновацій; стан законодавства у сфері інноваційної діяльності; рівень мотивації праці та очікуваного ефекту від впровадження інновацій; стан розвитку ринку інновацій у нафтотранспортній сфері.

Що ж до механізм формування інноваційної стратегії нафтотранспортних підприємств, то він мав би включати в себе: розроблення стратегії розвитку підприємств із визначенням його місії; аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища, а саме державної політики щодо підтримки нафтотранспортної сфери як стратегічної, а також інноваційного потенціалу підприємства як можливості створювати та використовувати інновації з урахуванням ресурсного забезпечення потенціалу підприємства; визначення цілей і завдань з урахуванням запроваджуваних інновацій; етапи реалізації та контролю інноваційної стратегії з урахуванням особливостей господарської діяльності.

Формування науково-обґрунтованого механізму розвитку інноваційної діяльності в нафтотранспортних підприємствах дозволить істотно підвищити його ефективність і забезпечити динамічний і сталий розвиток.

Основними чинниками, які впливають на інноваційний потенціал, є: частка щорічного оновлення продукції підприємства; збільшення витрат на інноваційні продукти; частка інноваційних витрат у загальному обсязі витрат підприємства; рівень фінансування інноваційних продуктів; частка впроваджених підприємством нових і суттєво вдосконалених технологічних процесів у загальній їх кількості тощо.

Однак сьогодні, крім перерахованих вище чинників, потрібно зважати на необхідність підприємством забезпечувати швидке реагування на потреби ринку, мобільність, точність і якісний зворотний зв'язок. Тому оцінюючи рівень інноваційного потенціалу, а через нього економічного потенціалу підприємства, слід оцінювати спроможність підприємства до нововведень.

Стабільне функціонування більшості нафтотранспортних підприємств полягає в забезпеченні магістралей нафтопроводу, які були ще побудовані до незалежності України. Тому транзитні потужності української мережі залежать від домовленостей країни-постачальника та країн-замовників, а саме країн-членів ЄС. Тому підтримка належного рівня функціонування нафтотранспортних підприємств не тільки забезпечує вітчизняний ринок нафтопродуктами, але і є основним інфраструктурним джерелом транспортування нафтопродуктів. Тому політика стратегічного управління має бути побудована таким чином, щоб унеможливити диверсифікацію шляхів експорту нафтопродукції, адже це зменшує виробничий потенціал української інфраструктури нафтотранспортної корпорації.

Обрання підприємством управлінської стратегії інноваційного розвитку відштовхується від можливостей прийняття правильного інвестиційного рішення щодо початку нового процесу стратегічного планування, що включає етапи маркетингового обґрунтування доцільності інвестицій, попереднього оцінювання рівня інвестиційних витрат і розрахунку їх окупності, оцінювання відповідності технічним, екологічним та іншим корпоративним стандартам підприємства. Інвестиції в оптимізацію наявної нафтотранспортної мережі можуть включати капіталовкладення як в модернізацію обладнання або в розвиток персоналу, так і оновлення корпоративних вимог щодо зовнішніх атрибутів впізнаваності самого підприємства. Використання стандартизованих підходів до будівництва нових інфраструктурних об'єктів дозволяє забезпечити підприємству реалізацію цілей його розвитку через скорочення термінів

ISSN 2415-8453. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2021 рік. Том 6. № 3.

будівництва та мінімізацію витрат на інвестиційний проєкт і посилити позиціонування бренду через уніфікацію зовнішнього виду інфраструктурних об'єктів.

Правильна стратегія управління інноваційним розвитком нафтотранспортного підприємства може усунути ті проблеми, які накопичилися, а також модернізувати підприємство загалом, що призведе до його економічного зростання. Найефективнішим є підприємство тоді, коли воно змогло залучити якомога більше споживачів, які готові вкладати свої інвестиції в інноваційну підтримку інфраструктурних об'єктів. Зокрема, це є важливим чинником готовності до інтеграції на європейський ринок.

Як зазначає Л. Гораль та ін., інноваційний розвиток як основний фактор успіху дозволяє розглянути управління підприємством як складну економічну систему, що складається з підсистем управління. У самій же системі стратегічного управління загалом виділяють такі функціональні підсистеми, як управління матеріально-технічним постачанням; управління виробництвом; управління персоналом; управління збутом; управління інформацією; управління ризиками; управління організацією; управління інноваціями; управління фінансами. Автори трактують, що метою впровадження стратегічного управління є необхідність забезпечення безперервного та сталого розвитку підприємства в динамічних умовах зовнішнього середовища. Перехід підприємства до стратегічного управління забезпечує можливість передбачення майбутнього розвитку та прийняття своєчасних управлінських рішень, цілей і стратегій [15].

Варто зазначити, що, враховуючи специфіку діяльності нафтотранспортних підприємств, одним з основних напрямів інвестиційного стратегування діяльності підприємства є модернізація обладнання. Ще один напрям спрямування інвестиційних потоків це: корпоративна культура та розвиток людських ресурсів підприємства; стратегії підвищення якості обслуговування споживачів тощо. А оскільки максимізація капіталовкладень підприємством спрямована на інвестиційні проєкти, які направлені на реалізацію стратегічних планів розвитку основного бізнесу, то це дозволяє створювати необхідний запас фінансової міцності підприємства, який також впливає і на стабільний розвиток інших інфраструктурних об'єктів корпорації.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Підводячи підсумок, можемо стверджувати, що стратегічне управління на основі інвестиційного розвитку підприємств нафтотранспортної мережі зосереджуються як на внутрішньому, так і на зовнішньому інвестуванні. Де внутрішнє інвестування підпорядковано загальній політиці розвитку підприємства в інтегрованій корпоративній системі, основою якої є забезпечення якісного функціонування і сталого зростання як окремого підприємства нафтотранспортної мережі, так і материнської корпорації. Ефективність застосування та підтвердження правильності управлінської політики визначається окупністю та прибутковістю інвестиційних капіталовкладень у стратегічні проєкти. Чим більша залученість підприємств нафтотранспортної мережі в один інвестиційний проєкт із використанням великої кількості інфраструктурних об'єктів, тим більше забезпечення дохідної частини усій корпорації. Оскільки відбувається системність і ланцюгова реакція у використанні потенціалу кожного з залучених підприємств. Перспективи подальших досліджень полягають у визначенні основних індикаторів, що суттєво впливають на залучення інвестицій та інновацій в розвиток нафтотранспортних підприємств.

Список літератури

1. Фаэй Л., Ренделл Р. Управление стратегией на уровне рынка; пер. с англ. Курс МВА по стратегическому менеджменту. М.: Альпина Паблишер, 2002. С. 25–63.
2. П'ятницька Г. Т. Управління підприємством в епоху глобалізму: монографія. К.: Логос, 2006. 568 с.
3. Харук К. Б. Інноваційні стратегії розвитку торговельних підприємств. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Проблеми економіки та управління. 2009. № 640. С. 421–425.
4. Горская Ю. А. Инновационная политика и стратегии предприятий в розничной торговле. *Инновационная деятельность*. 2011. № 4 (18). Вып. 2. С. 9–14.

5. Філіппова С. В., Тимошук М. П., Дашченко Н. М. Актуальні питання формування інноваційних стратегій підприємств. *Праці Одеського політехнічного університету*. 2011. Вил. 2(36). С. 297–301.
6. Полясковська К. В. Інноваційний розвиток підприємств: сутність та особливості у сфері торгівлі. *Економіка розвитку*. 2014. № 3 (71). С. 93–99.
7. Клименко К. В. Інноваційний потенціал нафтотранспортного підприємства в циркулярній економіці. «Нові виклики для аграрного сектору України в умовах глобалізації»: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених. К.: НУБіП України, 2019. С. 188-191.
8. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи : навч. посібник для студ. Вузів. Суми : ВТД «Університетська книга», 2003. 278 с.
9. Skrypko T., Popadynets N. Modern models of the organization as a means of innovative processes of competitiveness of the Ukrainian economy. *Economic and Regional Studies*. 2020. No 13(2). Pp. 199-211.
10. Попадинець Н. М., Журавель Ю.В. Інвестиційно-інноваційний розвиток національної економіки на засадах діджиталізації та дизайн-менеджменту. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2019. Випуск 3 (81). С. 132-135.
11. Шершньова З. С., Оборська С. В. Стратегічне управління: навч. посіб. К.: КНЕУ. 2004. 384 с.
12. Куцик В. Економічна оцінка стану та перспектив інвестиційної діяльності інтегрованих корпоративних систем. *The Economic Discourse*, 2017. №4. С. 75–83.
13. Малинка О. Я. Аналіз процесу формування капіталу брендів роздрібного ринку нафтопродуктів України (на прикладі бренду "ОККО"). *Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу*. 2011. №2. С. 62–71.
14. Попадинець Н.М. Передумови формування і реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємств сфери торгівлі. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка» серія: "Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку"*. Львів. №875. 2017, Львівська Політехніка. С. 89-95.
15. Гораль Л., Брич Б., Клименко К. Стратегічне управління інноваційними процесами підприємств енергетики. *Економічний аналіз*. 2021. Том 31. № 1. С. 271-278.

References

1. Faey, L., Rendell, R. (2002). *Upravlenie strategiy na urovne ryinka*. [Strategy management at the market level]. Transl. s engl. Kurs MVA po strategicheskomu menedzhmentu, pp. 25–63. Alpina Publisher. Moscow. Russia.
2. Piatnytska, H. T. (2006). *Upravlinnia pidpriemstvov v epokhu hlobalizmu*. [Enterprise management in the era of globalism]. Lohos. Kyiv. Ukraine.
3. Kharuk, K. B. (2009). «Innovative strategies for the development of commercial enterprises». *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika»*. *Problemy ekonomiky ta upravlinnia*. no. 640, pp. 421–425.
4. Gorskaya, Yu. A. (2011). «Innovation policy and strategies of enterprises in retail trade». *Innovatsionnaya deyatel'nost*. no. 4 (18). Issue 2, pp. 9–14.
5. Filyppova, S. V., Tymoshchuk, M. P., Dashchenko, N. M. (2011). «Topical issues of formation of innovative strategies of enterprises». *Pratsi Odeskoho politekhnichnoho universytetu*. Issue 2(36), pp. 297–301.
6. Poliaskovska, K. V. (2014). «Innovative development of enterprises: the essence and features of trade». *Ekonomika rozvytku*. no. 3 (71), pp. 93–99.
7. Klymenko, K. V. (2019). «Innovative potential of oil transportation enterprise in circular economy». «*Novi vyklyky dlia ahrarnoho sektoru Ukrainy v umovakh hlobalizatsii*». ["New challenges for the agricultural sector of Ukraine in the context of globalization"]. *Proceeding of materials of the II International scientific-practical conference of students, graduate students, and young scientists*. NUBiP Ukrainy, pp. 188-191.
8. Illiashenko, S.M.(2003). *Upravlinnia innovatsiinym rozvytkom: problemy, kontseptsii, metody*. [Management of innovative development: problems, concepts, methods]. VTD «Universytetska knyha». Sumy. Ukraine.
9. Skrypko, T., Popadynets, N. (2020). «Modern models of the organization as a means of innovative processes of competitiveness of the Ukrainian economy». *Economic and Regional Studies*. no. 13(2), pp. 199-211.
10. Popadynets N. M., Zhuravel Yu.V. (2019). «Investment and innovation development of the national economy on the basis of digitalization and design management». *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu. Serii «Ekonomika i menedzhment»*. Issue 3 (81), pp. 132-135.
11. Shershnova, Z. S., Oborska, S. V. (2004). *Stratehichne upravlinnia*. [Strategic management]. KNEU. Kyiv. Ukraine.
12. Kutsyk, V. (2017). «Economic assessment of the state and prospects of investment activity of integrated corporate systems». *The Economic Discourse*. no. 4, pp. 75–83.
13. Malynka, O. Ya. (2011). «Analysis of the process of capital formation of brands of the retail market of oil products of Ukraine (on the example of the brand "OKKO")». *Naukovyi visnyk Ivano-Frankivskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu nafty i hazu*. no. 2, pp. 62–71.
14. Popadynets, N.M. (2017). «Prerequisites for the formation and implementation of the strategy of innovative development of enterprises in the field of trade». *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika» serii: "Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku"*. Lviv. no. 875, Lvivska Politekhnika, pp. 89-95.
15. Horal, L., Brych, B., Klymenko, K. (2021). «Strategic management of innovative processes of energy enterprises». *Ekonomichniy analiz*. Vol. 31. no. 1, pp. 271-278.

Стаття надійшла до редакції 28.07.2021 р.

ISSN 2415-8453. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2021 рік. Том 6. № 3.