

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-118>

УДК 330.3:338.4(477)

СЕРВІСНА ІНФРАСТРУКТУРА ІННОВАЦІЙНО-ОРІЄНТОВАНОЇ ЕКОНОМІКИ: ПОГЛЯД З ПОЗИЦІЇ ТЕОРІЇ ЦІННОСТІ

SERVICE INFRASTRUCTURE OF THE INNOVATION-ORIENTED ECONOMY: A VIEW FROM THE POSITION OF THE THEORY OF VALUE

Йохна Віталій Миколайович

кандидат економічних наук, старший науковий співробітник,
Хмельницький національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-0109-7935>

Михальчук Ігор Володимирович

аспірант,
Хмельницький національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-8873-0547>

Шатровський Сергій Олександрович

аспірант,
Хмельницький національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-8197-9635>

Yokhna Vitaliy, Mykhalchuk Ihor, Shatrovskiy Serhii
Khmelnytskyi National University

В роботі окреслено напрями і умови розвитку ринкових можливостей промислових підприємницьких структур через використання і розширення функціоналу інноваційної креативності сервісних підприємств, що формують інфраструктуру інноваційної діяльності. Для обґрунтування таких можливостей у структурі національної економіки виокремлено функціонал різних груп сервісних підприємств, серед яких виділено ті, що а) забезпечують надання індивідуальних послуг населенню і б) задовольняють потреби суб'єктів господарювання у послугах допоміжного характеру, які необхідні для виконання основних процесів створення споживчих цінностей. Із застосуванням методів економіко-статистичного аналізу виділено ті групи сервісних підприємств, що показують найвищу результативність з розрахунку на один суб'єкт господарювання та зроблено припущення щодо причин, які зумовлюють структурний дисбаланс у розвитку сфери сервісу за визначеними групами. Аргументовано, що руйнування значної частини виробничо-експортного потенціалу України робить стратегічно важливим завдання реформатування економіки в бік розвитку високотехнологічних підприємств, що можуть формувати значущі ціннісні пропозиції. Окреслено перспективи розширення ринкових можливостей промислових підприємств в контексті означених стратегічних цілей на основі співпраці з високотехнологічними сервісними підприємствами. Аргументовано, що це може забезпечити їх коеволюцію, в ході якої розширюватимуться конкурентні переваги обох учасників. Показана також роль сервісної інфраструктури у розвитку інноваційного та ринкового потенціалу виробничих підприємств на одній технологічній платформі.

Ключові слова: пропозиції цінності, сервісні підприємства, інститути спільної дії, коеволюція, єдина технологічна платформа.

The current state and prospects for the development of Ukraine's economy in the post-war period require significant changes in the structure of the national economy – for the development of those industries and spheres of economic activity that can ensure its competitiveness in the global division of labour. Among the promising spheres of economic activity is the sphere of service, the products of which can have value on international markets. The services of service companies are equally valuable in the domestic market. Service activity covers not only the sphere of consumer needs of an individual nature and social direction, but also the sphere of maintenance of technical means of an industrial nature (maintaining them in proper operational condition), the sphere of providing consulting highly professional services related to the conduct of economic activity, the sphere of education and

health care, elimination of environmental pollution, operational leasing, intermediary and many others. This kind of service has a direct impact on economic processes, increasing the competitive capabilities of economic entities that are provided with relevant services. The work outlines the directions and conditions for the development of market opportunities of industrial entrepreneurial structures through the use and expansion of the functionality of innovative creativity of service enterprises that form the infrastructure of innovative activity. To substantiate such opportunities in the context of transformational processes of the economy of Ukraine, the following was done: in the structure of the national economy, the functionality of various groups of service enterprises was distinguished, among which those that a) ensure the provision of individual services to the population and b) satisfy the needs of business entities in auxiliary services, which are necessary to perform the main processes of creating consumer values. Using the methods of economic and statistical analysis, those groups of service enterprises that show the highest performance per business entity have been identified, and assumptions have been made regarding the reasons for the structural imbalance in the development of the service sector by specific groups. It is argued that the destruction of a significant part of the production and export potential of Ukraine makes the task of reformatting the economy towards the development of high-tech enterprises that can form significant value propositions on the global market and create higher added value a strategically important task. The prospects for expanding the market opportunities of industrial enterprises in the context of the specified strategic goals for based on cooperation with high-tech service enterprises. It is argued that this can ensure their co-evolution, during which the competitive advantages of both participants will expand. The role of service infrastructure in the development of innovative and market potential of production enterprises on one technological platform is also shown.

Keywords: value propositions, service enterprises, institutions of joint action, co-evolution, single technological platform.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку суспільств та економік характеризується дедалі більшим внеском у створення суспільних благ підприємств сфери сервісу. Їх діяльність пронизує усю структуру національної економіки – від надання населенню різноманітних за характером і змістом індивідуальних послуг і до сервісних послуг специфічного призначення, що надаються суб'єктам господарювання з урахуванням специфіки їх основної діяльності. Тому питання економічно результативного і продуктивного розвитку сервісних підприємств є для України надзвичайно важливим завданням – як з погляду розширення спектру послуг, що забезпечують якість життя людей, так і з погляду цінності послуг специфічного характеру, що підвищують ефективність бізнес-процесів і навіть можуть виступати об'єктами експорту. Сервісні функції можуть стосуватися і процесів обґрунтування напрямів інноваційних змін, що важливо для розвитку інноваційно-орієнтованої економіки. Важливо, щоб цей розвиток посилював економічну результативність загальної економічної діяльності, що потребує збалансованості розбудови потенціалу сервісних підприємств в контексті їх організаційно-структурної взаємодії з іншими учасниками ринку. Актуальність цього завдання для збереження життєздатності і відродження економіки України і зумовили потребу даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми і перспективи розвитку сфери сервісу є предметом наукового інтересу багатьох

сучасних науковців. Та їх дослідження переважно стосуються сервісних підприємств, які працюють для задоволення людських потреб, надаючи послуги розміщення клієнтів та їх харчування, послуги санаторно-курортного призначення, освітньо-пізнавальної діяльності, транспортного обслуговування, виконання замовлень для задоволення особистісних потреб тощо. Акцентування на такому функціональному призначенні сфери сервісу стало концептуальною основою розвитку науки сервісології, об'єктом якої є людина та її потреби [1–3]. Однак спрямованість сервісної діяльності на задоволення суто людських потреб є занадто вузьким баченням її можливостей. На наш погляд, функціонал сервісних підприємств доцільно розглядати і через призму їх впливу на розвиток інших сфер діяльності – де співпраця із сервісними підприємствами може сприяти зростанню конкурентних переваг замовників специфічного сервісу, поліпшенню їх здатності створювати нові чи вдосконалювати існуючі бізнес-процеси [4]. Розширення спектру таких послуг важливо для формування в країні постіндустріального суспільства [5]. І тим більше – інноваційно-орієнтованої економіки, яка має опиратися на інновації як основне джерело формування конкурентних переваг [6]. Така економіка потребує відповідної інноваційної інфраструктури, основне завдання якої полягатиме в зменшенні інформаційної нестачі суб'єктів господарювання щодо стану ринку, виявлення перспективних ринкових трендів, аналізу можливостей новітніх технологічних

розробок, що можуть стати предметом трансферу тощо [4; 7; 8]. Це має особливе значення для підприємств малого і середнього бізнесу – саме сервісна інноваційна інфраструктура дає змогу таким підприємствам зменшувати інноваційні ризики при реалізації інвестиційних проєктів розвитку [6; 8]. Не менш важливо, щоб цей розвиток посилював економічну результативність загальної економічної діяльності, що потребує збалансованості розбудови потенціалу сервісних підприємств в контексті їх організаційно-структурної взаємодії з іншими учасниками ринку.

Метою статті є формування організаційно-структурних умов для розвитку ринкових можливостей промислових підприємницьких структур через використання і розширення функціоналу інноваційної креативності сервісних підприємств. Для оцінки таких можливостей в контексті трансформаційних процесів економіки України визначено такі завдання: 1) виокремити функціонал різних груп сервісних підприємств у структурі національної економіки; 2) проаналізувати їх внесок у загальні економічні результати; 3) окреслити перспективи розширення ринкових можливостей промислових підприємств в контексті стратегічних цілей трансформування економіки України на основі співпраці з високотехнологічними сервісними підприємствами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сервісні підприємства відносяться до третинного сектору економіки (за класифікацією К. Кларка і Ж. Фурастьє), суб'єкти якого надають послуги на комерційній основі. В економічно розвинених країнах в цьому секторі зайнято найбільше працівників, в ньому формується більша частина валового продукту (понад 50%) і він зростає найшвидшими темпами. За перевищення його частки у 70% ВВП вважається, що економіка такої країни є постіндустріальною [9], водночас залишаючись активним учасником міжнародного обміну товарами і послугами. Прагнення побудови постіндустріальної економіки стало домінувати в розвинених країнах наприкінці ХХ ст., коли на перший план у цілях соціально-економічного розвитку вийшла концепція сталого розвитку, яка проголошувала стратегічними пріоритетами соціальний прогрес та збереження довкілля. Однак реалізація цих завдань можлива лише тоді, коли країна уже досягла і може підтримувати і надалі високий рівень економічного добробуту. В постіндустріальній економіці це досягається пропозицією продажу на світовому ринку таких послуг,

що мають високу цінність у багатьох країнах. Тобто, зміст і характер цих послуг такий, що вони можуть мати глобальне застосування і виступати товаром на світових ринках. На наш погляд, це необхідно враховувати, аналізуючи структуру третинного сектора України – для виділення тих його складових, які можуть суттєво впливати на загальну динаміку її розвитку. В тому числі – виступати каталізатором структурних змін в економіці для виходу із глибокої кризи, зумовленої знищенням значної частини індустріального сектора, яка виступала продуцентом товарів на експорт (металургійна, хімічна промисловість, енергетика). І це не мають бути лише агропідприємства з вирощування сільськогосподарської продукції, а розвиватись їх промислова переробка – також з урахуванням того, наскільки в процесі такої переробки можна досягти вищої цінності кінцевого продукту на ринку.

Про руйнівні процеси в економіці України вказують не тільки статистичні дані щодо випуску і реалізації продукції та послуг (а згідно них, економічна діяльність усіх суб'єктів господарювання зменшилась на третину), а й індекс ділових очікувань бізнесу (розраховується НБУ щомісячно), який впродовж 2022–2023 років лише кілька літніх місяців наближався до середньої відмітки (50,0), а у всі інші місяці коливався в межах 37-48% залежно від виду діяльності. Так, у вересні 2022 р. цей показник (узагальнений для всіх видів діяльності) дорівнював 46,1, в жовтні знизився до 44,9, в листопаді до 42,7, а в грудні – до 42,1. І майже у всіх секторах економіки України має місце негативне очікування щодо збереження кількості працівників. Виняток – сфера послуг, де очікування були більш оптимістичними (листопад – 42,9, грудень – 45,0) [10]. В січні 2023 загальний ІОДА ще погіршився – до 37,5; на це вплинуло насамперед погіршення енергозабезпечення, зумовлене руйнуванням енергоструктури внаслідок обстрілів та бомбардувань. І проведені взимку 2023 р. опитування в середовищі МСБ показали, що понад 70% підприємців (з числа опитаних) вважали економічну ситуацію в Україні несприятливою (42% – несприятливою, а 29% – катастрофічною). А 38% прогнозували, що стан справ у бізнесі і надалі погіршуватиметься [11].

Водночас, в лютому 2023 р. очікування ділової активності дещо поліпшилися – ІОДА зріс до 45,0; в березні – до 49,0; в квітні – до 51,5. Та вже у липні 2023 р. ІОДА знову став

нижче 50 (48,8), у серпні трохи зріс – до 49,3. Поліпшення загального індексу у липні-серпні відбулося за рахунок будівництва і торгівлі, де ІОДА перевищив позначку 50,0, досягши відповідно значень 51,0 і 52,5). У промисловості позитивні зрушення в очікуванні ділової активності незначні – 48,2 в липні і 48,8 – у серпні. Найнижчими були ділові очікування у сфері послуг – 47,3 (у липні і серпні) [10].

Наведене дає підстави стверджувати, що сфера послуг в Україні є найбільш інертною у відновленні – і це може бути наслідком виїзду за кордон значної кількості зайнятих

у цій сфері (жінки) та найбільших споживачів послуг (жінок і дітей). Проте сфера послуг і в довоєнний період не забезпечувала вагомого внеску в загальні економічні результати, що видно із офіційних статистичних даних (табл. 1).

Із наведених даних також видно, що економічний результат підприємств сфери послуг відрізняється за видами діяльності. Як видно із таблиці, виробничою діяльністю (промисловість і будівництво загалом) у 2021 р. займалися лише 9 % від загальної кількості суб'єктів підприємницької діяльності, проте сукупно

Таблиця 1

Структурні показники функціонування підприємств України за видами економічної діяльності (2021 р.)

	Обсяги реалізації продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання (СГ)		Кількість суб'єктів господарювання, од.		*Обсяг реалізації продукції (товарів, послуг) з розрахунку на 1 СГ, млн. грн
	усього, млрд. грн	% до заг.	усього, од.	% до заг.	
Усього	15240,05	100,0	1973652	100,0	7,722
Сільське, лісове та рибне госп-во	943,49	6,2	73368	3,72	12,860
Промисловість	4999,41	32,8	126337	6,40	39,572
Будівництво	539,50	3,5	56926	2,88	9,477
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів	5994,85	39,3	826129	41,86	7,257
Транспорт, складське госп-во, поштова та кур'єрська діяльність	654,50	4,3	98307	4,98	6,658
Тимчасове розміщування й організація харчування	107,29	0,7	71748	3,64	1,495
Інформація та телекомунікації	528,45	3,5	234188	11,87	2,257
Фінансова та страхова діяльність	395,83	2,6	10225	0,52	38,712
Операції з нерухомим майном	192,78	1,3	95809	4,85	2,012
Професійна, наукова та технічна діяльність	451,81	3,0	140374	7,11	3,219
Діяльність з адміністративного та допоміжного обслуговування	161,14	1,1	53735	2,72	2,999
Освіта	16,65	0,1	16733	0,85	0,995
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	195,37	1,3	37583	1,90	5,198
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	20,97	0,1	15774	0,80	1,329
Надання інших видів послуг	38,02	0,2	116416	5,90	0,327

Джерело: складено за [12]; * власні розрахунки

вони забезпечили 36,3% загальних обсягів реалізації. І більшу частину (32,8%) забезпечила діяльність промислових підприємств. Що ж стосується будівництва, то реалізація робіт у цій сфері була трохи нижче 9,5 млн грн на одне підприємство, в той час як у промисловості – майже 40 млн грн. І це дає підстави сумніватися у прозорості фінансової звітності в будівництві – адже за такого співвідношення в результативності інвестиції доцільно вкладати у промисловість, а насправді більшою популярністю користується будівництво.

Найбільша кількість підприємств належить до сфери торгівлі – 41,86%. І це логічно – адже виробнича діяльність є складнішою в організації бізнес-процесів і потребує для збереження конкурентоздатності специфічних професійних компетенцій від персоналу. До того ж, вона є більш капіталомісткою і ризиковою ніж сфера надання торговельних чи транспортних послуг. Саме торговельні послуги забезпечують найбільшу частку загальних обсягів реалізації продукції (39,3%). Та з розрахунку на одне підприємство частка підприємств за кількістю суб'єктів господарювання (СГ) в торгівлі та транспортно-логістичній діяльності майже збігається із часткою їх внеску у загальні результати (відповідно в торгівлі 39,3 і 41,86%; транспортні послуги 4,3 і 4,98%), хоча суттєво відрізняється за кількістю – у торгівлі СГ 826129 од., а транспортно-логістичну діяльність забезпечували 98307 од. (тобто, у торгівлі працювало у 8,4 рази більше підприємств, ніж надавало транспортні послуги). При цьому економічна віддача з розрахунку на одне підприємство у цих двох сферах діяльності є співмірною – 6,7-7,3 млн грн. І вона набагато нижча, ніж у виробничій сфері. Проте значно більша, ніж у інших видах діяльності з надання послуг (за винятком фінансових послуг і страхування – де показник обсягів реалізації послуг з одного підприємства сягнув 38,7 млн грн).

Варто зазначити, що в Україні розвиток підприємництва саме у сфері індивідуальних та торговельних послуг є важливим джерелом самозабезпечення населення. З урахуванням деградації і знищення виробничої сфери під час війни, сфера послуг стала основою виживання населення. Тим більше, що значна частина індивідуальних послуг не обліковується через особливості чинного законодавства. Проте викликає сумнів прозорість фінансових результатів у діяльності деяких сервісних підприємств – наприклад у сфері готельно-рес-

торанного бізнесу їх кількісна частка (3,6%) вп'ятеро більша, ніж частка в обсягах реалізації (0,7%).

Заслужують поглибленого аналізу структурні показники сфери послуг у секторі телекомунікації та інформаційних технологій та сфері професійної наукової і технічної діяльності. В обох видах послуг відносні кількісні показники спів мірні – 3,0-3,5% частка їх у загальних обсягах реалізації продукції. Проте за кількістю СГ різниця більше ніж удвічі на користь сектору ІТ. І на одне підприємство у цій сфері припадає 2,25 млн грн, а в сфері НТ діяльності і консалтингу – 3,22 млн грн. Тобто, ІТ сфера дає меншу віддачу, ніж консалтинг та науково-технічна діяльність. Однак рівень оплати праці у цій сфері набагато вищий, що й приваблює багатьох працівників розвивати свої навички у створенні й розвитку ІТ-продуктів.

І навіть під час війни ця сфера зберегла позитивну динаміку свого розвитку, причому – в частині послуг, що йдуть на експорт. Так, у першому кварталі 2023 р. ІТ-сектор забезпечив експорт послуг на \$1,68 млрд. Це трохи менше (\$2 млрд), ніж за такий же період минулого року, але більше (\$1,44 млрд.), ніж у 2021 р. При цьому частка ІТ-послуг в загальному обсязі експортованих товарів і послуг склала в 1 кв. 2023 р. 12,3%. І третій рік поспіль зростає в загальному обсязі послуг – від 31% у 2021 р. до 45% у 2022 р. і 43% – в І кварталі 2023 р. Для порівняння – експорт промислової продукції забезпечив у І кв. 2023 р. всього 4,6%, транспортні послуги – 24,1% експортного виторгу, інші ділові послуги – 17,5%, решта – 11,2% [13].

Примітно, що український ІТ-сектор уже бере участь у міжнародних злиттях та поглинаннях на правах ініціатора придбання існуючого бізнесу. Так, львівська ІТ-компанія beleven, яка займається розробкою мобільних додатків (серед відомих продуктів компанії «Читанка» – книжкова платформа для продажу та читання книжок українською мовою, яку запустили під час пандемії Covid 19), у вересні 2023 р. придбала шведську компанію Agenda Tech, що спеціалізується на розробці програмного забезпечення та рекрутингом. При цьому керівництво beleven підкреслює, що це не просто поглинання, а спільне підприємство – можливості обох компаній розширюються, збільшується їх інноваційний потенціал та потенціал лідерства на ринку високотехнологічних продуктів. Завдяки покупці beleven отримає технічні ноу-хау та

клієнтську базу Agena Tech, яка має репутацію в скандинавському регіоні. Тому угода є стратегічною для експансії львівської компанії на зовнішній ринок – адже до кола клієнтів Agena Tech належать відомі бренди Roche, Ahlens, Samhall, PwC, Carlsberg, OKQ8, CDLP [14]. Це відомі скандинавські компанії, які досягли успіху завдяки високій якості своїх продуктів і послуг: Ahlens – це мережа універмагів, є четвертою за величиною групою модних магазинів Швеції); Samhall – компанія, завданням якої є створення значущих та розвиваючих робочих місць для людей з обмеженими можливостями – нині є однією з найбільших компаній Швеції за кількістю працівників; PwC – консалтингова фірма, що надає широкий спектр послуг вищої якості; налічує понад 327 тис. співробітників, працює в 155 країнах, в т.ч. і в Україні); Carlsberg – данська пивоварна компанія, займає 4 місце в рейтингу світових пивоварних корпорацій за рівнем доходів; OKQ8 – скандинавська компанія, займається розробкою мобільних додатків для отримання послуг в мережі автозаправки); CDLP – шведський бренд білизни для чоловіків, EYTYS – відомий і доволі популярний скандинавський виробник одягу та взуття. До числа клієнтів належить також Roche (швейцарська фармацевтична компанія, займає перше місце в світі в сфері діагностики зі штатом 80 тис. працівників).

Така кількість клієнтів, що працюють у зовсім різних сферах економічної діяльності, вказує на високий рівень креативності працівників компанії Agena Tech. Саме креативний потенціал представників ІТ-сектору в створенні нових продуктів, що мають високу споживчу цінність на міжнародному ринку і вказує на можливості його зростання в Україні – якщо нові інформаційні продукти і технології будуть виступати конкурентною складовою бізнес-процесів виробничих підприємств, в т.ч. – розширюючи функціональні можливості традиційних зразків технічних засобів.

Прикладом такого розширення є розробка безпілотного комплексу для розмінування полів українською компанією Gardarika Tres LLC, яка є виробником і дистриб'ютором агрообладнання. Вона інтегрує новітні технології в аграрний сектор з 2014 р., займаючись системою точного землеробства. На сьогодні компанія є власником бренду і виробником агронавігаторів та автопілотів Efarm.Pro. Продукція екостарту Efarm.Pro суттєво поліпшила агротехнології, даючи змогу застосовувати засоби захисту рослин точково –

в місцях, де в цьому є безпосередня потреба. За проведеними фахівцями є екологічного моніторингу оцінками, з моменту виходу на ринок використання розробок Efarm.Pro дало змогу зменшити викиди в атмосферу на 1,5 млн. т CO₂. Компанія використала свої розробки і для подолання наслідків воєнних дій в Україні – навігаційні системи Efarm.Pro стали основою для комплексу з розмінування полів. Безпілотний комплекс для розмінування полів включає: дрон, робот-розміновувач, автопілот і причіпну систему на трактор, що здатна витримати вибух. Причіпне обладнання працює за принципом мінного тралу. Автономний автопілот кастомізований, з можливістю об'їзду перешкод, а трактор обладнаний додатковими бронепластинами. Система передбачає автоматичну роботу на великих площах з точністю до 2 см за заданим маршрутом. Трактор проходить поле зі швидкістю 5 км/год – і за 10 годин здатен обстежити 20 га землі [15].

Подібні розробки з використанням сучасних інформаційних технологій дають змогу значно поліпшити виробничі технології користувачів – як в агросекторі, так і в інших галузях промислового виробництва, що підвищує продуктивність технологічних ліній і бізнес-процесів загалом. Наприклад, 3D-друк використовується не лише в машинобудуванні, де він став звичною технологією для виготовлення складних у конструктивному плані виробів (які раніше потребували значної кількості операцій та високої точності обробки металу), а й у медицині (реконструкція органів), фармації (друк ліків) і навіть у харчовій промисловості (вже є повідомлення про 3D-друк білкової продукції, яка має не тільки вигляд, а й усі смакові якості природного аналога).

Щодо машинобудування, то опанування 3D-технологіями може змінити зміст і структуру бізнес-процесів багатьох машинобудівних підприємств, які нині втратили своє місце на ринку внаслідок руйнування тих елементів виробничих систем, які були важливими для формування ціннісних пропозицій при входженні у глобальні ланцюжки створення цінності [16]. Наявність 3D-принтерів у підприємства, які є основою адитивного виробництва, може дати йому змогу стати ключовою ланкою у технологічному ланцюжку виготовлення конструктивно складного технічного виробу. Однак висока вартість такого обладнання не є єдиною перешкодою для його придбання. Набагато важливіше здійснити «оцифрування» виробу, подати його у вигляді алго-

ритму для друкування, а також мати порошкподібну масу вихідного матеріалу.

Вважаємо, що вирішення цієї проблеми можливе за рахунок поєднання зусиль власників бізнесу із провідними університетами чи ІТ-компаніями і створення науково-виробничих центрів розвитку технологій. До їх основних завдань якраз і буде віднесено створення інформаційної основи, накопичення бази даних і розробка матеріальної основи адитивного виробництва машинобудівних підприємств. Так звана «цифровізація» виробництва може значно поліпшити структуру національної економіки – збільшити частку тих її секторів, які продукують вищу додану вартість. Це стосується і участі українських підприємств у глобальних ланцюжках створення цінності. Чим ціннішим буде внесок окремого підприємства, тим міцнішою буде його позиція в цьому ланцюжку – особливо в межах динамічних інтеграційних утворень, які вибудовують бізнес-процеси на засадах аутсорсингу. Звідси можна зробити висновок, що функціонал сервісних підприємств має доповнювати виробничу частину бізнес-системи промислових підприємств тими властивостями, які б давали змогу підвищувати цінність їх основних продуктів на цільових та перспективних ринках.

Згідно наукових підходів теорії цінності, цінність пропонованого для обміну продукту (товару, послуги) не може бути вимірною витратами на його створення [17]. Навпаки, кількісний вимір витрат може лише служити базою для порівняння економічної результативності різних бізнес-процесів, які забезпечують створення кінцевих продуктів з однаковими характеристиками. А споживча цінність таких продуктів значною мірою опирається на суб'єктивне сприйняття його корисності покупцем. І для підвищення цієї цінності виробник має належним чином позиціювати продукт на ринку, підкреслюючи унікальність його характеристик тими засобами, які позитивно сприймаються споживачем [18; 19]. Це особливо важливо при виході на ринки з інноваційними продуктами або ж на ринки інших країн, де сформувалась інша психологія споживчого сприйняття певних товарів. Послуги професійних фахівців, що спеціалізуються на таких питаннях, можуть відіграти вирішальну роль для формування ефективної стратегії ринкової експансії.

З урахуванням того, що до нового учасника ринку споживачі зазвичай відносяться дещо упереджено і реагують позитивно на його

продукцію лише за впевненості у її перевагах перед аналогами, дослідження запитів нових цільових ринків ринку має здійснюватися з позицій ціннісно-орієнтованого підходу – для виявлення найбільш важливих характеристик, що впливають на сприйняття корисності продукту, який планується виводити на новий ринок (а значить – на його конкурентоспроможність). Це дає змогу забезпечити обґрунтованість плану розвитку ринкових можливостей підприємства. Варіанти посилення конкурентоспроможності продукції за складовими споживчої цінності наведено на рис. 1.

Для формування технологічної складової інноваційних бізнес-процесів важливими є професійні спеціалізовані знання – адже згідно існуючих правил позиціювання продукції, в супровідній техніко-технологічній документації інформація не тільки є вузькоспеціалізованою, а й не висвітлює порівняльні переваги її використання. Тому обґрунтування вибору нових технологічних рішень у вузькоспеціалізованому професійному середовищі є надскладним завданням і зазвичай інформаційне забезпечення цієї процедури покладається на інститути колективної дії [20].

Ними можуть бути, наприклад, центри трансферу технологій, інноваційні бізнес-центри тощо. У розвинених країнах вони давно успішно функціонують і слугують осередками акумулювання та поширення нових технологій і нових знань. Їх послугами користуються багато підприємств-інноваторів, що й забезпечує їх проактивність на ринку. Такі центри дають змогу підприємцям ухвалювати рішення не лише з погляду експлуатаційних чи функціональних характеристик нових технологій, а й з позицій мінімізації витрат на їх придбання – пропонуючи організаційний супровід трансферу технологій клієнтам за найбільш економічно вигідними формами [21].

Ще вагомими з погляду розширення можливостей створення нових точок зростання можуть бути послуги таких інститутів спільної дії для регіону, який розглядає варіанти ефективного використання свого ресурсного потенціалу. І особливо – для ухвалення інвестиційних рішень в контексті загальних трансформаційних процесів на регіональному рівні [22]. Аналізуючи наявні ресурси з погляду їх здатності до участі у ланцюжках створення споживчої цінності, можна розробити пропозиції побудови в регіоні комплементарно сформованих партнерських підприємницьких мереж, технологічне оснащення яких формуватиметься на одній технологічній платформі

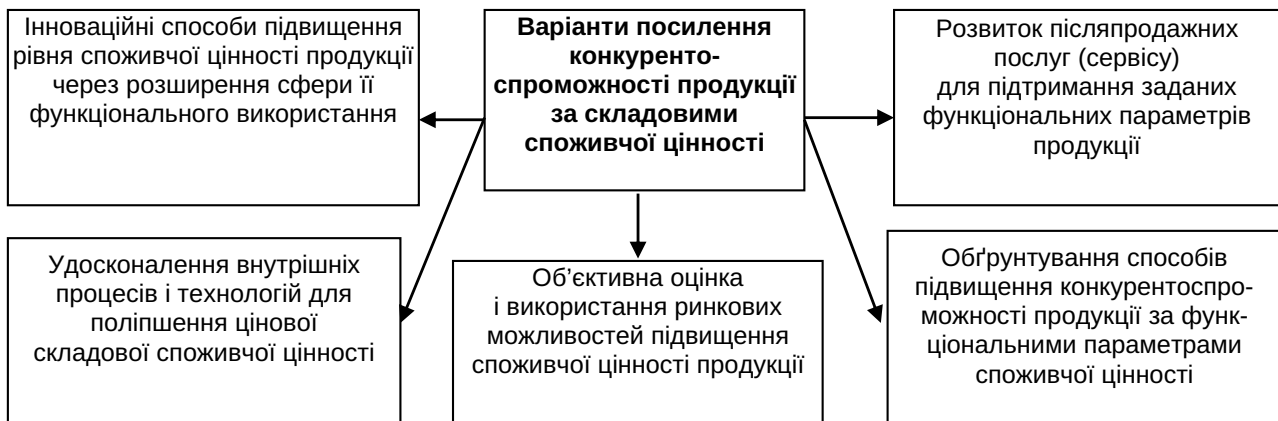


Рис. 1. Варіанти підвищення споживчої цінності промислової продукції для посилення її конкурентоспроможності на цільових ринках

(екологічно безпечній і ресурсощадній) і забезпечуватиме реалізацію кінцевої продукції з високою доданою вартістю. Вони можуть співпрацювати між собою на засадах коеволюції.

Термін «коеволюція» став застосовуватися в соціально-економічному контексті завдяки роботі Р. Норгаарда [23], в якій він досліджував довгострокові обопільні зв'язки між п'ятьма основними підсистемами соціально-економічних систем – знаннями, цінностями, технологіями, організаціями та зовнішнім середовищем. У своїх висновках він зазначив, що зміни в кожній з цих підсистем суттєво впливають на умови вибору рішень в інших, що робить їх взаємозалежними. На нашу думку, коеволюція може забезпечувати кращу динаміку розвитку систем, що взаємодіють між собою, керуючись ціннісно-орієнтованим підходом, в основі якого лежить ланцюжок створення споживчої цінності. Тобто, вибудовують спільно бізнес-процеси, влітаючи сервіс в ті їх точки, де сервісне підприємство може значно поліпшити процес створення споживчої цінності основним його продуцентом.

Коеволюція має місце за взаємного впливу одна на одну систем, що взаємодіють в процесі еволюції (розвитку). Тобто, коли одна система пристосовується до змін іншої і навпаки. Тим самим вони еволюціонують в єдиному ритмі (коли збігаються моменти прискорення і вповільнення темпу розвитку обох систем – через їх взаємозалежність виникає позитивний зворотний зв'язок, який і гармонізує зміни в таких системах). Це дає підстави говорити про необхідність коеволюції промислових і сервісних підприємств, яка може набувати різних організаційно-структурних форм і

значно збільшувати ринкові можливості обох учасників співпраці.

У сучасних дослідженнях науковцями розвитку і трансформацій складних соціально-економічних систем коеволюційність визнається однією з їх основних характеристик, що дає підстави говорити про коеволюційну динаміку [23–25]. Тобто, коеволюція характеризує одночасний взаємозалежний і взаємообумовлений розвиток елементів складної системи або її підсистем, що визначає її подальшу еволюцію та якісні зміни. Побудований нами алгоритм формування технологічного мережевого партнерства підприємств на основі ціннісно-орієнтованого підходу та коеволюції наведено на рис. 2.

Перспектива участі в такій мережі є доволі привабливою для будь-якого підприємства (особливо малих організаційних форм), – адже це зменшує його залежність від коливань ринкової кон'юнктури через отримання відносно постійного обсягу замовлень від материнської фірми. Але для входження у таку мережу і збереження свого місця у ній виробнича система підприємства має містити певні характеристики, які роблять унікальною її ціннісні пропозиції для інших учасників технологічної кооперації. Відповідна інформація і має ґрунтовно аналізуватись при формуванні мережі учасників технологічної кооперації.

Перспектива участі в такій мережі є доволі привабливою для будь-якого підприємства (особливо малих організаційних форм), – адже це зменшує його залежність від коливань ринкової кон'юнктури через отримання відносно постійного обсягу замовлень від материнської фірми. Але для входження у таку мережу і збереження свого місця у ній

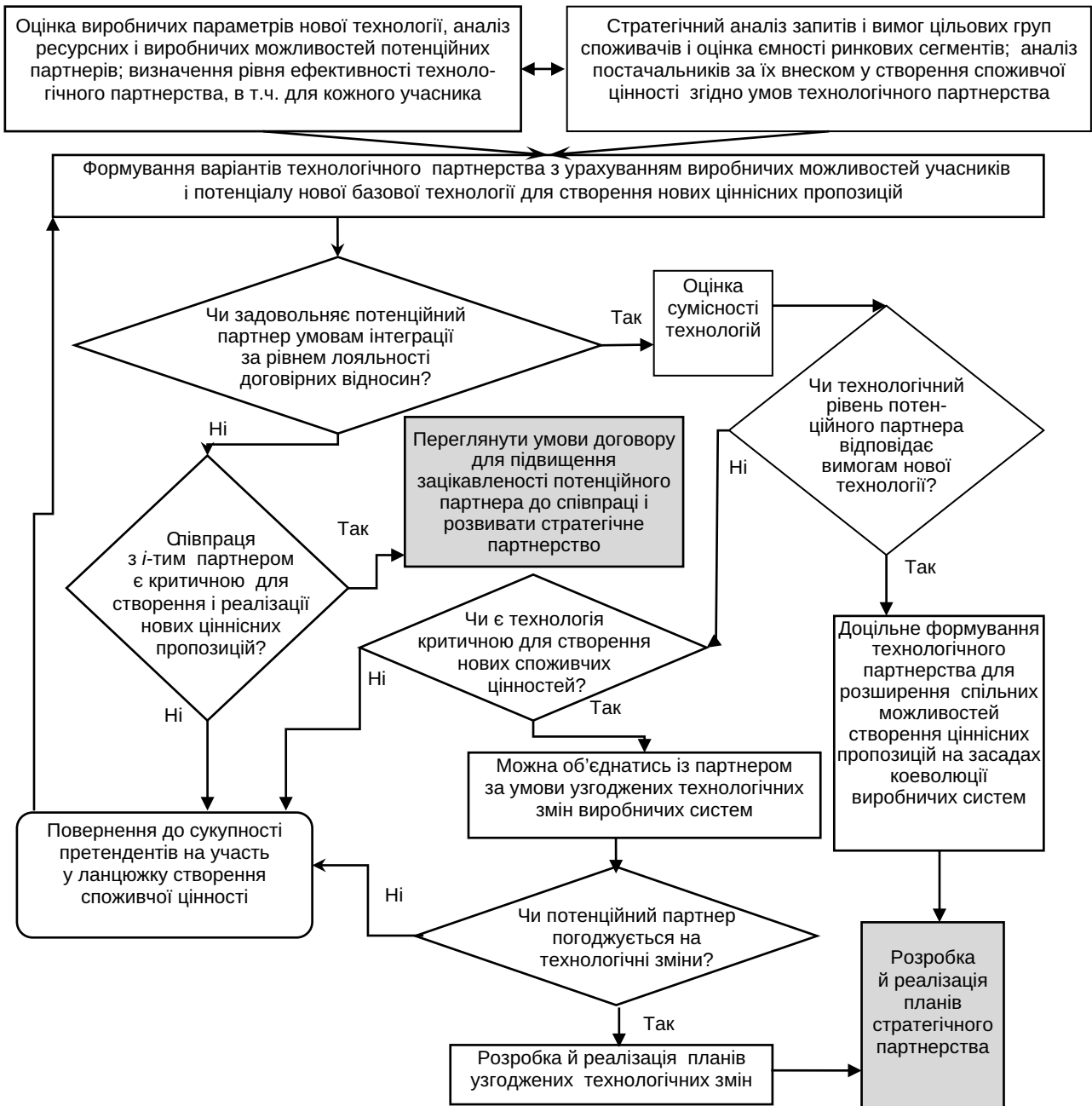


Рис. 2. Алгоритм розбудови стратегічного партнерства підприємств на засадах коеволюції виробничо-технологічних систем

Джерело: авторська розробка

виробнича система підприємства має містити певні характеристики, які роблять унікальною її ціннісні пропозиції для інших учасників технологічної кооперації. Відповідна інформація і має ґрунтовно аналізуватись при формуванні мережі учасників технологічної кооперації

У наведеній на рис. 2 схемі в кожній із точок вибору можлива участь сервісних підприємств відповідного профілю – чи для пошуку технології, що може виступати об'єктом трансферу (центри трансферу технологій), чи

для обговорення умов технологічного співробітництва у ланцюжку створення споживчої цінності (юридичні послуги), чи для визначення напрямів узгоджених технологічних змін з урахуванням переходу на нову технологічну платформу (інжинірингові послуги), чи формування єдиної маркетингової політики у взаємодії з ринком (консалтинг маркетингових програм та заходів). Така співпраця може бути одноразовою, але більш перспективним є довгострокове співробітництво у вигляді

аутсорсингу. Проте їх розвиток в Україні потребує об'єднання інтересів та зусиль регіональних органів влади та підприємницької спільноти і проектування взаємовигідних організаційно-економічних механізмів.

Висновки. Сучасний стан і перспективи розвитку економіки України в повоєнний період потребують значних змін у структурі національної економіки – для розвитку тих галузей і сфер економічної діяльності, які можуть забезпечити її конкурентоспроможність у глобальному розподілі праці. Серед перспективних сфер економічної діяльності є і сфера сервісу, продукти якої можуть мати цінність на міжнародних ринках. Не меншу цінність мають послуги сервісних підприємств і на внутрішньому ринку. По-перше, надаючи послуги різного характеру, ці підприємства підвищують якість життя населення, створюючи кращі умови для розширеного відтворення людського капіталу. По-друге, сервісна діяльність охоплює не тільки сферу споживчих потреб індивідуального характеру та соціаль-

ного спрямування, а й сферу обслуговування технічних засобів промислового характеру (підтримання їх у належному експлуатаційному стані), сферу надання консалтингових високопрофесійних послуг, які стосуються ведення економічної діяльності, посередницькі, сферу освіти та охорони здоров'я, усунення забруднення навколишнього середовища, операційного лізингу, та багато ін. Такого роду сервіс безпосередньо впливає на економічні процеси, підвищуючи конкурентні можливості суб'єктів господарювання, яким надаються відповідні послуги. Для оцінки таких можливостей виокремили функціонал різних груп сервісних підприємств у структурі національної економіки та означили роль сервісної інфраструктури у розвитку інноваційного та ринкового потенціалу виробничих підприємств на одній технологічній платформі. Проектування відповідних організаційно-економічних механізмів для розбудови такої інфраструктури в регіоні може стати предметом наступних досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Лісун Я. В. Стратегічний потенціал сервісних підприємств: особливості формування в Україні та СНД. *Ефективна економіка. Електронне видання*. 2011. № 3. URL: <https://economy.nauka.com/ua/?op=1&z=486>
2. Mochimaru M., Ueda K., Takenaka, T. (Eds.) (2014) *Serviceology for Services*. Japan: Springer. 368 p.
3. Maliuk L. P., Varypaiev O. M., Deinychenko L. G. *Serviceology as an innovative science in hospitality and tourism*. 3rd International conference on hospitality and tourism management, 2015. 05th-06th November. Colombo, Sri Lanka: Book of Abstracts. P. 41.
4. Стадник В., Йохна В., Красовський О. О, Наскальний С. Роль сервісних підприємств в реалізації потенціалу розвитку економіки України в умовах війни і повоєнного відновлення. *Економічний часопис Волинського національн. університету ім. Лесі Українки*. 2022. № 4. С. 103–115. DOI: <https://doi.org/10/29038/2786-4618-2022-04-103-115>
5. Косіченко І. І. Генеза сервісної економіки: головний тренд постіндустріального суспільства. *Причорноморські економічні студії*. 2019. № 48. С. 29–35. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.48-5>
6. Шапошник А. До питання про визначення послуг в інноваційній сфері. *Підприємництво, господарство і право*. 2018. № 9. С. 64–67.
7. Ковалик О. Інфраструктура підтримки розвитку малого бізнесу у сферах економічної діяльності. Автореф. дис. к.е.н. Одеса : ОНПУ, 2021. 15 с.
8. Стадник В. В. Йохна В. М., Чуняк О. В. Напрями формування практичного інструментарію управління фінансово-економічною безпекою підприємств в стратегіях інноваційного розвитку. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. 2018. № 2. С. 66–73.
9. Jackson R. W. Rogerson P., Plane D., Huallachain O. B. A Causative Matrix Approach to Interpreting Structural Change. *Economic Systems Research*, 1990. № 2(3). P. 259–269.
10. Національний банк України. Щомісячні опитування підприємств України. URL: <https://bank.gov.ua>
11. Індекс настроїв малого бізнесу за 2022 рік. Офіс з розвитку підприємництва та експорту. URL: <https://eba.com.ua/wp-content/uploads/2023/02/Prezentatsia/ya-MSB-indeksu-2023.pdf>
12. Державний комітет статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
13. Дохід від ІТ-сектору падає, проте все ще більший за період до великого вторгнення. URL: [Opendatobot. ua/analytics/itexport-dynamics-2023-1](https://opendatobot.ua/analytics/itexport-dynamics-2023-1)
14. Українська «beleven» купила шведську ІТ-компанію Agena Tech. URL: <https://newssky.com.ua>
15. Подолання наслідків воєнних дій в Україні. URL: https://efarm.pro/demining_ukraine

16. Яроцький О. В., Стадник В. В. Можливості процесного підходу в управлінні ефективністю функціонування виробничого підприємства. *Вісник Хмельницького націон. ун-ту. Економічні науки*. 2010. № 1. Т. 1. С. 47–52.
17. Chan Kim W., Mauborgne R. Value Innovation: The Strategic Logic of High Growth. URL: <http://www.csom.umn.edu/assets/2435.pdf>
18. Стадник В. В., Мельничук О. П., Йохна В.М. Маркетинг-менеджмент інноваційного розвитку підприємства : монографія. Хмельницький : ПП Гонта А.С., 2013. 206 с.
19. Ціннісна інновація. URL: <http://www.strategy.com.ua/Articles/Content?Id=368>
20. Arrow K. J. Social Choice and Individual Values (1951). Third edition. New York: Yale University Press. 2012.
21. Stadnyk V. Izhevskiy P., Zamazii O., Goncharuk A., Melnichuk O. Factors of enterprises' strategic selection of participation forms in integration formations. *Problems and Perspectives in Management*. 2018. Vol. 16. Iss. 2. P. 90–101. DOI: [https://doi.org/10.21511/ppm.16\(2\)](https://doi.org/10.21511/ppm.16(2))
22. Stadnyk V., Krasovska G., Pchelianska G., Holovchuk Yu., Determinants of «green entrepreneurship» competitive strategies implementation in the agro-industrial sector of Ukraine. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. 628 (1). 012032 2021. DOI: <https://doi.org/10.1088/1755-1315/628/1/012032>
23. Norgaard R. Coevolutionary development potential. *Land Economics*. 1984. Vol. 60. P. 160–173.
24. Поченчук Г. М. Коеволюція розвитку: економіка, фінанси, інститути. *Економічний аналіз*. 2017. Том 27. № 4. С. 20–28.
25. Прохорова В. В., Мушникова С. А. Коеволюційна основа управління економічною безпекою підприємств. *Бізнес Інформ*. 2020. № 12. С. 440–445.

REFERENCES:

1. Lisun Ya. V. (2011). Stratehyni potentsial servisnykh pidpriemstv: osoblyvosti formuvannya v Ukraini ta SND [Strategic potential of service enterprises: peculiarities of formation in Ukraine and the CIS]. *Efektivna ekonomika*. No. 3. Available at: <https://economy.nauka.com/ua/?op=1&z=486>
2. Mochimaru M., Ueda K., Takenaka, T. (Eds.) (2014). Serviceology for Services. Japan: Springer. 368 p.
3. Maliuk L. P., Varypaiev O. M., Deinychenko L. G. (2015). Serviceology as an innovative science in hospitality and tourism / 3rd International conference on hospitality and tourism management. 05th-06th November. Colombo, Sri Lanka: Book of Abstracts. P. 41.
4. Stadnyk V., Yohna V., Krasovskyi O.O, Naskalnyi S. (2022) Rol servisnykh pidpriemstv v realizatsii potentsialu rozvytku ekonomiky Ukrainy v umovakh viiny i povoiennoho vidnovlennia [The role of service enterprises in realizing the development potential of Ukraine's economy in the conditions of war and post-war recovery]. *Ekonomichnyi chasopys Volynskoho natsionaln. universytetu im. Lesi Ukrainky*. № 4. P. 103–115. DOI: <https://doi.org/10/29038/2786-4618-2022-04-103-115>
5. Kosichenko I. I. (2019). Heneza servisnoi ekonomiky: holovnyi trend postindustrialnogo suspilstva [The genesis of the service economy: the main trend of the post-industrial society]. *Prychornomorski ekonomichni studii*. № 48. P. 29–35. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.48-5>
6. Shaposhnyk A. (2018). Do pytannia pro vyznachennia posluh v innovatsiinii sferi [On the issue of defining services in the innovation sphere]. *Pidpriemnytstvo, hospodarstvo i pravo*. № 9. P. 64–67.
7. Kovalyk O. (2021). Infrastruktura pidtrymky rozvytku maloho biznesu u sferakh ekonomichnoi diialnosti [The infrastructure of supporting the development of small business in the spheres of economic activity]. Avtoref. dys.. k.e.n.. Odesa: ONPU. 15 p.
8. Stadnyk V. V. Yohna V. M., Chuniak O. V. (2018). Napriamy formuvannya praktychnoho instrumentarii upravlinnia finansovo-ekonomichnoiu bezpekoiu pidpriemstv v stratehiakh innovatsiinoho rozvytku [Directions for the formation of practical tools for managing the financial and economic security of enterprises in innovative development strategies]. *Naukovyi visnyk Mukachivskoho derzhavnogo universytetu*. № 2. P. 66–73.
9. Jackson R. W. Rogerson P., Plane D., Huallachain O. B. (1990). A Causative Matrix Approach to Interpreting Structural Change. *Economic Systems Research*. No 2(3). P. 259–269.
10. Natsionalnyi bank Ukrainy. Shchomisiachni opytuvannia pidpriemstv Ukrainy [National Bank of Ukraine. Monthly surveys of enterprises of Ukraine]. Available at: <https://bank.gov.ua>
11. Indeks nastroiv maloho biznesu za 2022 rik. Ofis z rozvytku pidpriemnytstva ta eksportu [Small Business Sentiment Index for 2022. Business Development and Export Office]. Available at: <https://eba.com.ua/wp-content/uploads/2023/02/Prezentatsia/ya-MSB-indeksu-2023.pdf>
12. State Statistics Service of Ukraine (2023). Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

13. Dokhid vid IT-sektoru padaie, prote vse shche bilshyi za period do velykoho vtorhnennia [Income from the IT sector is falling, but still higher than before the big intrusion]. Available at: <https://Opendatobot.ua/analytics/itexport-dynamics-2023-1>
14. Ukrainska «beleven» kupyla shvedsku IT-kompaniiu Agena Tech [Ukrainian “beleven” bought the Swedish IT company Agena Tech]. Available at: <https://newssky.com.ua>
15. Podolannia naslidkiv voiennykh dii v Ukraini [Overcoming the consequences of military actions in Ukraine]. URL: https://efarm.pro/demining_ukraine
16. Yarotsky O. V., Stadnyk V. V. (2010) Mozlyvosti protsesnoho pidkhody v upravlinni efektyvnistju funkcionuvannya vyrobnychoho pidpryemstva [Possibilities of the process approach in managing the efficiency of the functioning of the production enterprise]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, № 1, vol. 1, pp. 47–52.
17. Chan Kim W., Mauborgne R. Value Innovation: The Strategic Logic of High Growth. Available at: <http://www.csom.umn.edu/assets/2435.pdf>
18. Stadnyk V. V., Melnychuk O. P., Yokhna V. M. (2013). Marketyng-menedzment innovatsiinoho rozvutku pidpryemstva [Marketing management of innovative enterprise development]. Khmelnytskyi: PP Honta A. S.
19. Tsinnisna innovatsija [Valuable innovation]. Available at: <http://www.strategy.com.ua/Articles/Content?Id=368>
20. Arrow K.J. (1951; 2012) Social Choice and Individual Values (1951). Third edition. New York: Yale University Press.
21. Stadnyk V. Izhevskiy P., Zamazii O., Goncharuk A., Melnichuk O. Factors of enterprises' strategic selection of participation forms in integration formations. *Problems and Perspectives in Management*. 2018. Vol. 16. Iss. 2. P. 90–101. DOI: [https://doi.org/10.21511/ppm.16\(2\)](https://doi.org/10.21511/ppm.16(2))
22. Stadnyk V., Krasovska G., Pchelianska G., Holovchuk Yu., Determinants of «green entrepreneurship» competitive strategies implementation in the agro-industrial sector of Ukraine. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. 628 (1). 012032 2021. DOI: <https://doi.org/10.1088/1755-1315/628/1/012032>
23. Norgaard, R. (1984). Coevolutionary development potential. *Land Economics*. Vol. 60. P. 160–173.
24. Pochenchuk, H. M. (2017). Koevoliutsiia rozvytku: ekonomika, finansy, instytuty [Coevolution of development: economy, finances, institutions]. *Ekonomichnyi analiz*. T. 27. № 4. P. 20–28.
25. Prokhorova V. V., Mushnykova C. A. (2020). Koevoljutsiina osnova upravlinnja ekonomichnoju bezpekoju pidpryemstv [Co-evolutionary basis of management of economic security of enterprises]. *Biznes Inform*. № 12. P. 440–445.