

**О.І. МАСЛАК, Н.Є. ГРИШКО, С.С. ЗАЙЦЕВ, А.О. КОЛІСНИК, Ю.М. ПАНЧЕЛІНА**  
**БІЗНЕС-ДІАГНОСТИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО**  
**ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ**

У статті досліджуються актуальні питання необхідності бізнес-діагностики конкурентоспроможності інноваційного підприємництва. Наголошується на тому, що причинами посилення інтересу до інноваційних бізнес-моделей стало не лише пришвидшення темпу життя та скорочення життєвого циклу продукту, а й посилення міжгалузевої конкуренції, в умовах якої виникла потреба у зміщенні акцентів з обслуговування клієнтів на продукт/послугу. Стверджується, що у кожній з галузей з часом формується одна чи декілька домінуючих бізнес-моделей, які являють собою добре оптимізовані способи розподілу та організації ресурсів. Зазначено, що загальноприйнятим є підхід, коли найбільш ефективними визнаються моделі, які створюють передумови для підвищення лояльності компаній або сприяють бар'єрам для входу конкурентів. Разом з тим, якщо домінуюча бізнес-модель витісняє інша, що за основу бере новітню технологію, то, відповідно, трансформується уся галузь. У ході дослідження було розкрито поняття бережливого стартапу і мінімально життєздатного продукту та здійснена порівняльна характеристика традиційного та бережливого стартапів. Акцентовано увагу на поетапній процедурі перегляду бізнес-моделі інноваційного підприємництва. Зазначається, що останнім часом набув популярності аджайл-підхід до бізнес-моделей, коли, на відміну від традиційних підходів, ключовим стає пошук найбільш ефективних способів та методів ведення діяльності шляхом перевірки гіпотез на помилковість. Доведено, що для того, аби змінити існуючу бізнес-модель варто визначити специфіку галузі, після чого проаналізувати вплив технологій та існуючих потреб ринку, аби сформулювати аспекти інноваційності, які потребуватимуть втілення.

**Ключові слова:** бізнес-діагностика; інформаційні технології в бізнесі; конкурентоспроможність; інновації; діджиталізація

**O.I. MASLAK, N. YE. GRISHKO, S.S. ZAYTSEV, A.O. KOLYSNIK, YU. M. PANCHELINA**  
**BUSINESS DIAGNOSIS OF THE COMPETITIVENESS OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP IN**  
**THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION**

The article deals with current issues of the need for business diagnostics of the competitiveness of innovative entrepreneurship customer service for a product/service. It was argued that in each of the industries, over time, one or more dominant business models are formed, which are well-optimized ways of allocating and organizing resources. It was also noted that the generally accepted approach is when the most effective models are those that create prerequisites for increasing the loyalty of companies or contribute to barriers to entry of competitors. At the same time, if the dominant business model is replaced by another one based on the latest technology, then the entire industry will be transformed accordingly. In the course of the study, the concept of a lean start-up and a minimum viable product were revealed as well as a comparative description of traditional and lean start-ups was given. The attention was focused on the step-by-step procedure for revising the business model of innovative entrepreneurship. It was noted that recently the agile approach to business models has gained popularity, when, unlike traditional approaches, the key is to find the most effective ways and methods of doing business by testing hypotheses for fallacy. It has been proven that in order to change the existing business model, it is necessary to determine the specifics of the industry and then analyze the impact of technologies and existing market needs in order to formulate aspects of innovation that need to be implemented.

**Keywords:** business diagnostics; information technologies in business; competitiveness; innovations; digitalization

**Постановка проблеми.** Світова економіка, розвиваючись, постійно набуває нових форм, і ефективно використання інновацій та нових ефективних бізнес-моделей, які перетворюються у вирішальний фактор соціально-економічного розвитку, відіграють провідну роль у розвитку і забезпеченню конкурентоспроможності інноваційного підприємництва в умовах діджиталізації. У сучасних умовах глобалізації економічних відносин виникає потреба підвищення рівня інноваційного розвитку з боку підприємств. На сьогодні, інноваційна активність суб'єктів господарювання є однією з основних умов формування конкурентоздатної перспективи його розвитку. Разом з тим, причинами посилення інтересу до інноваційних бізнес-моделей стало не лише пришвидшення темпу життя та скорочення життєвого циклу продукту, а й посилення міжгалузевої конкуренції, в умовах якої виникла потреба у зміщенні акцентів з обслуговування клієнтів на продукт/послугу.

**Актуальність дослідження** полягає у тому, що значні конкурентні переваги мають ті підприємства, які не лише користуються наявними надбаннями науково-технічної революції, але й

прагнуть створювати власний інноваційний продукт на основі ефективної бізнес-моделі, використовуючи усі наявні переваги цифровізації.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Аналіз накопичених наукових праць та розвідок з даної тематики засвідчив, що відсутній остаточно визначений та закріплений підхід до бізнес-діагностики конкурентоспроможності інноваційного підприємництва в умовах діджиталізації.

Дослідження, присвячені питанням імплементації ефективних бізнес-моделей та підвищення їх конкурентоспроможності належать Г. Бауману [1], К. Боніна [2], А. Наторіної [3], Н. Крауса [4], Г. Ткачука [5], А. Касич [6] та ін. Водночас недостатньо дослідженим залишається питання діагностики бізнес-моделей та імплементації стратегій підвищення конкурентоспроможності в умовах діджиталізації.

**Мета статті** полягає у дослідженні сучасного стану бізнес-діагностики конкурентоспроможності інноваційного підприємництва із врахуванням сучасних трендів цифровізації

**Основні результати дослідження.** У кожній з галузей з часом формується одна чи декілька

домінуючих бізнес-моделей, які являють собою добре оптимізовані способи розподілу та організації ресурсів. Разом з тим, якщо домінуючу бізнес-модель витісняє інша, що за основу бере новітню технологію, то, відповідно, трансформується уся галузь.

Так, наприклад, якщо раніше вважалося, що вихід на авіаринок є дороговартісним і наявна неабияка конкуренція у сфері авіаперевезень, то нині понад половину ринкової вартості усіх авіаперевізників складають лоукостери.

Загалом, в глобальній авіаіндустрії не існує монополії, тим паче, коли можливість підвищувати ціни на квитки обмежена. Таким чином, загальноприйнятим є підхід, коли найбільш ефективними визнаються моделі, які створюють передумови для підвищення лояльності компаній або сприяють бар'ерам для входу конкурентів.

Створення хеджованого портфелю як стратегічний хід також дозволяє отримати вигоди без глобальних змін. Так, наприклад, чилійська авіакомпанія LAN Airlines для авіаперевезень використовує виключно широкофюзеляжні літаки, за допомогою яких перевозити можна не лише пасажирів, а і вантаж.

Це дозволяє уникати тривалих годин простою, мінімізуючи таким чином ризики недостатньої завантаженості авіаліній. Показовим є і той факт, що LAN Airlines вдалося використати одразу три бізнес-моделі, не лише поєднати грузові та пасажирські перевезення, а й використати роль лоукостера на внутрішніх рейсах. Отже, можемо зробити висновок, що бізнес-моделі цілком доповнюють одна одну, а не замінюють.

Ще однією успішною стратегією, яка вперше була апробована авіакомпанією, виявилася відстрочка прийняття рішення. American Airlines за допомогою систем комп'ютерного резервування у 1980-х роках змогла швидко змінювати ціни, залежно від економічних та інших умов.

Пізніше цю стратегію адаптувала компанія Uber, запровадивши «пікові тарифи» у моменти максимальної завантаженості.

Згодом виявилось, що ключовими перевагами наведених вище підходів слугує можливість регулювання пропускнуої спроможності та штатного розкладу у режимі реального часу. Зокрема, це стало у нагоді традиційним кол-центрам та сприяло розвитку аутсорсингових послуг у цьому секторі.

Ще одним підходом, що здобуває популярність у підприємців нової хвилі в умовах Індустрії 4.0 виступає концепція бережливого стартапу, згідно

якого втратила актуальність необхідність детальних бізнес-планів.

Бережливий стартап (англ. Lean Startup, LS) означає створення, розробку і подальше просування продуктів чи послуг без необхідності залучення значного первинного фінансування або витратних пробних запусків продукції.

Крім того, даний підхід передбачає, що перш за все починають з пошуку моделі, а не бізнес-плану, шляхом коротких експериментальних раундів тестування різних моделей, відслідковуючи зворотній зв'язок. Відповідно, застосування бережливого підходу є можливим за умови дроблення стратегічних рішень. Основні відмінності між традиційним та бережливим стартапами подано у табл.1.

Таблиця 1 – Порівняльна характеристика традиційного та бережливого стартапів

Фактор	Традиційний стартап	Бережливий стартап
Стратегія	За основу беруть реалізацію бізнес-плану	В основі лежать гіпотези для перевірки бізнес-моделі
Розробка продукту / послуги	Переважно – управління ланцюжками поставок	Тестування гіпотез шляхом взаємодії зі споживачами
Швидкість реалізації	Середня	Висока
Ризики	Порівняно складно передбачити ризики	Потенційні ризики зменшуються за рахунок ітерацій
Проектування	Детальна специфікація або ітераційний підхід	Ітераційний процес на основі аджайл-підходу

Станом на сьогодні бережливі стартапи ще не стали мейнстрімом в інноваційній економіці, однак є перспективним з точки зору економії часу та ресурсів за рахунок активного впровадження і використання аджайл-розробки, коли послідовно тестуються мінімально життєздатні продукти.

При цьому аджайл-підхід поширюється і на перегляд бізнес-моделі, оскільки, на відміну від традиційних підходів, ключовим стає пошук найбільш ефективних способів та методів ведення діяльності шляхом перевірки гіпотез на помилковість (рис.1).

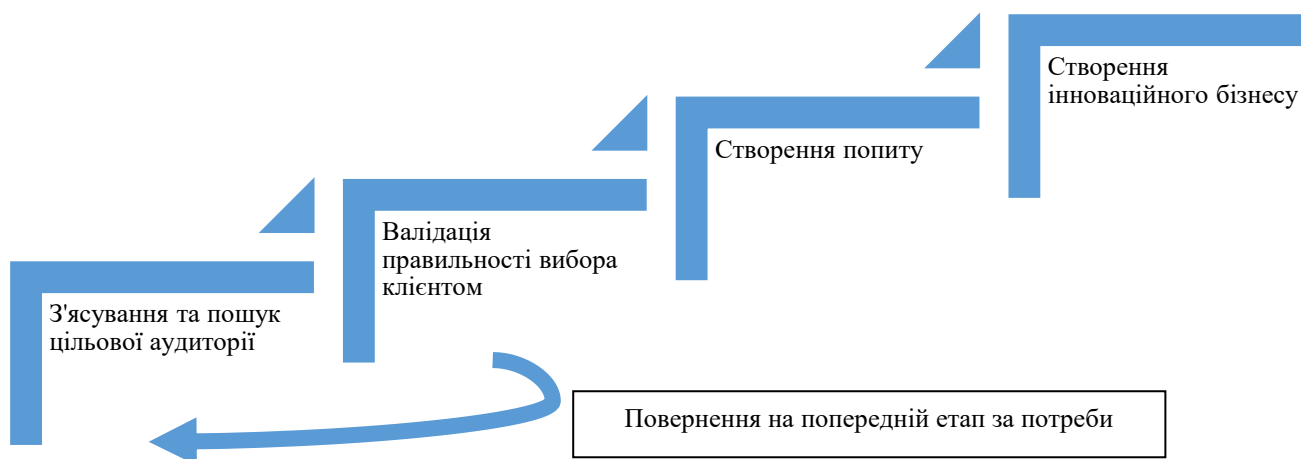


Рис. 1 - Етапи перегляду бізнес-моделі інноваційного підприємництва

На першому етапі ідеї інноваційного підприємництва ідеї компанії конвертуються у гіпотези, припущення про потреби потенційних споживачів перевіряються, після чого створюється «мінімально життєздатний продукт» (англ. Minimum Viable Product, MVP), тобто «пробну» версію продукту/послуги, у яку має бути закладено мінімальний функціонал для вирішення базової потреби, оскільки ключовим виступає здатність продемонструвати прототип, а не повноцінний продукт.

Після запуску першої мінімальної версії важливо отримати фідбеки від перших користувачів, щоб на їх основі покращити продукт/послугу.

Крім того, ідея інноваційного підприємництва на етапі тестування MVP має можливість отримувати плату, аби ці кошти пізніше реінвестувати в покращення продукту.

Загалом, процес розробки MVP має спільні риси з Agile методологією, яка виникла у сфері розробки програмного забезпечення, отримавши пізніше поширення у бізнес-середовищі. Якщо Agile передбачає покроковий підхід у вигляді ітерацій. Разом з тим, MVP, окрім тестування, дозволяє зменшити ризики та забезпечити вищу адаптивність бізнесу.

На другому етапі розпочинається перевірка інших гіпотез інноваційного підприємництва, що передбачає підтвердження споживчого інтересу на основі попередніх замовлень. У тому випадку, коли одна чи декілька гіпотез не підтверджуються, можливим є їх перегляд та зміна за рахунок повернення на попередній етап.

На третьому етапі, коли продукт/послуга є готовими до виходу на ринок, уже на базі перевірених гіпотез інноваційне підприємництво створює попит, розпочинається імплементація маркетингової стратегії та продажів, а також масштабування бізнесу.

На четвертому, фінальному, етапі інноваційне підприємництво перетворюється у формальну організацію, дієву бізнес-модель.

Про неефективність поточної бізнес-моделі можуть свідчити наступні фактори: наступні інновації менш ефективні за попередні, відтік клієнтів до конкурентів, зниження загальної ефективності діяльності.

Разом з тим, можливо виокремити ряд успішних стратегій (табл. 2)

Таким чином, спільні риси проаналізованих успішних трансформаційних моделей – це насамперед прагнення до замкненого циклу, персоналізація товарів та послуг, використання цифрових платформ для спільного використання активів, нові підходи до ціноутворення (плата за фактично використані товари/послуги), створення екосистеми, підвищення адаптивності організації підприємства.

Практичне порівняння компаній за комплексністю впровадження вищенаведених аспектів інноваційності в умовах діджиталізації подано у табл.3.

Щодо нових підходів до ціноутворення, то Uber однією з перших компаній запровадили оплату по факту та рейтингову систему оцінки тих, хто надає послуги, що, в свою чергу, також свідчить про високу персоналізацію, передбачену бізнес-моделлю.

На трансформацію бізнес-моделей впливають сучасні тренди (рис.2): машинне навчання, штучний інтелект, великі дані, а також хмарні технології та промислові розробки (3D-друк, нанотехнології).

Водночас в умовах діджиталізації важливо вчасно оцінити потенційну загрозу від безкоштовних продуктів конкурентів та дослідити чи генерують такі пропозиції дохід.

Оскільки такий маркетинговий хід часто використовують нові гравці на ринку з метою розширення бази клієнтів, то від швидкості реакції залежить розмір втрат від продажів.

Стратегію безкоштовного/продукту послуги

інтегрував лоукостер Ryanair, оскільки близько чверті за умови, що платними є їжа на борту, резервування, квитків на рейс компанія може реалізувати безоплатно право пріоритетної посадки тощо.

Таблиця 2 – Стратегії підвищення конкурентоспроможності в умовах діджиталізації

Стратегія	Суть стратегії	Приклади успішної імплементації
Пакетні пропозиції	Купівлі будуть завершеними за умови придбання суміжних товарів/послуг	Apple для iPod/iTunes
Freemium	Базові послуги надаються безкоштовно, решта – за умови додаткової плати	LinkedIn, Spotify, Rozetka, Kasta
Тайм-шер	Часткове користування товаром чи послугою на визначений період часу; повноцінне володіння – за умови сплати певної частини вартості	NetJets
Цифрові платформи	Забезпечення взаємодії між різними групами користувачів з метою створення цінності завдяки відкритій інфраструктурі	Uber, Airbnb, Amazon, Booking
Підтримка автоматизації	Використання програмного забезпечення для автоматизації процесів та зниження експлуатаційних витрат	IBM
Мінімізація ролі посередників	Безпосередня взаємодія з клієнтами товарів та користувачами послуг	Dell
Брокерське обслуговування	Поліпшення співпраці покупців та продавців за рахунок оптимізації укладання угод; передбачено плату за успішні транзакції	Orbitz
Трансфер даних у активи	Надання доступу до даних чи володіння ними за рахунок процесів управління даними та аналізу ними	Facebook, Waze
Краудсорсинг	Надання контенту в обмін на аутсорсинг рішення задач	Youtube, Wikipedia

Таблиця 3 – Порівняльна таблиця

Підприємство	Галузь	Аспекти інноваційності в умовах діджиталізації				
		Персоналізація	Спільне використання активів	Екосистема співпраці	Адаптивність	Фактичне ціноутворення
Uber	Таксі	+	+	+	+	+
Dell	Електроніка	+	-	+	+	+
Airbnb	Нерухомість	+	+	+	+	-
Coursera	Освіта	+	-	+	-	-
Alibaba	Рітейл	+	-	+	-	+
Canon	Електроніка	-	-	+	-	+
Amazon	Рітейл	+	-	+	+	+
Edx	Освіта	+	-	-	+	-
Zara	Одяг	+		+	+	

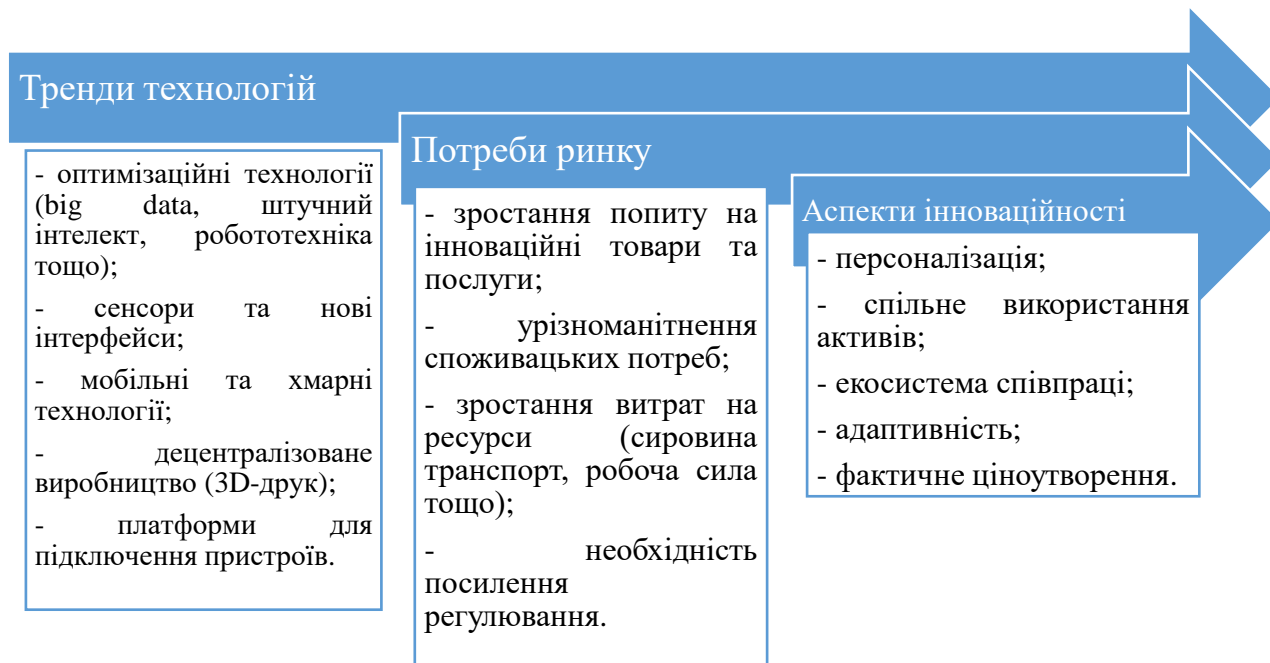


Рис. 2 - Взаємозв'язок трендів технологій, потреб ринку та аспектів інноваційності

Це дозволило авіаперевізнику лише у Європі завоювати більшу частку ринку, аніж та, що припадає на Air France. Крім того, компанії можуть час від часу безкоштовний товар чи послугу надавати пакетно з платним (так, Hewlett-Packard традиційно дарують принтери при покупці комп'ютерів).

**Висновки і пропозиції.** Отже, щоб змінити існуючу бізнес-модель варто визначити специфіку галузі, після чого проаналізувати вплив технологій та існуючих потреб ринку, аби сформулювати аспекти інноваційності, які потребуватимуть втілення.

Водночас така стратегія може піти на користь уже існуючому успішному бізнесу, оскільки це може забезпечити збільшення бази користувачів одним зі способів: 1) шляхом диференціювання безкоштовного продукту для масового користувача та преміум-версій для бізнесу; 2) перехресні продажі за умов наявності широкої лінійки продуктів, які доповнюють безкоштовний; 3) пакетні пропозиції (безкоштовна пропозиція додатково до платного товару/послуги).

Такі стратегічні ходи є вигідними для компанії з огляду на той факт, що після того як підприємством були понесені основні витрати, створення додаткового продукту мінімально впливає на загальні витрати.

#### Список літератури

1. Harry Bouwman, Shahrokh Nikou, Francisco J. Molina-Castillo, Mark de Reuver. The impact of digitalization on business models. Digital Policy, Regulation and Governance. 2018. Vol. 20. № 2. P. 105-124.
2. Bonina S., Koskinen K., Eaton B., Gawer A. Digital platforms for development: Foundations and research agenda. Information Systems Journal. 2021. URL:

- https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/isj.12326
3. Наторіна А.О. Фундамент цифрової трансформації бізнесу. Управління розвитком, 2018. № 1 (191). С. 55-60.
4. Краус Н.М., Голобородько О.П., Краус К.М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. Ефективна економіка, 2018. №1. URL: [https://www.researchgate.net/publication/335858332\\_Cifrova\\_e\\_konomika\\_trendi\\_ta\\_perspektivi\\_avangardnogo\\_harakteru\\_rozvitku](https://www.researchgate.net/publication/335858332_Cifrova_e_konomika_trendi_ta_perspektivi_avangardnogo_harakteru_rozvitku)
5. Ткачук Г.О. Цифрові трансформації: взаємозв'язок із системою економічної безпеки підприємства. Економіка харчової промисловості. 2019. Т. 11, Вип. 4. С. 42-50.
6. Kasych A., Yakovenko Y. and Tarasenko I., "Optimization of Business Processes with the use of Industrial Digitalization," 2019 IEEE International Conference on Modern Electrical and Energy Systems (MEES), 2019, pp. 522-525, doi: 10.1109/MEES.2019.8896531.
7. Tammy Alairys, Jim Little, Mazen Baroudi, Rohit Joshi. The combinatorial effect of emerging technologies. Ernst & Young, 2020. 12 p.
8. Маслак О. І., Гришко Н.Є., Глазунова О.О., Гришко Б.В. Промислові інновації: механізм управління з урахуванням стадій їх життєвого циклу. Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Економічні науки. Харків. № 5, 2020. С. 68-71.
9. Digital transformation of Ukraine: Vision 2025. Інфографічний довідник. ТОП ЛІД. 2019. 35 с.
10. Маслак О.І. Диверсифікація інноваційного розвитку промисловості в контексті перспективної інвестиційної політики / О.І. Маслак // *Інвестиції: практика та досвід. Науково-практичний журнал.* - 2010. -№4 (лютий). - С. 13-16.
11. Олейникова Ю.А. Вызовы и модели развития бизнеса в условиях прогресса. Вопросы инновационной экономики. 2019. № 4. С. 1415–1426.
12. Маслак О.І., Коломицева О.В., Гришко Н.Є., Яковенко Я.Ю. Конкурентоспроможність бізнес-моделей авіаційних підприємств: інноваційний аспект. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*, Випуск 62, 2021, с.45-54. DOI 10.24025/2306-4420.62.2021.241610
13. Розанова Н. Эволюция фирмы в условиях цифровой экономики. Мировая экономика и международные отношения. 2019. Т. 63. № 8. С. 21–28.

## References (transliterated)

1. Harry Bouwman, Shahrokh Nikou, Francisco J. Molina-Castillo, Mark de Reuver (2018). The impact of digitalization on business models. *Digital Policy, Regulation and Governance*. 2018. Vol. 20. № 2. P. 105-124.
2. Bonina C., Koskinen K., Eaton B., Gawer A. (2021). Digital platforms for development: Foundations and research agenda. *Information Systems Journal*. 2021. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/isj.12326>
3. Natorina A. O. (2018). The foundation of digital business transformation [Fundament cyfrovoyi transformaciyi biznesu]. *Upravlinnya rozvytkom*, no 1 (191), pp. 55-60.
4. Kraus N. M., Goloborodko O. P., Kraus K. M. (2018). Cyfrova ekonomika: trendy ta perspektyvy avangardnogo xarakteru rozvytku. *Efektynna ekonomika*, no1. URL: [https://www.researchgate.net/publication/335858332\\_Cifrova\\_ekonomika\\_trendi\\_ta\\_perspektivi\\_avangardnogo\\_harakteru\\_rozvytku](https://www.researchgate.net/publication/335858332_Cifrova_ekonomika_trendi_ta_perspektivi_avangardnogo_harakteru_rozvytku)
5. Tkachuk G.O. (2019). Cyfrovi transformaciyi: vzayemozv'yazok iz systemoyu ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstva (2019). *Ekonomika harchovoyi promyslovosti*, T.11, Vol. 4, 42-50.
6. Kasych A., Yakovenko Y. and Tarasenko I. (2019) "Optimization of Business Processes with the use of Industrial Digitalization," 2019 IEEE International Conference on Modern Electrical and Energy Systems (MEES), 2019, pp. 522-525, doi: 10.1109/MEES.2019.8896531.
7. Tammy Alairys, Jim Little, Mazen Baroudi, Rohit Joshi. The combinatorial effect of emerging technologies. *Ernst & Young*, 2020. 12 p.
8. Maslak O. I., Gryshko N. Ye., Hlazunova O.O., Gryshko B.V. (2020). Promyslovi innovatsii: mekhanizm upravlinnia z urakhuvanniam stadii yikh zhyttievoho tsyклу [Industrial innovations: a management mechanism based on the stages of their life cycle]. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu «KhPI»*. *Ekonomichni nauky*. Kharkiv. no 5, 2020. pp. 68-71.
9. Digital transformation of Ukraine: Vision 2025. Infographic guide. TOP LID. 2019. 35p.
10. Maslak O.I. (2010) Dyversyfikatsiia innovatsiinoho rozvytku promyslovosti v konteksti perspektyvnoi investytsiinoi polityky [Diversification of innovative industrial development in the context of long-term investment policy] *Investytsii: praktyka ta dosvid. Naukovo-praktychnyi zhurnal* [Investments: practice and experience. Scientific and practical journal]. - 2010. -Vol. 4. - pp. 13-16.
11. Oleynikova Yu.A. (2019) Vyzovy i modeli razvitiya biznesa v usloviyakh progressa [Challenges and models of business development in the context of progress.]. *Voprosy innovatsionnoy ekonomiki*. 2019. Vol. 4. pp. 1415-1426.
12. Maslak, O.I., Kolomytseva, O.V., Grishko, N.Ye., Yakovenko, Ya.Yu. (2021). Competitiveness of business models of aviation enterprises: innovative aspect. [Konkurentospromozhnist biznes-modelei aviatsiinykh pidpryyemstv: innovatsiynyi aspekt] *Zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho derzhavnogo tekhnolohichnoho universytetu. Seriya: Ekonomichni nauky*, [Collection of scientific works of Cherkasy State Technological University. Series: Economic Sciences], Issue 62, 2021, pp.45-54. DOI 10.24025 / 2306-4420.62.2021.241610
13. Rozanova N. Evolyutsiya firmy v usloviyakh tsifrovoy ekonomiki. *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnyye otnosheniya* [The evolution of the firm in the digital economy. World economy and international relations]. 2019. V. 63. No. 8, pp. 21-28.

Надійшло (received) 01.11.2022

## Відомості про автора / About the Author

**Маслак Ольга Іванівна (Maslak Olga Ivanivna)** – доктор економічних наук, професор, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, професор кафедри економіки; м. Кременчук, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6793-4367>; e-mail: oimaslak2017@gmail.com

**Гришко Наталія Євгенівна (Grishko Natalya Yevheniyivna)** – кандидат економічних наук, доцент, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, доцент кафедри економіки; м. Кременчук, Україна; ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-1644-3861>; e-mail: [2nata.grishko@gmail.com](mailto:2nata.grishko@gmail.com)

**Зайцев Сергій Сергійович (Zaytsev Serhiy Serhiyovych)** – аспірант кафедри економіки, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського; м. Кременчук, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8494-533X>; e-mail: serhiy\_zaytsev@ukr.net

**Колісник Анастасія Олександрівна (Kolisnyk Anastasiya Oleksandrivna)** – здобувач ОС бакалавр, ОПІ Економіка, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, кафедра економіки; м. Кременчук, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0025-4524>; e-mail: nastenakolesnik2000@gmail.com

**Панчеліна Юлія Миколаївна (Panchelina Yuliya Mykolayivna)** – здобувач ОС магістр, ОПІ Економіка, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, кафедра економіки; м. Кременчук, Україна; ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8571-1714>; e-mail: ekon@kdu.edu.ua