

Важливою умовою впровадження сталого розвитку є також інноваційна діяльність підприємств. Дослідження українських науковців показують, що інноваційні стратегії, зокрема розвиток науки, дослідницьких робіт та технологій, модернізація обладнання, підтримка співпраці із ЗВО та науковими установами допомагають збільшити продуктивність та значно покращити експортні можливості машинобудівного сектору [6]. У рамках цілей сталого розвитку інновації виконують важливу роль, допомагаючи переходу до ефективного та екологічно безпечного виробництва.

Урахування цільових стратегій сталого розвитку у стратегічному управлінні підприємствами створює основу для появи нової парадигми розвитку машинобудування, яка спрямована на довгострокове зростання економіки, екологічну відповідальність та соціальне благополуччя працівників. Інтеграція цілей сталого розвитку забезпечує зростання стійкості виробництва, зменшення ризиків та збільшення доданої вартості. Отже, сталий розвиток є не лише засобом адаптації до глобальних змін, але й засобом модернізації та підсилення потенціалу українських підприємств машинобудування.

Література:

1. United Nations. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. New York: UN, 2015. URL: <https://sdgs.un.org/2030agenda>
2. Єпіфанова І.М. Вплив використання сучасних технологій на ефективність діяльності машинобудівних підприємств країни. *Економіка та суспільство*. 2025. № 72. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-7>
3. OECD. Towards Green Growth?: Tracking Progress, OECD Green Growth Studies. OECD Publishing. Paris. 2015. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264234437-en>.
4. Степанова О.В., Обиденнова Т.С., Степанова Н.С. Визначення системи цілей та оцінка рівня сталого розвитку промислових підприємств. *Бізнес Інформ*. 2024. Вип. 2. С. 166–175. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-2-166-175>
5. Carroll A. B. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*. 1999. Vol. 38(3). P. 268–295. <https://doi.org/10.1177/000765039903800303>
6. Дем'яненко Т.І. Сталий розвиток вітчизняних підприємств в сучасних економічних умовах. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління*. 2020. Т. 31(70), № 2(1). С. 185–188. <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-2-30>

Котлубай В.О.

кандидат економічних наук, доцент
Національний університет «Одеська юридична академія»
м. Одеса, Україна

СТАЛИЙ ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК КОМПАНІЙ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Сталий інноваційний розвиток сучасних компаній дедалі менше зводиться до вузького поняття «технологічного оновлення» і дедалі більше описується як комплексна, довгострокова здатність організації підтримувати рівень конкурентоспроможності, відновлюваність і соціально-екологічну відповідальність у динамічному середовищі [1; 3]. Для України це питання набуває стратегічного характеру. Економіка функціонує в умовах воєнних ризиків, руйнування інфраструктури, перерваних ланцюгів постачання, релокації виробничих потужностей та вимушеної адаптації бізнесу до зовнішніх ринків. У таких обставинах стійкість бізнесу неможливо забезпечити через інерційні управлінські моделі минулого. Потрібна здатність перебудовуватися структурно, розробляти і впроваджувати інновації швидко, гнучко й системно. Саме тут цифрова трансформація перестає бути «опцією» і перетворюється на базовий механізм життєздатності компанії [2; 5].

Сталий розвиток у сучасній компанії означає не «зберігати поточний стан», а «гарантувати, що компанія буде життєздатною завтра», у тому числі в моральному, репутаційному, екологічному та інституційному вимірах [3]. Тобто сталість потребує інноваційності. З іншого боку, інноваційність без керованості, без відповідального використання ресурсів, без цифрової дисципліни даних, без прозорості процесів стає хаотичною й руйнівною. Отже, інноваційність потребує керованої сталості. Цифрова трансформація виступає тим «з'єднувальним шаром», який дозволяє ці два вектори збалансувати в реальних управлінських рішеннях [1; 4].

Цифровізація створює для бізнесу нову якість контрольованої гнучкості. Компанія може не тільки адаптуватись до шоку, але й пояснити (собі, партнерам, регуляторам), якою ціною і яким чином ця адаптація була здійснена. Саме пояснюваність і підзвітність – ключовий критерій сталого розвитку в європейських практиках після 2020 року. В українських умовах це додатково накладається на вимоги міжнародних донорів та інвесторів, які прямо очікують від бізнесу прозорості даних, екологічної відповідальності та здатності працювати за європейськими стандартами звітності. Цифрові рішення роблять цю прозорість можливою технічно й керованою організаційно [2; 5].

Українські дослідження підкреслюють принципово важливий момент: цифрова трансформація не зводиться до автоматизації обліку чи до впровадження аналітичних панелей. Вона передбачає зміну логіки розроблення та реалізації стратегії компанії загалом [1; 4]. По-перше, цифровізація вбудовується в стратегічне планування. Тобто це означає, що довгострокові цілі розвитку бізнесу сьогодні формулюються з урахуванням цифрових можливостей і загроз: швидкість оновлення продукту, ступінь залежності від даних, кіберстійкість, відтворюваність бізнес-процесів у разі релокації, вимоги до захисту інтелектуальної власності в цифровому середовищі [1].

По-друге, цифрова трансформація змінює структуру бізнес-процесів. Вона переводить управління з «ручного режиму» на модель процесів, які документуються, оптимізуються та відстежуються в реальному часі. Такий підхід дає змогу не лише підвищувати ефективність, але й закладати в бізнес-процес елементи стійкості: дублювання критичних функцій, резервні сценарії постачання, прозорий облік ресурсів, контроль витрат і відходів [1; 3].

По-третє, цифрова трансформація змінює саму роль персоналу і модель управління людьми. Вона вимагає залучення працівників як учасників інноваційних змін, а не лише виконавців завдань. Сучасні компанії, що претендують на стійкий розвиток, переходять від вертикальної моделі «керівник – підлеглий» до моделі розподіленого лідерства і внутрішнього підприємництва, де співробітник має право пропонувати зміни, працювати через цифрові інструменти на рівні міжфункціональних команд і нести відповідальність за результат, а не за формальне виконання інструкції [4; 5]. Наведене безпосередньо пов'язано зі спроможністю компанії відновлюватися в умовах зовнішнього тиску.

Дані останніх аналітичних оглядів щодо цифрової трансформації бізнесу в Україні показують, що компанії, особливо малі та середні, втягуються в цифровізацію вимушено, а не стратегічно [2; 5]. Поштовхом стають не амбітні плани модернізації, а необхідність вижити: відновити операції після обстрілів, зберегти доступ до клієнтів, перевести частину процесів у безпечніші регіони або взагалі за кордон. Наведене означає, що цифровізація часто починається не з довгострокової візії, а з «латання дірок», а потім вже поглиблюється. Така логіка створює низку ризиків: цифрова інфраструктура виростає хаотично, без стандартів сумісності; знання концентруються в окремих ключових працівників і не стають надбанням організації; управлінці не встигають адаптувати внутрішні політики до нових цифрових практик (від захисту даних до внутрішньої аналітики ефективності) [2; 5].

Другий критичний виклик – фінансово-інституційний. Відповідальне, сталоспрямоване впровадження цифрових технологій потребує не просто закупівлі програмного продукту, а інвестицій у перебудову бізнес-моделі, структури витрат, логістики, взаємодії з ринком. Для бізнесу це часто є не підйомним одноразовим бар'єром. Без зовнішньої підтримки – державних інструментів, грантових програм, механізмів міжнародної технічної допомоги, бізнес-інкубаторів, локальних кластерів компетенцій –

дрібний і середній бізнес не має достатніх можливостей перейти від «цифрового виживання» до «стійкої цифрової зрілості» [2; 5].

Для післявоєнного відновлення України стратегічно важливим є те, що цифрова трансформація бізнесу стане не приватною справою окремих компаній, а чинником економічної відбудови і просторової стійкості регіонів. Цифрово зрілі компанії швидше повертаються до операційної діяльності після шоків, легше інтегруються у міжнародні ланцюги постачання, краще відповідають регуляторним вимогам ЄС, а отже здатні генерувати валютну виручку, робочі місця і податкові надходження [2; 5]. У цьому сенсі сталий інноваційний розвиток вже не є «внутрішньою характеристикою фірми» – він стає елементом національної економічної безпеки.

Отже, цифрова трансформація сьогодні є не просто технологічним трендом. Вона – ядро сталого інноваційного розвитку українських компаній, інструмент відновлення економіки та канал інтеграції України у постіндустріальні, високотехнологічні ланцюги створення вартості. Саме ті організації, які вже зараз розглядають цифрову трансформацію як етичну, управлінську і стратегічну норму, – а не як тимчасовий проєкт, – визначатимуть структуру економіки відбудови.

Література:

1. Горбаньова В., Райчева Л. Цифрова трансформація бізнес-процесів як основна складова формування стратегії розвитку підприємств. *Економічний вісник НТУУ "Київський політехнічний інститут"*. 2024. №30. С. 71-76.
2. OECD. Enhancing Resilience by Boosting Digital Business Transformation in Ukraine. Paris: OECD Publishing, 2024. 118 p. URL: <https://www.oecd.org/uk/publications/5d9e86a7-uk/full-report.html>
3. Коломоєць Є. Цифрова трансформація бізнесу як основа сталого розвитку компанії. *Сталий розвиток економіки*. 2024. №4(51). С. 72-80.
4. Лазаренко М. Цифрова трансформація як імператив стратегічного розвитку організації. Менеджмент організацій та управління проєктами. *Економічний простір*. 2025. № 200. С. 64-69. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.200.64-69>
5. Ushcheka, Y., & Filippov, V. Transformation of institutional and digital tools for sustainable small business management during economic recovery in ukraine. *European Science*, 2025. 5(sge41-05), 1–107. <https://doi.org/10.30890/2709-2313.2025-41-05>.

Кофман В.Ю.,

Одеській національний економічний університет,
м. Одеса, Україна

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В СТРАТЕГІЇ БРЕНДІНГУ

Впровадження штучного інтелекту трансформує ключові напрями стратегії брендингу, переходячи від автоматизації рутинних завдань до створення систем, що здатні до навчання та прогнозування. Систематичний огляд емпіричних робіт за 2019–2025 роки дозволяє виділити шість основних доменів застосування ШІ та оцінити їх доказовий вплив на бізнес-метрики.

1. *NLP-слухання та позиціонування*. Моделі обробки природної мови (Natural Language Processing, NLP), зокрема тематичне моделювання та аналіз настрою, використовуються для аналізу великих масивів згенерованого користувачами контенту (UGC). Це дозволяє брендам емпірично картувати своє семантичне позиціонування відносно конкурентів, виявляти нові потреби споживачів та вимірювати реакцію на маркетингові кампанії. Дослідження показують, що динаміка тем та настрою в соціальних мережах