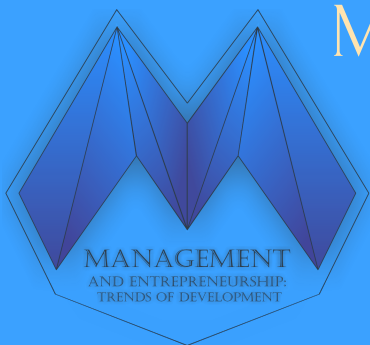




МЕНЕДЖМЕНТ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО: ТРЕНДИ РОЗВИТКУ

Електронне наукове фахове видання

MANAGEMENT AND ENTREPRENEURSHIP: TRENDS OF DEVELOPMENT

ELECTRONIC SCIENTIFIC EDITION

eISSN: 2522-1566

www.management-journal.org.ua

JOIN THE DISCUSSION!

**VOL. 4 ISSUE 22
ВИПУСК 4 (22)**

DECEMBER 2022 / ГРУДЕНЬ 2022



Міністерство освіти і науки України
Запорізький національний університет

**МЕНЕДЖМЕНТ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО:
ТРЕНДИ РОЗВИТКУ**

*ЕЛЕКТРОННЕ НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ
КАТЕГОРІЇ «Б»
ВИПУСК 4 (22) 2022*

Запоріжжя
2022

Ministry of Education and Science of Ukraine
ZAPORIZHZHIA NATIONAL UNIVERSITY

**MANAGEMENT AND ENTREPRENEURSHIP:
TRENDS OF DEVELOPMENT**

ELECTRONIC SCIENTIFIC JOURNAL

ISSUE 4 (22) 2022

Zaporizhzhia
2022

ГОЛОВНИЙ РЕДАКТОР:

Бухаріна Людмила Михайлівна – доктор економічних наук, професор, Запорізький національний університет, Україна [ORCID ID 0000-0002-7173-6619](#)

ЗАСТУПНИК ГОЛОВНОГО РЕДАКТОРА:

Онищенко Оксана Анатоліївна – кандидат наук з державного управління, доцент, доцент кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики, Запорізький національний університет, Україна [ORCID ID 0000-0002-3009-3856](#)

ВІДПОВІДАЛЬНИЙ РЕДАКТОР:

Полусмяк Юлія Ігорівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики, Запорізький національний університет, Україна [ORCID ID: 0000-0002-7521-6418](#)

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

George Geoffrey Booth - Distinguished Research Professor, The Citadel, The Military College of South Carolina; Em Frederick S. Addy Distinguished Chair in Finance, Michigan State University, Michigan, United States [SCOPUS ID 7102794788](#)

Vitor Braga - PhD, Polytechnic Institute of Porto, Portugal [SCOPUS ID 44961091400](#)

Dinh Tran Ngoc Huy – MBA, International University of Japan (Graduate School of International Management), Niigata, Japan [SCOPUS ID 56027482200](#)

Ouail El Imrani - PhD in Economics, Management and Sustainable Development; Research Professor, Abdelmalek Essaadi University, Tétouan, Morocco [ORCID ID 0000-0003-3285-3051](#)

Atanas Dimitrov Georgiev – Ph.D. in Economics, Associate Professor, Sofia University “St. Kliment Ohridski”, Sofia, Bulgaria [ORCID ID 0000-0003-1866-4131](#)

Maya Rumenova Lambovska - Prof., D.Sc. Management, University of National & World Economics, Sofia, Bulgaria [Web of Science Researcher ID 1-7986-2016](#); [ORCID ID 0000-0003-3285-3051](#)

Sebastien Menard – Doctor of Economic Sciences, Assistant Professor, University Du Maine, Le Mans, France [SCOPUS ID 15049925500](#)

Przemysław Niewiadomski – Ph.D., Professor, University of Zielona Góra, Poland [SCOPUS ID 57208628422](#)

Jan Polcyn – Doctor of Economic Sciences, Professor, Vice-rector for science, development and international cooperation, Stanislaw Staszic University of Applied Sciences in Pila, Poland [SCOPUS ID 57191345271](#)

Mufutau Akanmu Popoola – Ph.D. in Business Administration, Department of Business Administration, National Open University of Nigeria, Lagos, Nigeria [ORCID ID 0000-0002-4529-0721](#)

Cristi Spulbar - Executive Director of the Banking and Financial Research Center, Professor, Habilitated Doctor, University of Craiova, Romania [SCOPUS ID 36710656800](#)

Andreas Urbich – Founder and Managing Director of the Municipal Educational Institution (Kommunales Bildungswerk e.V.), Berlin, Federal Republic of Germany

Антонюк Дмитро Анатолійович – доктор економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики, Запорізький національний університет, Україна [ORCID ID 0000-0003-2910-0497](#)

Сагайдак Михайло Петрович – доктор економічних наук, професор, в.о. завідувача кафедри менеджменту, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», Україна [ORCID ID 0000-0001-6526-1170](#)

Шавкун Ірина Григорівна – доктор філософських наук, професор, декан факультету менеджменту, Запорізький національний університет, Україна [ORCID ID 0000-0003-2227-9754](#)

Гончаренко Наталія Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри екологічного менеджменту та підприємництва, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна [ORCID ID 0000-0003-3318-1277](#)

Хацер Максим Володимирович – кандидат економічних наук, професор, доцент кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики, Запорізький національний університет, Україна [ORCID ID 0000-0003-0080-3578](#)

Чуріканова Олена Юріївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та економічної кібернетики, Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», Україна [ORCID ID 0000-0001-5703-2271](#)

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Антонюк Катерина Іванівна – доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин, Національний університет "Запорізька політехніка", Україна [ORCID ID 0000-0001-8568-5085](#)

Артюх Тетяна Миколаївна – доктор технічних наук, професор, професор кафедри екологічного менеджменту та підприємництва Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Україна [ORCID ID 0000-0003-3541-6690](#)

Гуржій Наталія Миколаївна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики, Запорізький національний університет, Україна [ORCID ID 0000-0002-4955-9548](#)

Карпенко Андрій Володимирович – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки та митної справи, Національний університет "Запорізька політехніка", Україна [ORCID ID 0000-0002-5717-4349](#)

Матвейчук Людмила Олександрівна – доктор наук з державного управління, кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Кам'янець-Подільський національний університет ім. Івана Огієнка, Україна [ORCID ID 0000-0002-2989-6002](#)

Метеленко Наталя Георгіївна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Інженерний інститут Запорізького національного університету, Україна [ORCID ID 0000-0002-6757-3124](#)

Пуліна Тетяна Веніамінівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту, Національний університет "Запорізька політехніка", Україна

Шмиголь Надія Миколаївна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри обліку та оподаткування, Запорізький національний університет, Україна [ORCID ID 0000-0001-5932-6580](#)

Дибчинська Яна Станіславівна – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри ділової комунікації, Запорізький національний університет, Україна [ORCID ID 0000-0002-0992-7326](#)

Волкова Валерія Володимирівна – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри ділової комунікації, Запорізький національний університет, Україна [ORCID ID 0000-0001-5802-7095](#)

Хацер Ганна Олексіївна – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри теорії та практики перекладу з англійської мови, Запорізький національний університет, Україна [ORCID ID 0000-0003-0601-5572](#)

Шишкін Віктор Олександрович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики, Запорізький національний університет, Україна [ORCID ID 0000-0001-8620-4722](#)

Павлюк Тетяна Сергіївна – кандидат економічних наук, доцент, в.о. завідувачої кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики, Запорізький національний університет, Україна <https://orcid.org/0000-0001-7480-5475>

Рекомендовано до поширення через мережу Інтернет Вченою радою ЗНУ

<https://management-journal.org.ua/>

ISSN (Online): 2522-1566

© Автори статей, 2022

© Management and Entrepreneurship: Trends of Development, 2022

EDITORIAL TEAM

EDITOR-IN-CHIEF

Liudmyla Bukharina - Doctor of Science (Economics), Professor, Zaporizhzhia National University, Ukraine [ORCID ID 0000-0002-7173-6619](#)

DEPUTY EDITOR-IN-CHIEF

Oksana Onyshchenko - PhD in Public Administration, Associate Professor, Zaporizhzhia National University, Ukraine [ORCID ID 0000-0002-3009-3856](#)

EXECUTIVE EDITOR

Yuliia Polusmiak - PhD in Economics, Associate Professor at the Department of Entrepreneurship, Management of Organizations and Logistics, Zaporizhzhia National University, Ukraine [ORCID ID: 0000-0002-7521-6418](#)

EDITORIAL BOARD

George Geoffrey Booth - Distinguished Research Professor, The Citadel, The Military College of South Carolina, Finance, Charleston, South Carolina, United States; Em Frederick S. Addy Distinguished Chair in Finance, Michigan State University, Department of Finance, East Lansing, Michigan, United States [SCOPUS ID 7102794788](#)

Vitor Braga - PhD, Polytechnic Institute of Porto, Portugal [SCOPUS ID 44961091400](#)

Dinh Tran Ngoc Huy - MBA, International University of Japan (Graduate School of International Management), Niigata, Japan [SCOPUS ID 56027482200](#)

Ouail El Imrani - PhD in Economics, Management and Sustainable Development; Research Professor, Abdelmalek Essaadi University, Tétouan, Morocco [ORCID ID 0000-0003-0080-0975](#)

Atanas Dimitrov Georgiev - Ph.D. in Economics, Associate Professor, Sofia University "St. Kliment Ohridski", Sofia, Bulgaria [ORCID ID 0000-0003-1866-4131](#)

Maya Rumenova Lambovska - Prof., D.Sc. Management, University of National & World Economics, Sofia, Bulgaria [Web of Science Researcher ID 1-7986-2016](#); [ORCID ID 0000-0003-3285-3051](#)

Sebastien Menard - Doctor of Economic Sciences, Assistant Professor, University Du Maine, Le Mans, France [SCOPUS ID 15049925500](#)

Przemysław Niewiadomski - Ph.D., Professor, University of Zielona Góra, Poland [SCOPUS ID 57208628422](#)

Jan Polcyn - Doctor of Economic Sciences, Professor, Vice-rector for science, development and international cooperation, Stanisław Staszic University of Applied Sciences in Pila, Poland [SCOPUS ID 57191345271](#)

Mufutau Akanmu Popoola - Ph.D. in Business Administration, Department of Business Administration, National Open University of Nigeria, Lagos, Nigeria [ORCID ID 0000-0002-4529-0721](#)

Cristi Spulbar - Executive Director of the Banking and Financial Research Center, Professor, Habilitated Doctor, University of Craiova, Romania [SCOPUS ID 36710656800](#)

Andreas Urbich - Founder and Managing Director of the Municipal Educational Institution (Kommunales Bildungswerk e.V.), Berlin, Federal Republic of Germany

Dmytro Antoniuk - Doctor of Science (Economics), Professor, Zaporizhzhia National University, Ukraine

[ORCID ID 0000-0003-2910-0497](#)

Mykhailo Sahaidak - Doctor of Sciences (Economics), Professor, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Ukraine [ORCID ID 0000-0001-6526-1170](#)

Iryna Shavkun - Doctor of Science (Philosophy), Professor, Zaporizhzhia National University, Ukraine

[ORCID ID 0000-0003-2227-9754](#)

Olena Churikanova - Ph.D. in Economics, Associate Professor, Dnipro University of Technology, Ukraine [ORCID ID 0000-0001-5703-2271](#)

Nataliia Goncharenko - Ph.D. in Economics, Associate Professor, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine [ORCID ID 0000-0003-3318-1277](#)

Maxim Khatser - Ph.D. in Economics, Associate Professor, Zaporizhzhia National University, Ukraine [ORCID ID 0000-0003-0080-3578](#)

REVIEWERS

Kateryna Antoniuk - Doctor of Science (Economics), Associate Professor at the Department of International Economic Relations, National University "Zaporizhzhia Polytechnic", Ukraine [ORCID ID 0000-0001-8568-5085](#)

Tetyana Artyukh - Doctor of Technical Sciences, Professor, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

[ORCID ID 0000-0003-3541-6690](#)

Natalia Hurzhii - Doctor of Science (Economics), Professor, Zaporizhzhia National University, Ukraine

[ORCID ID 0000-0002-4955-9548](#)

Andrii Karpenko - Doctor of Science (Economics), Professor, National University "Zaporizhzhia Polytechnic", Ukraine [ORCID ID 0000-0002-5717-4349](#)

Liudmyla Matveichuk - Doctor of Science (Public Administration), Ph.D. in Economics, Professor, Kam'ianets'-Podil's'kyi Ivan Ohienko National University, Ukraine [ORCID ID 0000-0002-2989-6002](#)

Natalia Metelenko - Doctor of Science (Economics), Professor, Engineering Institute of Zaporizhzhia National University, Ukraine [ORCID ID 0000-0002-6757-3124](#)

Tetiana Pulina - Doctor of Science (Economics), Professor, National University "Zaporizhzhia Polytechnic", Ukraine

[ORCID ID 0000-0002-2672-8281](#)

Nadiia Shmyhol - Doctor of Science (Economics), Professor, Zaporizhzhia National University, Ukraine [ORCID ID 0000-0001-5932-6580](#)

Yana Dybchinska - Ph.D. in Philology, Associate Professor, Zaporizhzhia National University, Ukraine [ORCID ID 0000-0002-0992-7326](#)

Valeriya Volkova - Ph.D. in Pedagogical Sciences, Associate Professor, Zaporizhzhia National University, Ukraine [ORCID ID 0000-0001-5802-7095](#)

Ganna Khatser - Ph.D. in Philology, Associate Professor at the Department of English Translation Theory and Practice, Zaporizhzhia National University, Ukraine [ORCID ID 0000-0003-0601-5572](#)

Viktor Shyshkin - Ph.D. in Economics, Associate Professor, Zaporizhzhia National University, Ukraine [ORCID ID 0000-0001-8620-4722](#)

Tetiana Pavliuk - Ph.D. in Economics, Associate Professor, Zaporizhzhia National University, Ukraine <https://orcid.org/0000-0001-7480-5475>

Recommended for electronic distribution by ZNU Academic Council

<https://management-journal.org.ua/>

ISSN (Online): 2522-1566

© Authors, 2022

© Management and Entrepreneurship: Trends of Development, 2022

ЗМІСТ

ЕКОНОМІКА

РЕШЕТОВ, С.О., ПОЛУСМЯК, Ю.І. ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ.....	8
---	---

МЕНЕДЖМЕНТ

ОЈЕЛЕҮЕ, Ү.С., САЛИСУ, Ү., МЕЈАВІ, В.О., МУКАІЛА, К.А. ОРГАНІЗАЦІЙНА ПОЛІТИКА, СТРЕС НА РОБОТІ ТА ЗАЛУЧЕННЯ ПРАЦІВНИКІВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ В НІГЕРІЇ: РОЛЬ СТІЙКОСТІ.....	17
VIVEK, R. СИСТЕМНИЙ ОГЛЯД СУЧАСНИХ МЕТОДИК ЯКІСНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....	34
YUNITA, T. БУДОВА СТРАТЕГІЧНОЇ КОМПОЗИЦІЇ: ВАЖЛИВІСТЬ МЕРЕЖЕВИХ ЗДАТНОСТЕЙ ТА ЗДАТНОСТІ НАВЧАННЯ В МСП.....	50
ГУРЖІЙ, Н.М.. ВАРТІСТЬ БРЕНДУ ТА КАПІТАЛ БРЕНДУ: СУТНІСТЬ, ВІДМІННІСТЬ ТА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК.....	60
ПЕРЕГУДА, Ю.А. ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИНИЦТВА В УКРАЇНІ В УМОВАХ РОСІЙСЬКОЇ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ.....	69
ПОЛУСМЯК, Ю.І., МАСЮК, В.О. КЛАСТЕРНО-КООПЕРАТИВНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЇ (НА ПРИКЛАДІ ХАРКІВЩИНИ).....	77
ХАЦЕР, М.В. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ВИКЛИКИ УКРАЇНИ У ВОЄННИЙ ТА ПОСТВОЄННИЙ ЧАС.....	86

CONTENTS

ECONOMICS

RESHETOV, S. & POLUSMIAK, YU. IMPACT OF DIGITAL TRANSFORMATION OF THE ECONOMY ON ECONOMIC SECURITY	8
---	---

MANAGEMENT

OJELEYE, Y.C., SALISU, U., MEJABI, B.O. AND MUKAILA, K.A. PERCEIVED ORGANIZATIONAL POLITICS, JOB STRESS AND JOB INVOLVEMENT OF PUBLIC SECTOR EMPLOYEES IN NIGERIA: THE ROLE OF RESILIENCE	17
VIVEK, R. SYSTEMATIC REVIEW OF MODERN TECHNIQUES IN QUALITATIVE RESEARCH	34
YUNITA, T. BUILDING STRATEGIC AMBIDEXTERITY: THE IMPORTANCE OF NETWORKING CAPABILITY AND LEARNING CAPABILITY IN SMES.....	50
HURZHII, N. BRAND VALUE AND BRAND EQUITY: ESSENCE, DIFFERENCE AND RELATIONSHIP.....	60
PEREHUDA, YU. FACTORS AFFECTING THE COMPETITIVENESS OF LIVESTOCK PRODUCTS IN UKRAINE UNDER CONDITIONS OF RUSSIAN MILITARY AGGRESSION.....	69
POLUSMIAK, YU. & MASIUK, V. CLUSTER-COOPERATIVE MODEL OF TERRITORY DEVELOPMENT (ON THE EXAMPLE OF KHARKIV REGION.....	78
KHATSER M. SOCIO-ECONOMIC CHALLENGES OF UKRAINE IN THE WAR AND POST-WAR PERIOD.....	86

ЕКОНОМІКА

ОТРИМАНО:

10 Жовтня 2022

ПРИЙНЯТО:

10 Листопада 2022

ВИПУСК:

20 Грудня 2022

УДК 338.14:658.52.011

DOI 10.26661/2522-1566/2022-4/22-01

ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ

Решетов Сергій Олександрович

аспірант,

Класичний приватний університет,

Запоріжжя, Україна

ORCID ID:0000-0001-5264-1748

Полусмяк Юлія Ігорівна*

кандидат економічних наук, доцент

Запорізький національний

університет, Запоріжжя, Україна

ORCID ID: 0000-0002-7521-6418

**Email автора для листування: uipolusmyak@gmail.com*

АНОТАЦІЯ

Вирішення питань гарантування економічної безпеки в умовах сучасних реалій цифровізації соціально-економічних процесів є важливим і актуальним завданням для національної економіки. Одним із ключових завдань забезпечення економічної безпеки, яке актуалізувалося в умовах нестаціонарних процесів у сучасному світі, є завдання прогнозування загроз і викликів. Головним глобальним викликом для суспільства є цифрова трансформація майже всіх сфер сучасного життя. Цифровізація техносфери відіграє значну роль у науковому, соціальному та економічному світопорядку, що видно на прикладі США, Китаю, Японії – провідних світових цифрових держав, оскільки значна частка доходів їх національних економік значною мірою забезпечується цифровими технологіями.

Ключові слова: цифровізація, трансформація, економіка, держава, безпека.

JEL класифікатор: H56, O10, O40.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Економічні парадигми змінюються, а цифрові технології стимулюють трансформаційні зміни. У різних економіках існує неоднакова участь у нових можливостях, створених цифровою трансформацією. Потрібне нове мислення та адаптація, щоб узгодити політику та інституції з цифровою економікою. Нові технології мають великі перспективи. Вони створюють нові шляхи та можливості для більш процвітаючого майбутнього. Але вони також ставлять нові виклики. Незважаючи на те, що цифрові технології вразили блиском і майстерністю своїх застосувань, вони поки що не повністю принесли очікуваний дивіденд у більш високому зростанні продуктивності. Дійсно, за останні кілька десятиліть у багатьох економіках сукупне зростання продуктивності сповільнилося. Відповідно, економічне зростання сповільнилося. Щоб реалізувати перспективи сучасних розумних машин, політика також має бути розумнішою. У той же час нерівність у доходах і пов'язані з нею відмінності

зросли, особливо в розвинутих економіках, розпалюючи соціальне невдоволення та політичне бродіння.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Незважаючи на те, що наукових робіт щодо впливу цифровізації економіки на економічну безпеку на сьогодні існує доволі багато, вважаємо необхідним розглянути ці поняття окремо. Охарактеризувавши ключові відмінності в умовах організації сучасного економічного порядку, розглянемо, власне, визначення поняття «цифрова економіка» в зарубіжній літературі. Так, згідно з аналітичним оглядом Deloitte, цифрова економіка представлена як нова форма підприємницької діяльності для учасників ринкової системи, заснована на мережевій взаємодії через Інтернет. За словами Баззуна, цифрова економіка може бути кіберфізичною структурою, в якій приватні та відкриті комерційні інтерфейси реалізуються у віртуальному просторі [2]. Колліс і Бріньюльфссон розглядають цифрову економіку як спосіб реалізації ринкових відносин, враховуючи сучасні інноваційні моделі розвитку інформаційних і комп'ютерних рішень [3]. Бесада описує цифрову економіку як нову бізнес-модель для структури національної та світової економіки, яка базується на інформаційних технологіях, інтелектуальному капіталі, нематеріальних активах та інноваціях [4]. Мамбетоморов, Алмасбекова розглядають цифрову економіку як новий образ соціально-економічної системи, в якій переважна більшість товарів, послуг і послуг завдяки активному розвитку інформаційних технологій переміщується у віртуальний простір [5], а відповідно Ганічева і Кошовця, цифрова економіка – це діяльність зі створення, розповсюдження та використання цифрових технологій і супутніх продуктів і послуг [6]. Карімов, Сайдуллаєв пропонують оцифрувати ринок цінних паперів Республіки Узбекистан і вважають, що трансформація фінансового ринку, зокрема фондового, призведе до стрімкого розвитку цієї сфери і незабаром вона стане основною рушійною силою економіка країни [14]. Цифрова трансформація – це впровадження сучасних цифрових технологій у бізнес-процеси соціально-економічних систем усіх рівнів. Такий підхід передбачає не лише встановлення сучасного обладнання чи програмного забезпечення, а й кардинальні зміни підходів до управління, корпоративної культури та зовнішніх комунікацій. В результаті підвищується продуктивність кожного співробітника та рівень задоволеності клієнтів, а компанія отримує репутацію прогресивної та сучасної організації. На практиці це означає створення системи наскрізних бізнес-процесів, яку можна назвати цифровою бізнес-екосистемою.

На нашу думку, цифрова економіка – це система економічних, соціальних і культурних комунікацій, заснована на використанні цифрових технологій. Іноді її також називають інтернет-економікою, новою економікою або веб-економікою. Поняття економічної безпеки є відносно новим поняттям серед економічних категорій, наукові дослідження щодо якого отримали розвиток лише в останнє століття. Так, китайський вчений Цзян Юнь дав таке визначення економічної безпеки: «... економічна безпека – це здатність підтримувати економічну незалежність і забезпечувати поступове підвищення життєвого рівня всього населення шляхом національного економічного розвитку» [7]. Автор досліджує економічну безпеку через поняття конкурентоспроможності та незалежного економічного суверенітету. Калер вважає, що глобалізація «підірвала» традиційне визначення економічної безпеки, тобто вираження економічної слабкості інших країн [8]. Водночас глобалізація призвела до нового визначення економічної безпеки з точки зору ризиків, пов'язаних із транскордонними мережами недержавних суб'єктів та економічною мінливістю нового середовища. У монографії Сенчагова поняття економічної безпеки визначається як «... стан економіки та інститутів влади, за якого гарантується захист національних інтересів, соціально-орієнтований розвиток країни в цілому, адекватна обороноздатність навіть у найнесприятливіших умовах. для внутрішніх і зовнішніх

процесів». На думку Карімова і Хамідової, економічна безпека держави полягає в тому, що всі рівні економіки країни захищені від небезпечних дій, які можуть бути як результатом свідомого впливу будь-якого чинника, так і спонтанного напливу ринкових сил [15]. З вищевикладеного та подальшого аналізу літератури можна стверджувати, що «економічна безпека» є комплексною категорією, її складові, кожен її показник може бути предметом спеціального дослідження.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ ТА ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою статті є вивчення впливу цифровізації економіки на економічну безпеку, аналіз плюсів та мінусів цифровізації, вимог нової ери економічної безпеки, досвіду цифровізації розвинених країн.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Цифрова трансформація – це прояв якісних, революційних змін, які полягають не лише в окремих цифрових трансформаціях, а й у фундаментальній зміні структури економіки, у перенесенні центрів створення доданої вартості у сферу створення цифрових ресурсів і наприкінці - завершення цифрових процесів. В результаті цифрової трансформації відбувається перехід до нової технологічної та економічної структури, а також створення нових секторів економіки. Лише шляхом комплексної трансформації можна досягти більшого ефекту, глибшого та комплекснішого залучення до процесу цифровізації всіх основних суб'єктів господарювання. Об'єкти впливу цифровізації можна умовно поділити на чотири рівні. Перший рівень – це програмно-технічні засоби, телекомунікації. Другий рівень – цифрові послуги та економіка платформ (транзакційні платформи – Amazon, Uber, Alibaba, Airbnb, інноваційні платформи – Windows, Android, Salesforce) . Третій рівень включає бізнес-сфери економіки спільного використання та гігноміки. На четвертому рівні розташовуються цифрові інтегровані сфери бізнесу – сектори Industry 4.0, а також економіка алгоритмів обробки потокових даних. Сфери та напрямки показані в

У різних економіках існує неоднакова участь у нових можливостях, створених цифровою трансформацією. Багато хто залишився позаду в різних галузях і компаніях, робочій силі та різних верствах суспільства. Посилення автоматизації завдань, пов'язаних із низькою та середньою кваліфікацією, зрушило попит на робочу силу в бік навичок вищого рівня, що негативно вплинуло на заробітну плату та робочі місця з нижчим рівнем кваліфікації.

Традиційно лідером у сфері цифровізації є Сполучені Штати Америки, де на всіх рівнях влади спільно з науковою спільнотою та приватним бізнесом перманентно впроваджуються різноманітні програми з розвитку та підтримки цифрових трансформацій в економіці. Ці програми включають федеральну ініціативу 2009 року в області хмарних технологій; Пропозиція Б. Обама у 2011 р. створити централізовану мережу центрів передового промислового виробництва (Advanced Manufacturing Partnership) [9], що об'єднує відповідні міністерства та найбільші цифрові корпорації США. Інший приклад – промисловий інтернет-консорціум (ІС), утворений у 2014 році [10]. Його основна мета — «прискорити розробку, комерціалізацію та широке впровадження взаємопов'язаних машин, пристроїв і інтелектуальної аналітики, тобто промислового Інтернету». Крім того, в США існують спеціалізовані програми, спрямовані на підтримку цифрових технологій і аналіз їх впливу на національну економіку. Першою такою державною програмою стала Порядок денний цифрової економіки, розроблений у 2015 році, щоб допомогти підприємствам і споживачам зрозуміти потенціал цифрової галузі для прискорення економічного зростання та розширення спектру можливостей. Програма зосереджена на просуванні вільного та

відкритого Інтернету в усьому світі, довірі до глобальної мережі, наданні бізнесу та громадянам цифрового доступу та підтримці революційних технологій та інновацій. У країнах ЄС діє понад 30 спеціалізованих державних регіональних і національних стратегій і програм, спрямованих на посилення цифрової трансформації галузей і економік. Для вирішення проблеми формування єдиного вектора цифровізації у 2017 році Комісія Європейського Союзу запровадила платформу обміну інформацією Єдиного цифрового ринку ЄС [11], уніфіковану для всіх країн-учасниць. Ця платформа сприяє просуванню національних проектів у сфері цифровізації, забезпечує фінансову підтримку та координує спільну реалізацію інвестиційних проектів у цифровій економіці, слугує платформою для підготовки компетентних кадрів та обміну досвідом між учасниками. Платформа інкапсулює ресурси для створення проривних цифрових технологій та організації бізнесу, виступає своєрідним інтегратором ринку цифрових технологій в ЄС. Крім того, платформа розробляє стандарти для реалізації масштабних проектів, які можуть бути реалізовані за допомогою наданої обчислювальної інфраструктури. Таким чином, ключовими принципами політики країн ЄС у сфері цифрової трансформації є розробка єдиних стандартів і правил у сфері інфокомунікаційних технологій, всебічна підтримка досліджень і розробок у сфері цифровізації та орієнтація на інтереси споживчого ринку. Далі ми розглянемо три найбільші економіки країн Азії, які багато в чому диктують сучасні тренди цифрової трансформації світової спільноти та бізнесу. Китайська економіка сьогодні є одним із лідерів у сфері цифровізації та входить до трійки лідерів у цій сфері. Продуктивний розвиток цифрової індустрії можна пояснити досить високою конкуренцією та ємним внутрішнім ринком цифрових технологій. Крім того, цифровий сектор Китаю отримує всебічну державну підтримку. Слідуючи сучасним світовим трендам, Китай активно впроваджує різноманітні програми та концепції підтримки цифрових процесів в економіці країни. Наприклад, у 2018 році країна затвердила програму «Зроблено в Китаї 2025» [12], яка має на меті вивести державу в лідери ринку цифрових технологій до 2025 року. Південна Корея є ще одним лідером цифровізації. У стратегії розвитку держави до 2022 р. окреслено завдання формування економіки нового типу, побудованої на глобальних цифрових платформах і цифрових технологіях. Південна Корея інвестує в цифрові дослідження та розробки та підтримує приватний бізнес переважно за рахунок державних субсидій. Водночас вектор фінансування спрямований на роботизацію, технології штучного інтелекту та «розумні» технології, мережі 5G тощо. Для досягнення цих цілей влада Південної Кореї підтримує реалізацію програм у сфері штучного інтелекту та технологій блокчейн, стимулювати бізнес-організації до впровадження цифрових платформ і рішень тощо. В Японії ключовим документом, що регулює довгостроковий розвиток держави у сфері цифрових технологій, є Стратегія «Суспільство 5.0» (Super Smart Society 5.0), схвалена Урядом Японії ще у 2016 році [13]. Стратегія була прийнята за підтримки Федерації великого бізнесу Кейданрен, заснована на концепції «Індустрія 4.0» і побудована на використанні цифрових технологій штучного інтелекту, робототехніки, Інтернету речей і «великих даних».

Аналіз зарубіжного досвіду дозволяє зробити висновок, що цифрова трансформація має велике значення для провідних економік світу. Існують дві принципово різні моделі участі держави в цифровій трансформації бізнесу: ринкова (саморегулювання) та адміністративно-управлінська. У першій моделі роль держави зводиться до створення належних умов для цифровізації економічних процесів (наприклад, США та країни ЄС). Друга модель базується на поступовому розвитку інфраструктури цифрової економіки під керівництвом державних інституцій влади з подальшим впровадженням у цифровий сектор відповідних суб'єктів господарювання (наприклад, Китай). Стратегії більшості країн у розвитку цифрової економіки є симбіозом двох названих моделей регулювання.

Безсумнівно, цифровізація дає багато переваг, які проявляються у вигляді численних мультиплікаційних ефектів від включення всіх виробничих ланцюжків в єдиний

інформаційний простір. Проте його вплив на суспільство та економічну безпеку держави неоднозначний.

Так, забезпечення переходу економічного розвитку на новий рівень зумовлює руйнування старої системи виробництва і розподілу товарів. І це вже характеризує цифрові технології як «підривні».

Варто також відмітити те, що впровадження нових технологій характеризується надмірним оптимізмом, коли кумулятивний ефект від використання цифрових дивідендів значно слабший за очікуваний.

Крім того, спостерігається нерівномірний розподіл позитивного ефекту від впровадження цифрової економіки як між країнами, так і між групами населення всередині країн.

Зауважимо, що діджиталізація більш вигідна торговцям і банкам. Водночас «наскрізні технології» (роботизація, технологія блокчейн, нейронні мережі, штучний інтелект, квантова віртуальна та доповнена реальність), які оптимізують виробництво, здійснюють роботизацію, здійснюють дистанційне керування, призводять до скорочення та ліквідація робочих місць.

Але окрім позитивних моментів, цифровізація несе в собі певні ризики. Тут слід розрізняти ризики цифрової трансформації та ризики цифровізації, спричинені впровадженням цифрових технологій в економіці держави.

Основним ризиком цифрової трансформації для економічної безпеки держави є зростання рівня безробіття.

По-перше, автоматизація процесів залишить частину населення без роботи.

По-друге, можуть виникнути нові потреби та вимоги ринку щодо нових професій (кінезіолог, естетик, фахівець із сонячних технологій, аналітик транспортних засобів, персональний веб-менеджер, посол корпоративної культури, міський фермер, аудитор екосистем, робот-консультант, цифровий мемуарист, дизайнер гейміфікації, спрощення експерт, архітектор віртуальної реальності, інженер 3D-друку, консультант з цифрової валюти) та трансформація існуючих (вчитель, шкільний дієтолог, бібліотекар). Вищезазначені проблеми зайнятості можна частково вирішити шляхом стимулювання самозайнятості, формування культури «навчання протягом життя», створення та розвитку цифрових платформ талантів.

Ще одним потужним ризиком є зростання кіберзлочинності (викрадення персональних даних, коштів з рахунків, збір великої кількості конфіденційної та комерційної інформації, блокування діяльності тощо), з якою необхідно боротися як на особистому, так і на державному рівні.

Цифровізація несе як переваги, так і загрози економічній безпеці держави. Тому подальші цифрові трансформації мають здійснюватися з урахуванням усіх можливих ризиків для національної економіки. Вирішення існуючих проблем у цій сфері має відбуватися шляхом об'єднання зусиль усіх гілок влади, бізнесу та громадськості. Водночас розвиток цифрової економіки в нашій державі потребує свідомого впровадження цифровізації бізнес-процесів вітчизняними підприємствами, що стане предметом подальших наукових досліджень.

Економічна безпека відображає здатність інституційної системи захищати інтереси суб'єктів господарювання на основі національних та міжнародних правових норм для забезпечення стабільного ведення бізнесу, економічного зростання та зниження економічних ризиків.

У сучасних умовах пріоритетним завданням забезпечення економічної безпеки є прогнозування викликів і загроз, найважливішою з яких є цифрова трансформація.

Вище було наведено позитивні та негативні ефекти цифровізації економіки, які розкривають їх вплив на рівень економічної безпеки, ризики для економічної безпеки

держави в контексті цифровізації. Таким чином, аналіз літератури дає змогу систематизувати цифрові загрози та виклики, які суттєво впливають на економічну безпеку, щонайменше на три групи (табл. 1).

Таблиця 1.
Проблеми економічної безпеки цифрового суспільства

Цифрові виклики	загрози та	Приклад
Системні		Проблеми, пов'язані з економікою або її значними частинами (залежність від цифрових технологій інших держав, відсутність їх елементної бази, проблема «цифрової нерівності»)
Структурні		Структурні проблеми, спричинені цифровізацією (наприклад, значні зміни на ринку праці та зростання безробіття)
Промисловість		Відсутність цифрових рішень для окремих галузей (наприклад, відсутність власної платіжної системи)
Діяльність окремих підприємств		Крадіжка корпоративних даних, промислове шпигунство, хакерські атаки, недостатня забезпеченість цифровими технологіями, компетентним персоналом тощо.
Окремі громадяни.		Крадіжки, маніпуляції з персональними даними

**Складено на основі [1,2].*

На нашу думку, для забезпечення економічної безпеки та подальшого позитивного розвитку держави у сферах цифрової економіки необхідно розробити спеціальну Програму розвитку цифрової економіки, виділивши такі пріоритетні напрямки: нормативне регулювання цифрової індустрії, формування нового підходу до визначення необхідних та достатніх законодавчих обмежень у галузі; підвищення цифрової грамотності населення країни (у тому числі досягнення високих показників випуску компетентних ІКТ-фахівців); створення конкурентних умов для формування в регіонах великих, середніх і малих підприємств, що працюють у сфері цифрових технологій, і виведення ряду цих компаній на міжнародні ринки; забезпечення населення країни доступом до широкосмугового Інтернету, розвиток нових технологій і засобів зв'язку (у тому числі для формування технологічної основи функціонування системи зв'язку на основі вітчизняних розробок). Програма повинна бути ретельно розроблена для забезпечення рівня економічної безпеки країни, крім вищезазначених напрямів.

ВИСНОВКИ

Аналізуючи роль цифрової економіки в забезпеченні економічної безпеки, можна виділити основні напрямки забезпечення економічної безпеки в контексті розвитку цифрової економіки: Підвищення конкурентоспроможності компаній, що працюють у сфері інформаційних технологій та електронної промисловості. Усунення залежності вітчизняної промисловості від іноземних інформаційних технологій і засобів забезпечення інформаційної безпеки шляхом створення, освоєння та широкого впровадження вітчизняних розробок, а також виробництва продукції та надання послуг на їх основі. Інноваційний розвиток інформаційних технологій та електронної промисловості, збільшення частки продукції цієї галузі у валовому внутрішньому продукті, структурі експорту країни. Таким чином, основні стратегічні завдання цифрової трансформації в концепції економічної безпеки можна

сформулювати як створення інноваційного розвитку системи інформаційної безпеки, інформаційних технологій та електронної промисловості; створення та впровадження первинно стійких до різного роду загроз інформаційних технологій; проведення досліджень та експериментальних розробок з метою створення перспективних інформаційних технологій та засобів; підвищення безпеки інформаційної інфраструктури та стабільності її функціонування, розроблення механізмів виявлення та запобігання інформаційним загрозам та ліквідації наслідків їх прояву; удосконалення методів і способів виробництва та безпечного використання продукції, надання послуг на основі інформаційних технологій з використанням розробок, що відповідають вимогам безпеки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Tapscott, D. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. McGraw-Hill, 1997. 342 p. DOI:10.5465/ame.1996.19198671
2. Bazzoun Mohammed. The Digital Economy. *International Journal of Social Science and Economics Invention*. 2019. No. 5(09). DOI:10.23958/ijsssei/vol05-i09/157.
3. Collis Avinash, Brynjolfsson Erik. Measure the Digital Economy? *Harvard Business Review*. 2019. p. 140–149. Available at: <https://dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/126980/1191222397-MIT.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (accessed 1 September 2022).
4. Besada Hany. Digital Economy and the Implementation of the 2030 Agenda for Sustainable Development. *United Nations Office for South-South Cooperation (UNASSC)*. 2018. p 1-4. Available at: <https://www.unsouthsouth.org/wp-content/uploads/2018/12/Digital-Economy-and-the-Implementation-of-the-2030-Agenda-Hany-Besada.pdf> (accessed 2 September 2022).
5. Mambetomorov Azizbek. Digital technologies as a factor in the formation of the information environment of the new economy. *Science and innovative technologies*. 2020. 2 (15). p. 138-143.
6. Ganichev Nikolai, Koshovets Olga. How to calculate the digital economy: between reality and construction. *Eco*. 2020. №. 2. p. 8-36. DOI:10.30680/eco0131-7652-2020-2-8-36.
7. Jiang Yong. Economic Security: Redressing Imbalance. *China Security*. 2007. Vol. 3. N. 2. p. 66–85. Available at: https://www.files.ethz.ch/isn/31979/cs6_FULLL.pdf (accessed 2 September 2022).
8. Kahler Miles. Economic security in an era of globalization: Definition and provision. *The Pacific Review*. 2004. N. 17 (4). p. 485-502. DOI:10.1080/0951274042000326032
9. John Sargent. The Obama Administration's Proposal to Establish a National Network for Manufacturing Innovation. *Congressional Research Service*. 2014. January 29. p. 1-26 Available at: <https://sgp.fas.org/crs/misc/R42625.pdf> (accessed 2 September 2022).
10. Industrial Internet Consortium. Available at: www.iiconsortium.org (accessed 5 September 2022).
11. European Economic and Social Committee. The digital single market - trends and opportunities for SMEs (own-initiative opinion), September 18, 2020. Available at: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2020:429:SOM:EN:HTML> (accessed 4 September 2022).
12. Made in China 2025. Archived 2018-12-29 at the Wayback Machine. CSIS, June 1, 2015. Available at: <https://www.csis.org/analysis/made-china-2025> (accessed 4 September 2022).
13. Society 5.0 A People-centric Super-smart Society: A People-centric Super-smart Society. Hitachi-UTokyo Laboratory (H-UTokyo Lab.). 2020. 189 p. Available at: https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/41719/2020_Book_Society50.pdf?sequence=1 (accessed 4 September 2022).

Reshetov, S. and Polusmiak, Yu. (2022), "Impact of digital transformation of the economy on economic security", *Management and entrepreneurship: trends of development*, 4(22), pp.8-16. Available at: <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2022-4/22-01>

14. Karimov Narboy, Saydullaev Shakhzod. Prospects for the development of the stock market: the first IPO and SPO analysis conducted by the companies of Uzbekistan. *Journal of Advanced Research in Dynamical & Control Systems*. 2019. Vol. 11, Issue 7, pp. 938-950. Available at: https://www.researchgate.net/publication/342231101_Prospects_for_the_development_of_the_stock_market_the_first_IPO_and_SPO_analysis_conducted_by_the_companies_of_Uzbekistan (accessed 4 September 2022).

15. Karimov Narboy, Khamidova Faridakhon and Saydullaev Shakhzod. Criteria for Classification of Economic Security Indicators. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding (IJMMU)*. 2021. Vol. 8, No. 7. p. 120-133. DOI:10.18415/ijmmu.v8i7.2689.

REFERENCES

1. Tapscott, D. (1997). The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. <https://doi.org/10.5465/ame.1996.19198671>
2. Bazzoun, M. (2019). The Digital Economy. *International Journal of Social Science and Economics Invention*. 5(09). <https://doi.org/10.23958/ijssci/vol05-i09/157>
3. Collis, A. & Brynjolfsson E. (2019). Measure the Digital Economy? *Harvard Business Review*. 140–149
4. Besada, H. (2018). Digital Economy and the Implementation of the 2030 Agenda for Sustainable Development. *United Nations Office for South-South Cooperation (UNASSC)*. 1-4.
5. Mambetomurov, A. (2020). Digital technologies as a factor in the formation of the information environment of the new economy. *Science and innovative technologies*. 2 (15). 138-143.
6. Ganichev, N. & Koshovets, O. (2020). How to calculate the digital economy: between reality and construction. *Eco*. 2. 8-36. <https://doi.org/10.30680/eco0131-7652-2020-2-8-36>
7. Jiang, Y. (2007). Economic Security: Redressing Imbalance. *China Security*. 3(2). 66–85.
8. Kahler, M. (2004). Economic security in an era of globalization: Definition and provision. *The Pacific Review*. 17 (4). 485-502. <https://doi.org/10.1080/0951274042000326032>
9. John, S. (2014). The Obama Administration's Proposal to Establish a National Network for Manufacturing Innovation. Congressional Research Service. January 29. 1-26
10. Industrial Internet Consortium. www.iiconsortium.org (date of access: 11.11.2021)
11. European Economic and Social Committee, "The digital single market - trends and opportunities for SMEs (own-initiative opinion)", September 18, 2020.
12. Made in China 2025. Archived 2018-12-29 at the Wayback Machine. CSIS, June 1, 2015.
13. Society 5.0 A People-centric Super-smart Society: A People-centric Super-smart Society. Hitachi-UTokyo Laboratory (H-UTokyo Lab.). 2020.
14. Karimov, N. & Saydullaev, S. (2019). Prospects for the development of the stock market: the first IPO and SPO analysis conducted by the companies of Uzbekistan. *Journal of Advanced Research in Dynamical & Control Systems*. 11(7), pp. 938-950.
15. Karimov, N., Khamidova, F. & Saydullaev, S. (2021). Criteria for Classification of Economic Security Indicators. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding (IJMMU)*. 8 (7). 120-133. <http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v8i7.2689>

IMPACT OF DIGITAL TRANSFORMATION OF THE ECONOMY ON ECONOMIC SECURITY

Reshetov Serhii

*Classical private university
Zaporizhzhia, Ukraine*

Yuliia Polusmiak

*Zaporizhzhia National University
Zaporizhzhia, Ukraine*

Solving the issues of guaranteeing economic security within the modern realities of digitalization of socio-economic processes is an important and urgent task for the national economy. One of the key tasks of ensuring economic security, which has been actualized in the conditions of non-stationary processes in the modern world, is the task of predicting threats and challenges.

The key global challenge to society is digital transformation in almost all specters of modern life. The digitalization of the technosphere plays a significant role in the scientific, social and economic world order, which is seen in the example of the United States, China, Japan - the world's leading digital powers of our time, since a significant share of the income of their national economies is largely provided by digital technologies. This research is devoted to the study of the economic digitalization impact on economic security, which studies the pros and cons of digitalization, the requirements of the new era of economic security, the experience of digitalization in developed countries.

Keywords: digitization, transformation, economy, state, security.

MANAGEMENT

RECEIVED:

17 October 2022

ACCEPTED:

15 November 2022

RELEASED:

20 December 2022

UDC 005.95/.96:334.724.6(669.1)

DOI 10.26661/2522-1566/2022-4/22-02

PERCEIVED ORGANIZATIONAL POLITICS, JOB STRESS AND JOB INVOLVEMENT OF PUBLIC SECTOR EMPLOYEES IN NIGERIA: THE ROLE OF RESILIENCE

Yinka Calvin Ojeleye *

*Department of Business Administration,
Ahmadu Bello University Zaria
ORCID ID:0000-0003-1682-8542*

Umar Salisu

*Department of Business Administration,
Ahmadu Bello University Zaria
ORCID ID:0000-0002-6743-2364*

Bolaji Olorunmaye Mejabi

*Department of Business Administration,
Ahmadu Bello University Zaria
ORCID ID:0000-0001-8141-1263*

Kadri Aliu Mukaila

*Department of Business Administration,
Ahmadu Bello University Zaria
ORCID ID:0000-0002-3619-9977*

*Email автора для листування: calojeleye@gmail.com

ABSTRACT

Empirical evidence suggests that only 15% of employees are dedicated and involved in the workplace in Nigeria. The study examined the role of resilience in the relationship between perceived organisational politics, job stress and job involvement among employees in Zamfara state. The research is quantitative in nature employing both survey and cross-sectional research designs. The study utilised purposive sampling techniques as 500 pieces of the questionnaire were distributed to respondents and of which 266 pieces of the questionnaire were valid and used for analysis. The study utilised structural equation modelling to ascertain the hypothesised relationship. The finding revealed that perceived organisational politics and resilience have negative and positive significant effect on job involvement respectively while job stress has negative nonsignificant effect on job involvement. In addition, resilience significantly moderated the relationship between job stress and job involvement but failed to significantly moderate the relationship between perceived organisational politics and job involvement. The study recommended government effort at ensuring that employees' workload is nominal to discourage job stress.

Keywords: perceived organizational politics; job involvement; resilience; job demands-resources model; job stress.

JEL Classification: M10, ML12, ML14

INTRODUCTION

Employees are one of the most important assets any organisation can possess (Ojeleye & Bakare, 2020). As a distinct asset, these employees provide the organisation with a distinctive competitive advantage not easily copied by competitors (Ojeleye & Okoro, 2016). No wonder,

Kusmaningtyas and Nugroho (2021) argued that the success of an organisation cannot be separated from its employees. However, Gallup's (2022) report on the State of Global Workplace 2022 revealed that globally, only 21% of employees across different sectors are dedicated, involved and engaged in the workplace while the rest of the employees perform their tasks merely out of a sense of duty and to receive the remuneration. They also reported that almost US\$8 trillion equivalent to 11% of global gross domestic product (GDP) was lost globally owing to the low rate of job involvement of employees. In the same vein, in the country-based report Gallup (2022) statistics showed that in Nigeria only 15% of the entire workforce is dedicated and involved in the workplace. This involvement figure is low particularly in comparison to 24%, 35%, and 43% of South Africa, Senegal and Mali; countries with similar socio-economic characteristics respectively.

Job involvement is defined as a cognitive state which reflects how an employee psychologically identified with his job by showing enthusiasm, zeal, commitment and interest while performing his job and full confidence in his ability to get the job completed (Kusmaningtyas & Nugroho, 2021). It is the degree to which an employee identifies with his job (Fasanmi, Mazadu, & Ogundele, 2021). The extent to which an individual cognitively associates with his work (Maryati & Kusumayuda, 2020). However, getting employees involved in the workplace poses a serious problem for organisations (Ojeleye & Bakare, 2020). Raaj and Anju (2019) elucidated that these employees are confronted daily with trends, workload, abuses, stress, worries, unfairness and incivility within and outside the workplace capable of depleting resources and rendering them cognitively, emotionally and physically bankrupt. Al-A'wasa (2018) argued that these phenomena and associated job demands are more prevalent in the 21st-century workplace adversely affecting employees' job involvement and efficiency. Oke, Alo, Lanre and Emmanuel (2019) opined that these problems are more common among public sector employees in Nigeria resulting in ineffective structure and poor morale in the workplace.

Oshilim and Akpesiri (2015) noted that the scorecard of the Nigerian public sector has remained a subject of discussion among the academia of public administrators, managers and practitioners as well as the curious-minded citizens as a result of poor performance and inefficiency. The sector has been embroiled in corruption, nepotism, tribalism, and poor service delivery; in that promotions and appointments of employees are hardly made on merit but rather on association, regionalization and religion (Akanni, Omisile, & Oduaran, 2018). Unsurprising, Gallup's (2022) statistics revealed that 24% of these employees reported daily sadness owing to unfairness and injustice within the organisation. In sum, perceived unfairness and injustice pervade the air of public sector employees in Nigeria. Lewin (1938) cited by Delle (2013) argued that individuals respond to their perception of reality rather than reality itself. Hence, employees of this sector going by these assertions, poor dedication and involvement in work could be a consequence of the unfairness and injustice in the perception of organisational politics; defined as a behaviour, formal or informal that is motivated by self-interest, executed with the sole purpose to satisfy individual interest now or in the future (Delle, 2013).

Another factor that has been identified as an antecedent of job involvement is job stress (Maryati & Kusumayuda, 2020; Ullah et al., 2019; Babu & Solomon, 2017) and its impact appears to be spiralling in many countries of the world, including Nigeria (Oyewole, Adegoke, & Atoyebi, 2020). This occurs more in the public sector where over 50% of absences from work are stress-related (Naqvi, Khan, Kant, & Khan, 2013; Pratama & Parahyanti, 2019). To Murali, Basit and Hassan, (2017) job stress is the occupational disease of the century for mankind that affects them physically and cognitively. Jamal (1990) cited by Bhatti, Bhatti, Akram, Hashim and Akram (2016) defined job stress as an individual's reactions to features of the work environment that seem emotionally and physically threatening. Amoako, Gyamfi, Emmanuel and David (2017) argued that job stress emanant from the individual or the organisation which leads to emotional discomfort which inevitably affects the physical and psychological condition of the employee. Meanwhile, Gallup (2022) reported that 46% of Nigeria's entire workforce experienced daily stress consecutive

in two years (2021 and 2022) and over 70% of employees are not thriving, struggling or are worried about their present situation and have a negative view about the nearest future. Thus, affecting them cognitively and physically.

Plethora of studies have linked perceived organisation politics and job stress to employee involvement (e.g., Maryati & Kusumayuda, 2020; Ullah et al., 2019; Babu & Solomon, 2017; Thakre & Barua, 2016; Delle, 2013; Opoku & Arthur, 2018). However, most of these studies largely investigated the direct relationship between these constructs. This study takes an in depth look into the mechanisms of resilience on how it can moderate the relationship between perceived organisation politics, job stress and employee involvement; a literature gap the study intends to bridge. Specifically, this study asserted that although perceived organisational politics and job stress may have a negative influence on job involvement, the inclusion of a moderator especially a personal resources or psychological capital *i.e.*, resilience is likely to weaken the relationship between based on the theoretical postulations of job demands-resources (JD-R) model of Bakker and Demerouti (2007). Resilience refers to positive adjustment capacity in response to an adverse situation; it is an innate capacity to fight back against threats, risks and injuries or conditions (Yadav & Banerjee, 2017). Consequently, the ability of an employee to quickly rebound and overcome negative trends like organisational politics and job stress the more likely to buffer the negative effect on job involvement. Thus, the study's main objective is to ascertain the moderating effect of resilience on the relationship between perceived organisational politics, job stress and job involvement of public sector employees in Nigeria.

LITERATURE REVIEW

This section discusses the concept of job involvement, job stress, perceived organisational politics, resilience, theoretical framework and the research model.

Concept of Job Involvement

Job involvement is a relatively broader term and has extensively been defined in various ways (Ullah, Ahmed, & Khan, 2019). In other words, Badu and Solomon (2017) posited that job involvement is still in need of a distinct identity, as there is an issue of semantics. Nonetheless, job involvement is the level at which a person attaches himself cognitively to his work, actively participates in it, and considers his performance necessary for his value (Maryati & Kusumayuda, 2020). To Fasanmi, Mazadu and Ogundele (2021) it is the degree to which an employee is engaged in and enthusiastic about performing their work. Blumberga and Lapkovska (2021) job involvement as the extent to which an employee is physically, emotionally and cognitively active on the job. Buba and Solomon (2017) defined it as the degree to which a person identifies psychologically with his work or the importance of work in his total self-image. Kusmaningtyas and Nugroho (2021) see it as a cognitive state that reflects how an employee psychologically identified with his job by showing enthusiasm, zeal, commitment and interest while performing his job and full confidence in his ability to get the job complete. Job involvement is an individual's cognitive identification or dedication to his job (Griffin, Hogan, Lambert, Tucher-Gail, & Baker, 2010). Empirical evidence suggests that job involvement significantly predicts desirable work outcomes *e.g.*, it boosts employee performance, decreases counterproductive behaviour and improves organisational productivity (Fasanmi et al., 2021; Kusmaningtyas & Nugroho, 2021). This paper defined job involvement as the degree to which an employee is willing to cognitively invest himself in tasks role that promotes connection to work, colleagues and the organisation as a whole.

Concept of Perceived Organisational Politics

Politics is part of human existence and cannot be eliminated in any organisation (Opoku & Arthur, 2018). In the same vein, Lewin (1938) argued that individuals respond to their perception of reality rather than reality itself. Consequently, the perception of organisational politics focused on how employees in the workplace respond to political schemes; arguing people respond to their perception rather than actual political strategies (Opoku & Arthur, 2018). Aslam (2016) sees it as an

important part of the organisation where superiors promote self-interest rather than organisational interest. Delle (2013; 152) defined organizational politics as a behaviour, formal or informal that is motivated by self-interest, and executed with the sole purpose to satisfy individual interests now or in the future. This study defined perception of organisational politics as the subjective appraisal of the extent to which an employee views that the organisation is unfair and unjust in advancing and promoting self-interest at the expense of the organisation and the employees' Inconsistencies in findings have been reported in a plethora of studies between perceived organisational politics and job involvement (*e.g.*, Delle, 2013; Opoku & Arthur, 2018) reported positive significant of perceived organisational politics and job involvement. While (*e.g.*, Aslam, 2016; Bedi & Schat, 2013) reported a negative significant effect of perceived organisational politics on job involvement.

It is based on this inconsistency as suggested by Baron and Kenny (1986) that the study introduced a moderator variable to strengthen, weaken or change the direction of the relationship.

H₀₁: Perceived organisational politics does not have significant effect on job involvement of public sector employees in Zamfara state.

Concept of Job Stress

Job stress occurs when the demand placed on an individual at the workplace exceeds their perceived ability to successfully cope with the situation, resulting in a harmful reaction (Mensah, 2021). It is a condition of tension that creates physical and psychological imbalances, which affect the emotions, thought processes, and conditions of employees (Rivai, 2014 cited by Novitasari, 2020). To Oyewole, Adegoke and Atoyebi (2020) it is a psychological and physical state that results when the resources of the individual are not sufficient to cope with the demands and pressures of the situation. They further categorised stress into two types: (a) Eustress: positive, pleasant or curative stress. (b) Distress: dysfunctional or negative stress with symptoms, including unstable emotions, feelings of restlessness, like being alone, having trouble sleeping, smoking excessively, not being able to relax, being anxious, tense, nervous, increasing blood pressure, and experiencing indigestion (Iskamto, 2021). A plethora of studies have linked job stress to job involvement. While (*e.g.*, Maryati & Kusumayuda, 2020; Ullah et al., 2019; Babu & Solomon, 2017; Thakre & Barua, 2016; Griffin et al., 2010) found that job stress has negative and significant effect on job involvement, Olujide, Igbinoba, Solarin, Ahmadu and Olawunmi, (2017) reported a nonsignificant effect of job stress on job involvement. It is based on this inconsistency as suggested by Baron and Kenny (1986) that this study introduced a moderator variable to strengthen, weaken or change the direction of the relationship.

H₀₂: Job stress does not have significant effect on job involvement of public sector employees in Zamfara state.

Concept of Resilience

Resilience as a concept has been utilised in diverse fields such as entrepreneurship, psychology, management, disaster management, engineering, ecology and sociology (Korber & Mcnaughton, 2018). As such, its conceptualisation has not been uniform (Hodliffe, 2014). Be it as it may, it is described as the ability of an individual to adapt and bounce back from subjectively significant threats, dangers and risks without losing the ability to function optimally (Meintjes & Hofmeyr, 2017). To Yadav and Banerjee (2017) resilience refers to positive adjustment capacity in response to an adverse situation; it is an innate capacity to fight back against threats, risks and injuries or conditions. They also described it as an individual's physiological, emotional, psychological and spiritual ability against the hazardous condition. Kašpárková, Vaculík, Procházka and Schaufeli, (2018) view it as a positive personality trait that enables an employee to adapt, cope, rebound and bounce back from work-related risks, conflicts, threats and failures. This study defines resilience as the psychological capacity of an employee to fight back, rebound and overcome work-related failures, issues and adversities and adjust easily without performance being affected adversely. A plethora of studies (*e.g.*, Black, Balanos, & Whittaker, 2017; Mulliner, 2018; Ojo, Fawehinmi, & Yusliza, 2021; Amir & Mangundjaya, 2021) have established that resilience is a

Ojeleye, Y.C., Salisu, U., Mejabi, B.O. and Mukaila, K.A. (2022), "Perceived organizational politics, job stress and job involvement of public sector employees in Nigeria: the role of resilience", *Management and entrepreneurship: trends of development*, 4(22), pp.17-33. Available at: <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2022-4/22-02>

significant predictor of work engagement, employee performance (Kašpárková et al., 2018; Murugesan & Megavannan, 2019), turnover intentions (Hidayah & Ardiansyah, 2018; Zhang et al., 2020)

H₀₃: Resilience does not have significant effect on job involvement of public sector employees in Zamfara state

Resilience as a Moderator

Resilience has been employed as a moderator in a plethora of studies *e.g.*, moderated the relationship between stress and burnout (Stanley, Buvaneswari, & Arumugam, 2021), stress and psychological health (Kashyap & Kumar, SKrishna, 2014), work overload and intimidation (Kimura, Bande, & Fernandez-Ferrin, 2018). Meanwhile, this study employed resilience based on two recommendations. First, Andersson, Cuervo-Cazurra and Nielsen (2014) recommended that the inclusion of a moderator in a study should be based on theoretical postulations rather than trial and error. Thus, to solidify and confirm the theoretical assumptions of the job demands-resources model which asserted that personal resources act as a buffer between job demands *i.e.*, job stress and organisational politics and positive job outcomes. In other words, personal resources *i.e.*, resilience can act as a buffer to weaken the effect of job stress and organisational politics on job involvement. That is, employees who possess high resilience will easily rebound or overcome the negative effect of job stress and organisational politics on their cognitive attachment to the organisation. Second, a moderator was introduced due to inconsistencies in findings that have been reported in previous findings as recommended by Baron and Kenny (1984).

H₀₄: Resilience does not significantly moderate the relationship between perceived organisational politics and job involvement of public sector employees in Zamfara state.

H₀₅: Resilience does not significantly moderate the relationship between job stress and job involvement of public sector employees in Zamfara state.

Job Demands-Job Resources (JD-R) Model

The job demands-resources model was propounded in 2006 by (Bakker & Demerouti, 2007) was used to underpin this study. The theory is used to explain certain job attributes such as demands and resources contribute to explaining the variance in employee job involvement (Jackson, 2014). The theory posited that job characteristics are divided into two categories *i.e.*, job demands and job resources with distinct outcomes (Bakker & Demerouti, 2018). Job demands are negative job features that result in physical and psychological costs (Bakker & Demerouti, 2014). For instance, job stress and perceived organisational politics are negative aspects of an employee's job that depletes the employee cognitively and reduce his capacity to job done. While job resources are the aspect of a job that help minimises the negative effect of job demands and associated physical and cognitive costs while promoting self-improvement and advancement (Airila, Hakanen, Schaufeli, & Luukkonen, 2014). For instance, support systems within the organisation (*i.e.*, co-worker support and supervisory support) are job resources that help employees cope with their job demands and help promote wellbeing in the workplace (Nielsen et al., 2017). Meanwhile, the theory added the third category termed personal resources with a similar positive drive as job resources but are innate to the employees (Bakker & Demerouti, 2018). Personal resources are collectively unique and valuable innate capacities of self-efficacy, hope, optimism, trust and resilience (Shu-ling, Chih-ting & Nai-wen, 2018). Personal resources have been reported to buffer the negative influence of job demands on desirable job outcomes (Anjum, Liang, Durrani, & Parvez, 2020). In sum, the study posited that the ability of an employee to quickly bounce back (resilience) as a personal resource from job demands and associated costs will to a larger extent influences his/her cognitive alertness in the workplace.

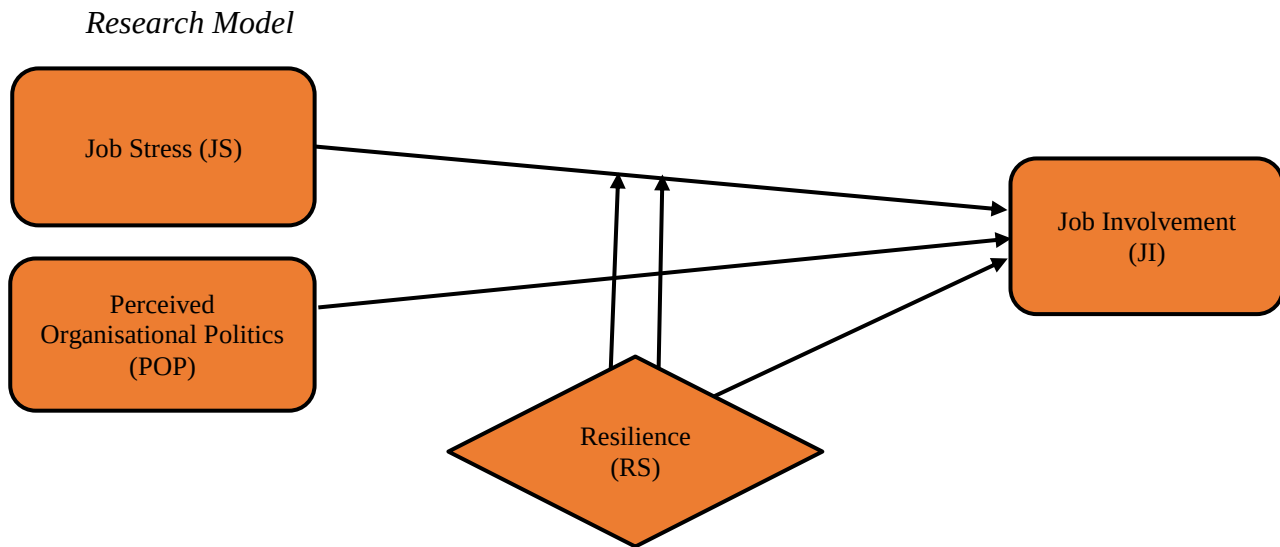


Figure 1: Conceptual Framework

The conceptual framework depicts the two predictors (JS and POP) and the moderator (RS) variables predicting the criterion variable JS.

METHODOLOGY

The paper used a quantitative research design which entails the use of numeric data to analyse the relationship between two or more variables using statistical procedures (Creswell & Creswell, 2018). Specifically, the study employed survey and cross-sectional research designs. In a cross-sectional study, the researcher measures the outcome and the exposures of the study participants at the same time (Setia, 2018). In survey research, researchers select a sample of respondents from the population and administer a standardized questionnaire to them (Odoh & Ihedigbo, 2014). The study employed a purposive sampling technique as a total of 500 pieces of the questionnaire were distributed to employees in tertiary institutions and civil servants in Zamfara state both in federal and state establishments and of which 384 (77%) were returned. Ali, Ciftci, Nanu, Cobanoglu and Ryu (2020) argued that there is no "consensus" among scholars as to what is the acceptable response rate in a given study. However, Malhotra and Grover (2001) suggested that a 50% response rate is adequate to make a credible generalisation. As such, the present study's 77% response rate is considered adequate to make a relevant recommendation. Furthermore, 118 pieces of the questionnaire were invalid due to 97 missing values and 27 multivariate outliers. Hence, a total of 266 pieces were valid and subsequently used for the analyses.

Measures

Instruments from previous studies were adopted to measure the study's constructs. First, perceived organisational politics was measured using the short version Kacmar and Carlson (1997) perception of politics scale. A sample of the item is: "Telling others what they want to hear is sometimes better than telling them the truth" with the response of 1 (strongly disagree) to 5 (strongly agree). The Cronbach's alpha for the scale was 0.70; indicating that the scale is consistent and appropriate for the study. Secondly, job involvement was measured using Kanungo's (1982) 10-item job involvement scale. A sample of the item is; "I live, eat and breath my job" with a possible response of 1 (strongly disagree) to 5 (strongly agree). The Cronbach's alpha for the scale ranged from 0.70 to 0.81 indicating that the scale is reliable and appropriate for the study. Thirdly, job stress was measured using 9-item De Bruin and Taylor (2005) general work stress scale. A sample of the item is: "Do you spend a lot of time worrying about your work? with the response of 1

(strongly disagree) to 5 (strongly agree) and Cronbach's alpha of 0.89. Lastly, resilience was assessed using the 6-item brief resilience scale of Smith et al. (2008). A sample of the item is: "I tend to bounce back quickly after hard times" with a possible response of 1 (strongly disagree) to 5 (strongly agree) and Cronbach's alpha ranging from 0.8-0.91 showing the consistency of the scale and its appropriateness for the current study.

Data Analysis

Preliminary analyses and data screening such as checking and treatment of missing values, outlier, normality test, common method variance and multicollinearity test were undertaken on the retrieved data using SPSS 24. These tests were carried out to ascertain the nature of the data and to ensure that they are cleaned and ready for further analyses. In addition, the study employed structural equation modelling specifically, Smart-PLS 3.2.8 to compute the two basic models of partial least square (PLS) path modelling which are the measurement model and structural model. This is utilised owing to its flexibility in terms of distribution and study population and accuracy in computation of mediation and moderating effect as it accounts for errors capable of deflating or inflating possible relationships (Garson, 2016).

Research Findings and Discussions

The study's findings are discussed under the two basic models of structural equation modelling (SEM); the measurement and structural models used below:

Measurement Model

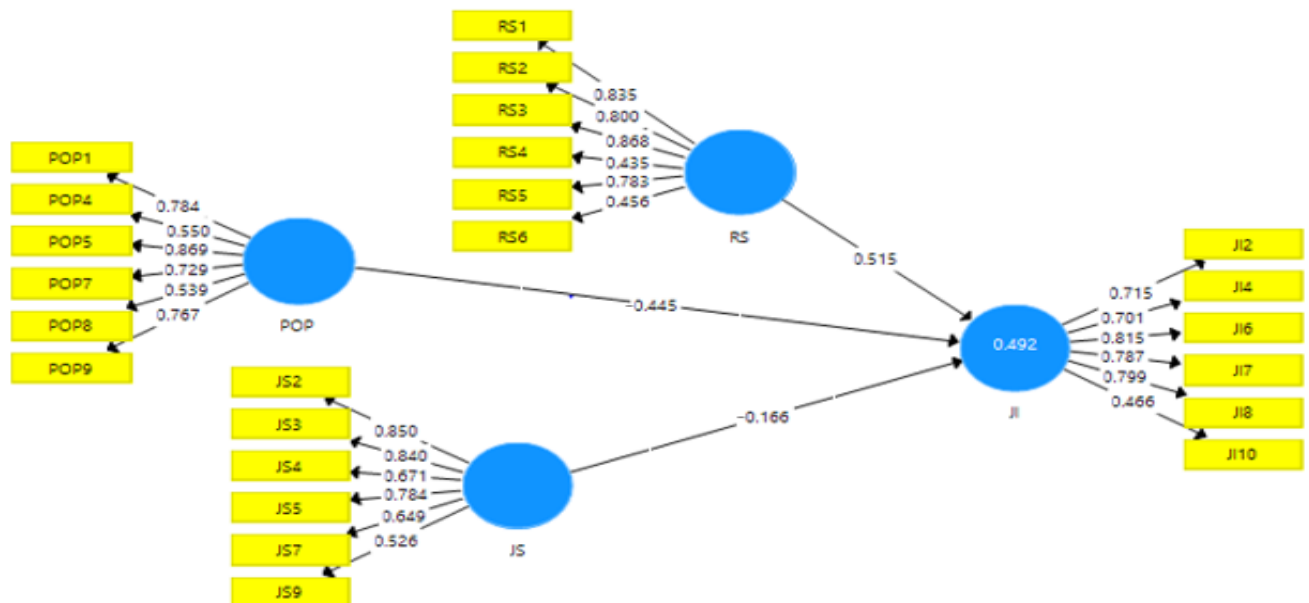


Figure 2: Pictorial display of measurement model

The factor loadings, reliability (*i.e.*, composite reliability), and validity (*i.e.*, convergent and discriminant) were investigated in the measurement model. In respect of factor loadings, only items that loaded above 0.4 were retained as recommended by (Hair, Hult, Ringle, Sarstedt, Danks & Ray, 2021) while items that loading below the stipulated threshold were deleted (*i.e.*, POP2, POP3, POP6, POP10, JS1, JS6, JI1, JI3, JI5 & JI9). Furthermore, the constructs' reliability was assessed using the composite reliability and all reached the established threshold of 0.700 as suggested by (Sekaran & Bougie, 2016). The values range from 0.858 to 0.869. In the same vein, average variance extracted (AVE) was examined to confirm the constructs' convergent validity and as recommended by Fornell and Larcker (1981) the values are all above the 0.5 threshold.

Table 1: study(n=266): Factor Loadings, Reliability and Convergent Validity (AVE)

Construct	Indicators	Loadings	Composite Reliability	AVE
Job Involvement	JI2	0.715	0.865	0.524
	JI4	0.701		
	JI6	0.815		
	JI7	0.787		
	JI8	0.799		
	JI10	0.466		
Job Stress	JS2	0.850	0.869	0.532
	JS3	0.840		
	JS4	0.671		
	JS5	0.784		
	JS7	0.649		
	JS9	0.526		
Perceived Organisational Politics	POP1	0.784	0.860	0.514
	POP4	0.550		
	POP5	0.869		
	POP7	0.729		
	POP8	0.539		
	POP9	0.767		
Resilience	RS1	0.835	0.858	0.517
	RS2	0.800		
	RS3	0.868		
	RS4	0.435		
	RS5	0.783		
	RS6	0.456		

To confirm the discriminant validity, the study utilised Heterotrait-Monotrait (HTMT) ratio proposed by Henseler, Ringle and Sarstedt (2015) owing to its superiority over cross-loading and Fornel and Larcker criterion as they are unable to detect the absence of discriminant validity in certain research situations depicted in table 2 below

Table 2: HTMT Ratio of Correlations for Discriminant Validity				
Construct	JI	JS	POP	RS
JI				
JS	0.593			
POP	0.675	0.703		
RS	0.727	0.437	0.621	

The Heterotrait-Monotrait (HTMT) ratio of correlations is used to assess the discriminant validity of the constructs. The construct intercorrelations are all smaller than the suggested conservative threshold of 0.85 for conceptually distinct constructs as recommended (Hair et al., 2021), to confirm that discriminant validity exists. Meanwhile, discriminant validity revealed that a tested construct is not substantially related to other tests. In essence, it measures conceptually distinct ideas (Kline, 2016).

Structural Model

The structural model was employed to test the hypothesised relationship (path coefficient) between the variables. Bootstrapped 5000 was utilised for both direct and indirect (moderated) relationships. Furthermore, coefficient of determination (R^2), effect size (f^2), predictive relevance (Q^2) and effect size of predictive relevance (q^2) were also analysed and discussed.

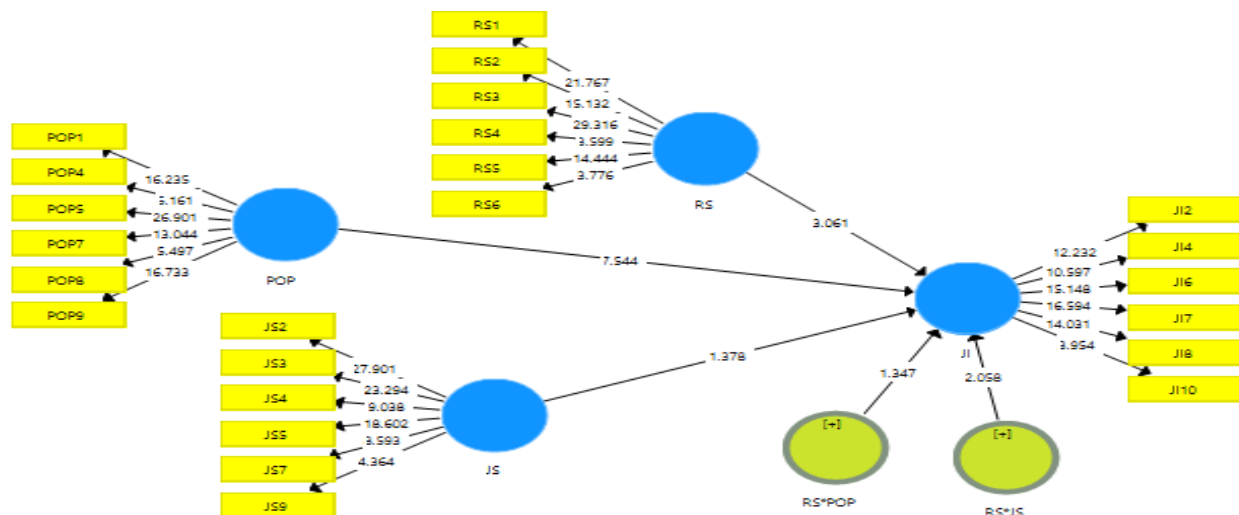


Figure 3: Pictorial display of structural model

Test of Hypotheses

Table 3: Path Coefficient

Hypothesis	Relationship	Beta	Standard Error	T-value	P-value	Decision
H ₀₁	POP-> JI	-0.445	0.066	7.544	0.000	Rejected
H ₀₂	JS -> JI	-0.166	0.154	1.378	0.169	Failed to be Rejected
H ₀₃	RS->JI	0.515	0.164	3.061	0.002	Rejected
H ₀₄	RS*POP	0.097	0.072	1.347	0.178	Failed to be Rejected
H ₀₅	RS* JS	0.210	0.102	2.058	0.040	Rejected

$$R^2 = 0.492$$

The first finding showed that perceived organisational politics has negative and significant effect on job involvement. A 1% increase in perception of organisational leads to a 0.497% decrease in employee job involvement. Thus, the first hypothesis is rejected. Contrarily, the second outcome of the study revealed that job stress has negative and non-significant effect on job involvement. Hence, the second hypothesis failed to be rejected. Furthermore, the third finding depicted that employee resilience has positive and significant effect on job involvement. A 1% increase in employee resilience results in a 0.502% increase in job involvement. The fourth hypothesis showed that employee resilience did not moderate the relationship between perceived organisational politics and job involvement. Finally, in contrast, the fifth finding revealed that employee resilience significantly moderates the relationship between job stress and job involvement.

The coefficient of determination (R^2) explains the degree of variance in the endogenous variable (JI) that is jointly explained by the exogenous and moderator variables (POP, JS & RS). According to Chin (1998) coefficient of determination values of 0.67, 0.33, and 0.19 are regarded as substantial, moderate, and weak respectively. Therefore, the R^2 value of 0.492 (49%) is moderate and explains that 49% of the variance in job involvement is jointly explained by perceived organisational politics, job stress and employee resilience.

Predictive Relevance (Q^2)

Garson (2016) stated that the Q^2 value of 0 or negative showed that the model is irrelevant in predicting the endogenous variable. According to Avcilar and Özsoy (2015), the Q^2 value bigger than 0 for a certain reflective endogenous latent variable indicates the path model's predictive relevance for a particular construct. Consequently, the Q^2 value of 0.220 in table 5 below shows that the study possesses predictive relevance.

Table 4: Predictive Relevance (Q^2)			
Construct	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
Job Involvement (JI)	594.000	463.509	0.220

Effect Size (f^2)

Effect size assesses the quantitative measure of the magnitude of the experimental effect of the exogenous variables on endogenous variable using the Cohen (1988) threshold. Cohen (1988) advanced that (f^2) values of 0.02, 0.15, and 0.35, to represent small, medium, and large effects respectively. Thus, POP and RS*JS have a medium size effect, JS and RS have a small effect while RS*POP has no effect. In addition to the effect size (f^2) evaluation, the relative measure of the predictive relevance can be assessed through the (q^2) values of 0.02, 0.15, and 0.35 indicating small, medium or large predictive relevance of an exogenous construct explaining the endogenous latent variable under investigation (Hair, Risher, Sarstedt, & Ringle, 2018). The result revealed that all the latent constructs have a medium size effect presented in the table below:

Table 5: Effect Size and Effect size of Predictive Relevance						
Construct	R² included	R²excluded	f^2	Effect size	q^2	Effect size
POP	0.492	0.390	0.202	Medium	0.178	Medium
JS	0.492	0.485	0.014	Small	0.219	Medium
RS	0.492	0.433	0.116	Small	0.186	Medium
RS*POP	0.492	0.490	0.004	No effect	0.219	Medium
RS*JS	0.492	0.406	0.169	Medium	0.216	Medium

RESULT AND DISCUSSION

The outcome of the first hypothesis established that perceived organisational politics has negative and significant effect on employee job involvement. The result showed that there is an inverse relationship between perceived organisational politics (POP) and job involvement (JI). In other words, when employees' subjectivity appraises the organisational politics and they view it as unfair, unjust and biased, it will adversely affect their involvement in the workplace. In addition, based on the postulations of the JD-R model which posited that job demand *i.e.*, POP has psychological and physiological costs which negatively affect their job outcomes (Bakker & Demerouti, 2014). Furthermore, this finding is in congruence with previous studies (*e.g.*, Aslam, 2016; Bedi & Schat, 2013). However, it is in contrast with past studies (Delle, 2013; Opoku & Arthur, 2018). The second hypothesis, contrary to expectation found that job stress did not significantly influence employee job involvement. Although the effect was negative it was not found to be significant. This is not far-fetched since working in civil service in Nigeria is naturally stressful (Ojeleye, Bakare, & Kareem, 2020) and perhaps the employees are used to the stress. In other words, employees in the Nigerian civil service likely have a large capacity to withstand stress owing to the perceived privilege of working in a government establishment and the mass unemployment rate in the state and country at large. The finding is in contrast with previous studies (*e.g.*, Maryati & Kusumayuda, 2020; Ullah et al., 2019; Babu & Solomon, 2017; Amin, Khattak, & Khan, 2018; Thakre & Barua, 2016; Griffin et al., 2010). The third hypothesis found that resilience has a positive and significant effect on job involvement. The finding is consistent with the theoretical assumptions of the JD-R model which argued that personal resources play a similar role as job resources in favourably predicting job outcomes *i.e.*, involvement (Bakker & Demerouti, 2018). In the same vein, resilience; self-evaluation predict goal-setting, motivation, life satisfaction, involvement and desirable job outcomes (Bakker & Demerouti, 2014).

The fourth and fifth hypotheses highlighted the moderating effect. The outcomes of the fourth hypothesis found that resilience did not significantly moderate the relationship between POP and JI. This may be because the understudy construct has to do with perception and not reality. As such, there was no need to bounce back or rebound. Lastly, the fifth hypothesis established that resilience significantly moderated job stress and job involvement. The sign of moderation is called mitigating effect as established by (Gardner, Harris, Li, Kirkman, & Mathieu, 2017). The type of moderation exists when the coefficients of predictor variable *i.e.*, job stress and the moderator variable have a different direction (positive or negative). As the value of the moderator increases, that of the predictor variable decreases. This type of moderator according to Gardner et al. (2017) is used to explain the buffering effect. Consequently, resilience buffered and diminished the negative effect of job stress on employee job involvement. In other words, employees with a high innate ability to rebound and overcome work-related challenges are more likely to weaken the negative effect of job stress on their involvement in the workplace. This is consistent with the theoretical postulation of personal resources buffering the negative effect of job demands on desirable job outcomes (Bakker & Demerouti, 2014).

CONCLUSION

Employees are one of the most important assets of any organisation owing to their roles in advancing competitive advantage. Consequently, since every organisation desires to be competitive and relevant, it is sacrosanct that management and government across all tiers make a concerted effort at ensuring that these employees are cognitively and physiologically alert. These can be assured by ensuring that job demands categorise such as job stress and organisation politics are adequately managed and minimised in the workplace.

Hence, based on the research findings the following recommendations are advanced

- i. Political behaviours should be avoided in the workplace as they can result in organisational discomfort and subsequently result in a decline in employee job involvement.
- ii. Job stress should eliminate optimal in the workplace by ensuring that employee workloads are nominal.
- iii. Although resilience is innate, nonetheless management psychologists and therapists have been enabled to train employees on coping strategies. Thus, training and development are needed to boost employees' resilience in the workplace.
- iv. Counterproductive organisational politics should be discouraged in the workplace. This can be done by ensuring that the organisation is fair and equitable for all categories of staff and erring employees punished.
- v. Resilience as a coping strategy to minimise the influence of job stress on job involvement be encouraged in the workplace.

LIMITATIONS AND SUGGESTIONS FOR FURTHER STUDIES

Despite the fascinating findings, the study is not without some established limitations. First, the study is solely quantitative in design employing both survey and cross-sectional designs. One of the known established problems of cross-sectional research is the common method variance; biases attributed to the measurement procedures rather than the construct of study. To mitigate this problem longitudinal research techniques can be adopted in future studies. In addition, qualitative research can also be studied to better understand the established relationship. Second, the study utilised a purposive sampling technique; a nonprobabilistic sampling design that does not give respondents an equal chance of being selected and generalisation of research findings. Future studies should employ a more robust methodology with a larger sample size for easy generalisation of research findings. Third, the study was limited to public sector employees ignoring the private

sector. Besides, the study's sample is small to make a crucial generalisation. Future studies can also be undertaken on private-sector employees or both sectors in a meta-analysis study. Lastly, psychological capital/ personal resources consist not only of resilience but also of self-esteem, self-efficacy, hope and optimism. Future research can apply any of these constructs as a moderator or mediator of the established relationship in this study.

REFERENCES

- Airila, A., Hakonen, J. J., Schaufeli, W. B., & Luukkonen, R. (2014). Are job and personal resources associated with work ability 10 years later? The mediating role of work engagement. *Work & Stress*, 28(1), 87–105. <https://doi.org/10.1080/02678373.2013.872208>
- Akanni, A. A., Omisile, I., & Oduaran, C. A. (2018). Workplace deviant behaviour among public sector employees : the roles of perceived religiosity and job status. *Sciend*, 11(17), 44–51. <https://doi.org/10.1515/eras-2018-0010>
- Al-A'wasa, S. I. S. (2018). The impact of organizational justice on the counterproductive work behavior (CWB): a field study conducted in the Jordan customs department (JCD). *International Journal of Business and Social Science*, 9(1), 27–38. Retrieved from https://www.ijbssnet.com/journals/Vol_9_No_1_January_2018/4.pdf
- Ali, F., Ciftci, O., Nanu, L., Cobanoglu, C., & Ryu, K. (2020). Response rates in hospitality research: An overview of current practice and suggestions for future research. *Cornell Hospitality Quarterly*, 1–16. <https://doi.org/10.1177/1938965520943094>
- Amin, M., Khattak, A. Z., & Khan, M. Z. (2018). Effects of job stress on employee engagement and organizational commitment: a study on employees of emergency rescue service. *City University Research Journal*, 8(2), 200–208. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/331771761>
- Amir, M. T., & Mangundjaya, W. L. (2021). How resilience affects employee engagement? a case study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 1147–1156. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1147>
- Amoako, E. P., Gyamfi, O. A., Emmanuel, A. K., & David, B. (2017). The effect of occupational stress on job performance at Aspet A company limited. *Global Journal of Arts, Humanities and Social Sciences*, 5(8), 1–17. Retrieved from <https://www.eajournals.org/wp-content/uploads/The-Effect-of-Occupational-Stress-on-Job-Performance-at-Aspet-A.-Company-Limited.pdf>
- Andersson, U., Cuervo-Cazurra, A., & Nielsen, B. B. (2014). From the editors: Explaining interaction effects within and across levels of analysis. *Journal of International Business Studies*, 45, 1063–1071. <https://doi.org/10.1057/jibs.2014.50>
- Anjum, M. A., Liang, D., Durrani, K. D., & Parvez, A. (2020). Workplace mistreatment and emotional exhaustion : The interaction effects of self-compassion. *Current Psychology*-, 6(2). <https://doi.org/10.1007/s12144-020-00673-9>
- Aslam, H. S. I. (2016). The influence of perception of organizational politics on job involvement and turnover intentions of employees as moderating effects of person environment fit : a study on health department of Pakistan. *International Journal of Science and Research*, 5(10), 556–560. <https://doi.org/10.21275/ART20162120>
- Avçilar, M. Y., & Özsoy, T. (2015). Determining the effects of perceived utilitarian and hedonic value on online shopping intentions. *International Journal of Marketing Studies*, 7(6), 27–49. <https://doi.org/10.5539/ijms.v7n6p27>
- Babu, P. R. R., & Solomon, M. D. (2017). Correlates of job stress and job involvement among the employees of private industries limited Tiruchirapalli District. *Research on Humanities and Social Sciences*, 7(17), 71–75.
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2014). Job demands-resources theory. In *Work and Wellbeing: Wellbeing: A Complete Reference Guide* (Vol. 3, pp. 1–28). John Wiley & Sons, Ltd.

<https://doi.org/10.1002/9781118539415.wbwell019>

- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2018). Multiple levels in job demands-resources theory: implications for employee wellbeing and performance. In E. Diener, S. Oishi, & L. Tay (Eds.), *Handbook of well-being*. Salt Lake City, UT: DEF Publishers. DOI:nobascholar.com. *Handbook of Well-Being*, 1–13. <https://doi.org/DOI:nobascholar.com>
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.51.6.1173>
- Bedi, A., & Schat, A. C. H. (2013). Perceptions of organizational politics: a meta-analysis of its attitudinal, health, and behavioural consequences. *Canadian Psychology*, 54(4), 246–259. <https://doi.org/10.1037/a0034549>
- Bhatti, M. H., Bhatti, M. H., Akram, M. U., Hashim, M., & Akram, Z. (2016). Relationship between job stress and organizational commitment: An empirical study of banking sector. *Journal of Business Management and Economics*, 7(1), 29–37. [https://doi.org/10.18685/EJBME\(7\)1_EJBME-15-013](https://doi.org/10.18685/EJBME(7)1_EJBME-15-013)
- Black, J. K., Balanos, G. M., & Whittaker, A. (2017). Resilience, work engagement and stress reactivity in a middle-aged manual worker population. *Official Journal of the International Organization of Psychophysiology*, 116, 9–15. <https://doi.org/10.1016/j.ijpsycho.2017.02.013>
- Blumberga, S., & Lapkovska, L. (2021). Engagement and involvement of personnel during remote work. *IA Proceed of Nternational Conference on Innovations in Science and Education Prague, Czech Republic*, 48–56. Prague.
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modelling. In M. G. A (Ed.), *Modern Methods for Business Research*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). New York: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Creswell, J. W., & Creswell, D. J. (2018). *Research Design* (5th ed.). Los Angeles: SAGE Publications, Inc.
- De Bruin, G. P., & Taylor, N. (2005). Development of the sources of work stress inventory. *South African Journal of Psychology*, 34(4), 748–765. <https://doi.org/10.1177/008124630503500408>
- Delle, E. (2013). The influence of perception of organizational politics on employee job involvement and turnover intentions: empirical evidence from Ghanaian organizations. *European Journal of Business and Management*, 5(9), 151–160.
- Fasanmi, S. S., Mazadu, M. S., & Ogundele, J. (2021). Influence of job involvement on dimensions of job performance among marketers in Nigerian banks. *KIU Journal of Social Sciences*, 7(4), 145–158.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: algebra and statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382–388. <https://doi.org/10.2307/3150980>
- Gallup. (2022). *State of the Global Workplace 2022 Report*. New York. Retrieved from <https://www.gallup.com/workplace/349484/state-of-the-global-workplace.aspx?>
- Garson, G. D. (2016). *Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models* (3rd ed.). Asheboro: Statistical Publishing Associates.
- Griffin, M. L., Hogan, N. L., Lambert, E. G., Tucher-Gail, K. A., & Baker, D. N. (2010). Job involvement, job stress, job satisfaction, and organizational commitment and the burnout of correctional staff. *Criminal Justice and Behaviour*, 37(2), 239–255. <https://doi.org/10.1177/0093854809351682>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Cham: Springer Nature

Ojeleye, Y.C., Salisu, U., Mejabi, B.O. and Mukaila, K.A. (2022), "Perceived organizational politics, job stress and job involvement of public sector employees in Nigeria: the role of resilience", *Management and entrepreneurship: trends of development*, 4(22), pp.17-33. Available at: <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2022-4/22-02>

Switzerland. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>

- Hidayah, F., & Ardiansyah, F. (2018). If you can survive , then you will stay: Resilience and turnover intention on employees. *4th ASEAN Conference on Psychology, Counselling, and Humanities*, 304, 76–80.
- Iskamto, D. (2021). Stress and its impact on employee performance. *International Journal of Social and Management Studies*, 2(3), 142–148. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/352777850>
- Jackson, L. (2014). *The work engagement and job performance relationship : exploring the mediating Effect of trait emotional intelligence* (San Jose State University). San Jose State University. <https://doi.org/10.31979/etd.3kz9-sguw>
- Kacmar, K. M., & Carlson, D. S. (1997). Further validation of the perceptions of politics scale: a multiple sample in vestigation. *Journal of Management*, 23(5), 627–658. <https://doi.org/10.1177/0013164491511019>
- Kanungo, R. N. (1982). Measurement of job and work involvement. *Journal of Applied Psychology*, 67(3), 341–349.
- Kashyap, S. P., & Kumar, SKrishna, A. (2014). stress and psychological health . Role of resilience as a moderator between the relationship of occupational stress and psychological health. *Indian Journal of Health and Wellbeing*, 5(9), 1023–1026.
- Kašpárková, L., Vaculík, M., Procházka, J., & Schaufeli, W. B. (2018). Why resilient workers perform better : The roles of job satisfaction and work engagement. *Journal of Workplace Behavioral Health*, 33(1), 43–62. <https://doi.org/10.1080/15555240.2018.1441719>
- Kimura, T., Bande, B., & Fernandez-Ferrín, P. (2018). Work overload and intimidation : The moderating role of resilience. *European Management Journal*, 10, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2018.03.002>
- Kline, R. B. (2016). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (4th ed.). New York: The Guilford Press.
- Korber, S., & Mcnaughton, R. B. (2018). Resilience and entrepreneurship : a systematic literature review. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(7), 1129–1154. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-10-2016-0356>
- Kusmaningtyas, A., & Nugroho, R. (2021). Effect of job involvement on employee performance through work engagement at bank Jatim. *Universal Journal of Management*, 9(2), 29–37. <https://doi.org/10.13189/ujm.2021.090201>
- Maryati, T., & Kusumayuda, A. (2020). Empirical study of job stress , turnover intention and job involvement. *Proceedings of the 4th International Conference on Sustainable Innovation 2020-Accounting and Management*, 176, 50–57.
- Meintjes, A., & Hofmeyr, K. (2017). The impact of resilience and perceived organisational support on employee engagement in a competitive sales environment. *SA Journal of Human Resource Management*, 16(0), 1–11. <https://doi.org/10.4102/sajhrm.v16i0.953>
- Mensah, A. (2021). Job stress and mental well-being among working men and women in Europe : the mediating role of social support. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(2494), 1–18. <https://doi.org/10.3390/ijerph18052494>
- Mulliner, J. (2018). *Employee engagement, motivation, resilience, and leadership: An exploration of relationships within a Higher Education Institution*. University of Chester.
- Murali, S. B., Basit, A., & Hassan, Z. (2017). Impact of job stress on employee performance. *International Journal of Accounting & Business Management*, 5(2), 13–33. <https://doi.org/24924/ijabm/2017.11/v5.iss2/13.33>
- Murugesan, T. K., & Megavannan, R. (2019). The effect of resilience, EI & well-being on employee performance – an exploratory study of BPO & ITES. *Asian Journal of Research in Social Sciences and Humanities*, 8(5), 106–124.
- Naqvi, S. M. H., Khan, M., Kant, A., & Khan, S. N. (2013). Job stress and employees ' productivity : case of Azad Kashmir public health sector. *Interdisciplinary Journal of*

- Contemporary Research in Business*, 5(3), 525–542. Retrieved from <https://journal-archieves34.webs.com/525-542.pdf>
- Nielsen, K., Nielsen, M. B., Ogbonnaya, C., Käsälä, M., Saari, E., & Isaksson, K. (2017). Workplace resources to improve both employee well-being and performance : A systematic review and meta-analysis. *Work & Stress*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/02678373.2017.1304463>
- Novitasari, D. (2020). Job stress and turnover intention : understanding the role of leadership and organizational commitment. *International Journal of Science and Management Studies*, 3(5), 1–14. Retrieved from <http://ijmsjournal.org/2020/volume-3 issue-5/ijms-v3i5p101.pdf>
- Odoh, M., & Ihedigbo, C. E. (2014). Research designs, survey and case study. *IOSR Journal of VLSI and Signal Processing*, 4(6), 16–22. Retrieved from <http://www.iosrjournals.org/iosr-jvlsi/papers/vol4-issue6/Version-1/C04611622.pdf>
- Ojeleye, Y. C., & Bakare, M. (2020). Transformation leadership and employee engagement: moderating role of organizational trust in confectioner industry. *International Journal of Intellectual Discourse*, 3(1), 2–16. Retrieved from <https://ijidjournal.org/index.php/ijid/article/view/5>
- Ojeleye, Y. C., Bakare, M., & Kareem, R. F. (2020). Work environment and employee performance in federal college of education (Technical) Gusau , Zamfara State. *International Journal of Applied Research*, 6(9), 183–190. <https://doi.org/https://doi.org/10.22271/allresearch.2020.v6.i9c.7118>
- Ojeleye, Y. C., & Okoro, C. I. (2016). Job stress and employees' productivity in telecommunication sector of Nigeria (A study of Globacom, MTN, Airtel and Etisalat). *International Journal of Multidisciplinary Education and Research*, 1(5), 5–10. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/318014315%0A>
- Ojo, A. O., Fawehinmi, O., & Yusliza, M. Y. (2021). Examining the Predictors of Resilience and Work Engagement during the COVID-19 Pandemic. *Sustainability*, 13, 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13052902>
- Oke, O., Alo, F., Lanre, F., & Emmanuel, B. (2019). Variations and predictors of employee engagement in the Nigerian prisons service, Bayelsa state command. *Journal of Behavioural Studies*, 1(1), 15–26. Retrieved from <https://jbs.com.ng/index.php/jbs/article/download/40/38>
- Olujide, A., Igbino, A. O., Solarin, M. A., Ahmadu, F. O., & Olawunmi, E. (2017). Exploring occupational stress and job involvement of workers in private and public organizations. *Proceedings of SOCIOINT 2017- 4th International Conference on Education, Social Sciences and Humanities 10-12 July 2017- Dubai, UAE*, 1444–1450.
- Opoku, F. K., & Arthur, D. D. (2018). Perceived organisational politics, political behaviour and employee commitment in the Wenchi Municipal Assembly , Ghana. *Ghana Journal of Development Studies*, 15(1), 116–134. <https://doi.org/10.4314/gjds.v15i1.6>
- Oshilim, N. G., & Akpesiri, O. P. (2015). Governance, employee engagement and improved productivity in the public sector: The Nigerian Experience. *Journal of Investment and Management*, 4(5), 141–151. <https://doi.org/10.11648/j.jim.20150405.12>
- Oyewole, T. G., Adegoke, J. A., & Atoyebi, T. A. (2020). The effect of stress on academic staff job performance in Private universities in southwestern Nigeria: Bowen university as a focal point. *European Journal of Educational and Development Psychology*, 8(3), 54–69. Retrieved from <https://www.eajournals.org/wp-content/uploads/The-Effect-of-Stress-on-Academic-Staff-Job-Performance-in-Private-Universities.pdf>
- Pratama, A. W., & Parahyanti, E. (2019). Counterproductive work behavior among government employees : the role of basic psychological needs , compensation and organizational justice. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 229, 770–784. Retrieved from <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>
- Raaj, V. G., & Anju, E. N. (2019). Unseen incivility in workplace and its impact on work allied

Ojeleye, Y.C., Salisu, U., Mejabi, B.O. and Mukaila, K.A. (2022), "Perceived organizational politics, job stress and job involvement of public sector employees in Nigeria: the role of resilience", *Management and entrepreneurship: trends of development*, 4(22), pp.17-33. Available at: <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2022-4/22-02>

- outcomes. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*, 8(3), 80–85.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Method for Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Setia, M. S. (2018). Methodology series module 3: Cross-sectional studies. *Indian Journal of Dermatology*, 61, 261–264. <https://doi.org/10.4103/0019-5154.182410>
- Shu-ling, C., Chih-ting, S., & Nai-wen, C. (2018). A multilevel job demands -resources model of work engagement: antecedents , consequences and boundary conditions. *Human Performance*, 1–23. <https://doi.org/10.1080/08959285.2018.1531867>
- Smith, B., Dalen, J., Wiggins, K., Tooley, E., Christopher, P., & Bernard. (2008). Brief resilience scale: assessing the ability to bounce back. *International Journal of Behavioral Medicine*, 15(3), 194–200.
- Stanley, S., Buvaeswari, G. M., & Arumugam, M. (2021). Resilience as a moderator of stress and burnout : A study of women social workers in India. *International Social Work*, 64(1), 40–58. <https://doi.org/10.1177/0020872818804298>
- Thakre, N., & Barua, P. (2016). Occupational stress, job satisfaction and job involvement amongst organizational employees. *Indian Journal of Mental Health*, 3(1), 79–84.
- Ullah, R., Ahmed, S., & Khan, A. (2019). Employee involvement effect on reducing job stress. *Preliminary Communication*, 6(2), 69–82.
- Yadav, B., & Banerjee, P. (2017). Optimism, resilience and employee engagement. *Indian Journal of Psychological Science*, 8(1), 110–118. Retrieved from <http://www.napsindia.org/wp-content/uploads/2017/04/12.pdf>
- Zhang, X., Bian, L., Bai, X., Kong, D., Liu, L., Chen, Q., & Li, N. (2020). The influence of job satisfaction, resilience and work engagement on turnover intention among village doctors in China: a cross-sectional study. *BMC Health Services Research*, 20, 1–12.

ОРГАНІЗАЦІЙНА ПОЛІТИКА, СТРЕС НА РОБОТІ ТА ЗАЛУЧЕННЯ ПРАЦІВНИКІВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ В НІГЕРІЇ: РОЛЬ СТІЙКОСТІ

Yinka Calvin Ojeleye

*Department of Business Administration,
Ahmadu Bello University Zaria*

Umar Salisu

*Department of Business Administration,
Ahmadu Bello University Zaria*

Bolaji Olorunmaye Mejabi

*Department of Business Administration,
Ahmadu Bello University Zaria*

Kadri Aliu Mukaila

*Department of Business Administration,
Ahmadu Bello University Zaria*

В статті розглянуто роль стійкості у зв'язку між сприйнятою організаційною політикою, стресом на роботі та залученням до роботи серед працівників штату Замфара. У дослідженні використовувалися методи цілеспрямованої вибірки, оскільки респондентам було роздано 500 частин анкети, з яких 266 частин анкети були дійсними та використовувалися для аналізу. У дослідженні використовувалося моделювання структурних рівнянь, щоб встановити гіпотетичний зв'язок. Висновки показали, що передбачувана організаційна політика та стійкість мають негативний і позитивний значний вплив на участь у роботі відповідно, тоді як робочий стрес має негативний незначний вплив на участь у роботі.

Ключові слова: сприймання організаційної політики; залучення до роботи; стійкість; модель вимог до роботи та ресурсів; робочий стрес.

MANAGEMENT

RECEIVED:

05 October 2022

ACCEPTED:

05 November 2022

RELEASED:

20 December 2022

UDC 005.311.1:004

DOI 10.26661/2522-1566/2022-4/22-03

SYSTEMATIC REVIEW OF MODERN TECHNIQUES IN QUALITATIVE RESEARCH

Ramakrishnan Vivek

MBA(Rajarata University), BBA(Jaffna University)

Assistant Lecturer - Faculty of Business Studies

Sri Lanka Technological Campus

ORCID ID: 0000-0001-5691-6825

Author email: arvivek46@gmail.com

Abstract. According to Mayan (2009), being a qualitative researcher entails various activities “It is a pleasure to share life and learning with others to make sense of our reality jointly. Non-experimental qualitative research is not only conducted with people but also performed through people.” According to its many definitions, qualitative research entails significant interpersonal contact. Throughout the process of qualitative research, from strategy to implementation, effective communication is essential. While numerous new qualitative research tools have emerged over the last several decades, those linked to communication technology have emerged as the most important and impactful. Because there is little information available regarding communication technologies in qualitative research, this article aims to produce an overview of the new developing technologies currently being used. For that, the writer has reviewed several pieces of literature on qualitative research. As surfaced from the literature, qualitative research has transformed to new heights using modern techniques. Therefore, qualitative researchers must keep up to date with the latest technological advances to get maximum productivity.

Keywords: hybrid methods, management research, qualitative research, skype, social mobile devices (SMD), VOIP, teleconferencing.

JEL Classification: A10, A12.

INTRODUCTION

Ongoing changes in the technological context and society overall continually pose new methodological challenges for managerial research (Pettigrew, 1990). However, facing such challenges can be aided by technological and societal developments that have brought them about, as they offer new tools and possible approaches. Any new approach must undergo a process of refinement and standardisation to become a concrete solution. This is precisely the aim underlying the conception, proposal, and final making of this special issue of Management Decision: to contribute to clarifying, formalising, and eventually standardising new methods for management research currently in the early stages of their maturation, beginning with those based on qualitative approaches (Denzin and Lincoln, 1994; Myers, 2013).

Qualitative research follows an approach that does not dissociate the analysis from the researcher’s experience (Mills, 1959, pp. 195-226). Such an approach is common to the methods of

data collection and interpretation of all qualitative research fields, thereby uniting management studies to other social sciences such as sociology, anthropology (Sanday, 1979; Van Maanen, 1988; Vidich and Lyman, 1994), linguistics (Manning, 1979) and history (Tuchman, 1994), at least on the methodological plane. Such "transdisciplinary contamination" is revealed by the fact that work such as Yin's (1981, 1984, 1993), which is linked to research in the field of pedagogy (Yin, 2005), is among the most often cited in management case study research as well.

Given these transdisciplinary associations, management literature has long contained a vast body of work on the use of case studies, ethnography, and so-called action research (Van Maanen, 1979; Mintzberg et al., 1976; Mintzberg, 1979; Gill and Johnson, 1991). This special issue aims to offer the opportunity to discuss some new qualitative research methodologies that have emerged only recently, not only in response to changes in today's business environment but also thanks to the creativity of management researchers.

Traditional research methodologies have been under considerable strain by the potentialities associated with new high-tech tools for producing, acquiring, and sharing information, particularly the internet. Exploiting these new tools has prompted a sort of "hybridisation" between different qualitative methodologies and even between qualitative and quantitative ones, resulting in methods that are clearly distinct from those used in the past, at least in terms of applications (Harrison and Reilly, 2011).

The following section addresses some aspects of the change in context that has favoured the emergence of some new qualitative research methodologies. At the same time, the subsequent one examines the processes of methodological hybridisation that have been associated with such change. Finally, the conclusions propose some keys for reading the papers presented in this special issue.

LITERATURE REVIEW

Change in context and new qualitative research methods

Current ongoing changes in the (technological, sociological, and anthropological) settings in which producers and consumers are called upon to act nowadays have been providing strong impetus to developing new research approaches to management. The new global digital setting in which business decision-makers and practitioners operate has been accompanied by a transition to more complex research methodologies, which seems to favour recourse to qualitative methods of investigation (Gummeson, 2006, pp. 170-171). In short, such changes have led to greater complexity, and in addressing such complexity, the qualitative dimension is essential. This new complexity is also connected to modern means to create more widely disseminated knowledge, which in turn calls for access to know-how and skill on the part of all actors in the spheres of consumption and production, who may be therefore called upon to carry out ever-more active and important roles (Sridhar and Srinivasan, 2012).

This is especially true regarding creating that enormous (quantitative and qualitative) database offered by the internet. The fact that the contents of the internet, above and beyond their interactive aspects (particularly accentuated in social networks), are multimedial, consisting of texts, images, audio, and video (Belk and Kozinets, 2005), offers substantial opportunities for qualitative research (Kozinets, 2010). In addition, the widespread availability of quantitative data (analytics) offers unprecedented possibilities for conducting contemporaneously qualitative and quantitative research (Jick, 1979; Mingers and Gill, 1997).

Qualitative research offers some well-known advantages. Miles and Huberman (1994) maintain that properly gathered qualitative data provide a "focus on naturally occurring, ordinary events in natural settings so that we have a strong handle on what 'real life is like [y] that confidence is buttressed by local groundedness, the fact that the data were collected near a specific situation, rather than through the mail or over the phone" (p. 10).

With the emergence of new methods in qualitative management research, the creativity of individual researchers can contribute greatly to formulating new research designs, as well as to developing new instruments of research (e.g., software) (Zhang and Segall, 2010). New research methods can exploit the study of internet communities, as in digital ethnography or net-ethnography (Hine, 2000; Kozinets, 2002; Bowler, 2010). In brief, changes in business contexts may regard the followings aspects:

- Technological - The internet offers new possibilities for research in terms of amassing vast quantities of data and developing tools for processing and disseminating such data.
- Sociological - Changing social roles alter the usefulness of traditionally adopted classifications, such as “consumer” or “worker/producer,” with a consequent need to rethink their significance.
- Anthropological - These stem from the adoption of new methodological tools (and resulting classifications) for studying the “culture” and “communities” of the internet (ethnography), as well as from the transnational nature of modern contexts (ethno-methodologies).

The management studies of recent years furnish many examples of the “blooming” of new methodological possibilities and solutions, which have been made not only possible but even necessary by the new settings in which businesses operate. Such evolutionary trends involve management as well as marketing and the study of consumption behaviour (Arnould and Wallendorf, 1994), a field in which increasing attention has been focused, for example, on “consumer skills” (Caru` and Cova`, 2008, 2011). The study entails modifying current research methodologies and defining new, at times non-standard, ones, with particular attention to those based on a qualitative, sociological, or anthropological framework (Denzin and Lincoln, 1994; Cayla and Arnould, 2013).

The research methodology problem has been framed in terms of language (Manning, 1979); qualitative methods provide different answers from specific quantitative methods. In management studies, the issue of research methodologies is particularly noteworthy in that it has significant effects on the possibilities for communication between researchers and business policymakers in collecting data and disseminating results. In this sense, adopting new qualitative research methodologies can contribute to reducing the gap between theory and practice in management (Guercini, 2004).

Qualitative research and its answers are particularly relevant to management issues, for which recourse to hybrid solutions and mixed methods seems justifiable. Qualitative methods do not adopt a simplifying approach; they do not focus on any single aspect; they do not attempt to break complex problems down into several simpler specific issues. The issue, or problem, is viewed in its entirety with respect to one or a small number of subjects of the analysis. Moreover, qualitative research can help establish a different relationship between observer and observed and hence aid in overcoming the so-called “Cartesian dualism” since the relationship between observer and observed appears somewhat more direct and multifaceted (Mintzberg, 1979) and, therefore, not amenable to measurement via the techniques of the “hard sciences” (Bonoma, 1985, p. 200; Woodside, 2010).

The various facets of, and the relations between, different qualitative research methods can be represented by the so-called “tree of qualitative methodologies” proposed by Harry Wolcott (1992), which describes the “qualitative strategies in educational research” as a tree rooted in the “everyday life” activities of “experiencing,” “enquiring” and “examining,” whose trunk gives rise to the following different main branches of qualitative research:

- “Nonparticipant observation strategies,” from which stem the secondary branches of “nonreactive/unobtrusive research,” “human ethology,” and “observer study,” this last giving rise to “connoisseurship.”
- “Participant observation strategies,” which branches off into “ethnography” and “field studies,” the former in turn giving rise to “community study,” “ethnology,” “anthropological

life history," "micro-ethnography," and "ethnography of communication," and the latter to "ethnomethodology," "conversation analysis," "phenomenology," and "post-structuralism."

- "Interview strategies," which divides into "detective journalism," "biography," and "oral history."

- "Archival strategies," branching out into "history," "literary criticism," "philosophy," and "content analysis."

The hybridisation between different qualitative methods

The works presented in this special issue demonstrate that newly available technologies can make quantitative data more accessible, standardised, and obtainable at a low cost (Germann et al., 2013). This is clearly evinced by the easy accessibility of Google Adwords "Analytics," or other indicators (number of visits, comments, "likes" and "dislikes," etc.) associated with social network users (Naylor et al., 2012), which appear as service "commodities," in that they are standardised and easily available thanks to technology (Branthwaite and Patterson, 2011). The qualitative components of research (sentiment analysis, psychological judgments, taste, irony, etc.) may be more challenging to obtain, specific, and endowed with greater added value, even in managerial and marketing research. At the same time, however, some aspects of quantitative research are by now undeniable necessities, and hence all that remains is to see just how qualitative and quantitative methodologies can be integrated (Harrison and Reilly, 2011; Davis et al., 2011).

However, this integration process is not free of cognitive cost for the researcher because it involves the contemporaneous evaluation and side-by-side application of different paradigms (Brocklesby, 1997). Integrating different methodologies is also a focus of current attention for the "research economy," so to speak. Indeed, if we take, for example, the methodologies based on the collection and analysis of original online texts, whose investigation may profit from both quantitative and qualitative analyses, such databases (e.g., "linguistic corpora") entail the costs of collection and selection, which may be exploited to the fullest by using the material for both quantitative and qualitative analysis (Ludwig et al., 2013). Another good reason to integrate different methodologies is the relationship between the researcher and economic actors, whether managers, entrepreneurs, or consumers. The development of action research (Gummesson, 2000, p. 178; Pihlanto, 1994) and its integration with other methods, or the involvement of practitioners as "witnesses," who can be considered co-researchers (Gummesson, 2000, p. 21), also heads in the direction of the economy of research effort, in the sense that it reveals otherwise obscure content, often linked to the tacit knowledge (if not unconscious perceptions) of consumers and entrepreneurs. Indeed, such content research results do not emerge without the involvement of the managers, entrepreneurs, or consumers themselves as co-researchers, in that such involvement can improve the communication processes between the practitioners' setting and the research context (Guercini, 2004).

The authors of the papers in this special issue speak of "hybridisation," "integration," or "combination," proposing "both the expected and serendipitous synergies obtained through the particular blend of methods" to produce more effective research results (Leonard-Barton, 1990, p. 248). The works herein address new methodologies and ways to use existing ones (such as case studies and ethnographical research) in their conceptual and empirical applications. Research strategies become integrated, while data collection and processing methods may also change considerably. New qualitative methods are often viewed considering their "hybridisation" with other qualitative or quantitative methods, thereby providing:

- New perspectives in case study research.
- New ethnography and participant observation forms are applied to new settings and topics.
- New techniques in content analysis, text analysis software, and applications, and new software for analysing texts and website content.

- New forms and applications of historical methods in management research.
- New forms of hybridisation between qualitative and quantitative techniques in management research; and
- Other new methods stem from qualitative research techniques and new ways to apply traditional qualitative methods to management research.

From the summary of the various contributions to this issue, what emerges is a strict relation between the research topic and the qualitative methods adopted. For instance, the case study method (Yin, 1984; Woodside, 2010) has been widely applied to industrial marketing research (Hakansson, 1982; Borghini et al., 2010; Easton, 2010), for which much empirical data analysis has been conducted based on this method, while the methodological questions have only been addressed more recently. Case research has been the object of increasing attention, giving rise to a specialised body of literature focussing on its role as a management methodology. Despite its limitations and the criticisms levelled at it, case research has been viewed as a prime source of “grounded theory” (Glaser and Strauss, 1967; Eisenhardt, 1989) and a “systematic combining” of theory and empirical research (Dubois and Gadde, 2002). In a “glass is half full” perspective, given its many merits, case research is to be considered a consistently useful method (Yin, 1981).

The contribution of qualitative methodologies is fundamental to “fixing” the knowledge of enterprise decision makers (managers and entrepreneurs). The relationship between method and topic also finds a defining framework within the reference scientific community since the subject of knowledge is linked to that of the community (Von Glasersfeld, 1981). Scientific knowledge obviously regards the scientific community (Kuhn, 1962; Paul, 2009), just as managerial and entrepreneurial knowledge regards the community of researchers and scholars; it also pertains to managers and entrepreneurs. New qualitative methodologies help build bridges between the research community and practitioners, favouring the development of shared language and context.

So, what do we mean by “hybrid” methodology in management? Recourse to mixed qualitative and quantitative methodologies comes to be viewed as an empowering (at times even necessary) element, not so much because it satisfies the positivistic requisites of “scientificity,” that is to say, it produces knowledge that is “true” (in that it regards reality) and “certain” (in that it is a “homomorph” of reality) (von Glasersfeld, 1981), but instead because in management studies the sought-for knowledge is not “certain truth,” but “useful knowledge.” In this way, hybrid research using both qualitative and qualitative methods can be proposed as a heuristic solution for obtaining useful knowledge by exploiting both processes of knowledge creation, that is, analytical as well as heuristic (Plebe and Emanuele, 2006).

One essential aspect of qualitative research, in particular forms such as “action research,” is that it enables the researcher to share the context of management practitioners (Miles and Huberman, 1994, p. 10ff.). Management researchers who adopt quantitative methodologies can study a managerial phenomenon without sharing the business context: they can acquire some data and, armed with a variety of mathematical and statistical tools, write studies on production activities without ever having seen a production facility or write about distribution networks without ever having talked to a supplier about a client or a client about a supplier. The remoteness of the analytical setting from the context of the object of study seems confirmed by quantitative research’s very instruments. Instead, in qualitative research, based on case studies, the research setting and the management context overlap, enabling methodologies such as ethnography or participant observation to achieve results unattainable by other methods (for instance, formulating a theory or a research hypothesis). The advocates of quantitative methods view the separation of research from direct contact with the actors in the studied phenomena as necessary to guarantee “objectivity,” while exponents of qualitative research, to the contrary, believe that the absence of experience and contact with the complexity of the phenomena prevents them from capturing a number of “global” or overall aspects (Gummesson, 2006, p. 170; Capra, 2002, p. 36). Exponents of hybrid forms of research have gone beyond such ideological stances to espouse a pragmatic attitude, often focused

on the specificity of the problem at hand and aimed at seizing the more significant opportunities afforded by the available fact-finding elements.

Communication Technologies in Qualitative Research

Most qualitative inquiry is grounded in the information collected from observation, text, talk, and interviews (Mayan, 2009). At a very basic level, qualitative researchers then engage in the process of studying communicative practices in context. Data collection is the main task in qualitative research after choosing a methodology and methods. Data collection in qualitative research is commonly accomplished through three components (Creswell, 2007; Patton, 2002):

1. Interviews
2. Observations
3. Documents

Among these three components, interviews dominate. For many years traditional/ classical interviews were performed through face-to-face interaction, which allowed researchers to delve deeper into the participant's condition using such cues as "non-verbal" communication. Researchers doing phenomenological, grounded theory, and narrative research derive their data from individual face-to-face interviews. This form was considered for many years to be the "gold standard" for obtaining data in qualitative research (McCoyd & Kerson, 2006) with the view that other methods are a compromise rather than valid techniques in themselves. However, in the 80s, researchers started to slowly integrate telephone media into their research methods and found it to be a productive and valid methodological tool (Stephens, 2007).

Telephone

Holt (2010) suggested that the lack of non-verbal communication during telephone interviews meant that, unlike in face-to-face interactions, everything had to be articulated by both the participant(s) and the researcher. This need for full articulation meant that a much richer text might be produced to begin an analysis. This insight suggests that the relationship between the mode of data production and the method of data analysis is a further avenue for methodological debate. One of the features of using a telephone for research interviewing is the need to explicitly direct the conversation because of an absence of non-visual cues and the reduced concern about low response rates. Telephone interviewing further implies that the researcher should be the one to choose whether to use the telephone for interviews. By contrast, during their qualitative interview study of jail corrections officers and visitors, Sturges and Hanrahan (2004) found that allowing participants to choose the medium (face-to-face or telephone) increased participation.

The telephone interview can allow the participant more flexibility during the interview. For example, it allows the participant the possibility of walking and moving around his/her house during the interview and to feel more comfortable sharing when one of the family members comes home (Holt, 2010). Many conversations in Holt's experience were interspersed with comments such as "Oh, my son has just come in [:] I am just going upstairs. . ." (p. 117).

In contrast, during face-to-face interviewing, participants must be stable in one setting, and the entrance of a family member may be a distraction. Using telephone interviewing enables the participant to control the privacy of the conversation. This flexibility can be beneficial when young children are present because the use of the telephone seems to provide parents with a legitimate reason to resist interacting with their children in a way that face-to-face encounters may not. Holt (2010) provides the example that during a face-to-face interview with a mother, her 4-year-old son's presence and demands for attention were increasingly distracting as the interview progressed. In contrast, a telephone interview with a mother who was overheard telling her young daughter, "Sssshhhh, I am on the phone. . ." at the beginning of the interview seemed sufficient to enable the interview to progress uninterrupted (p. 117). Thus, using the telephone could provide participants with a resource to control their social space and protect them from being interrupted by other family

members—a resource that would not have been available in face-to-face interview encounters (Holt, 2010).

As the internet evolved in the 80s and 90s, telephone technology changed and was gradually replaced by internet communication. As we will see later, all the relative advantages of the telephone methods remain valid and expand when using the internet.

Internet

The internet has become widely used in developed and developing countries (see Figure 2). The internet is one of the most useful technologies in modern times. It helps us not only in our personal but also professional lives. Various internet platforms are available for communication with two main categories: synchronous communication and asynchronous communication. Synchronous communication occurs in real time, including in chat rooms and instant messages. On the other hand, asynchronous communication, such as emails and blogs, allows people to respond to communications at their convenience.

Technical communication has become a way of life in today's global society, and connecting with others has never been easier. Wherever people go, staying connected is merely a click away. Some people still maintain their technological base on the home computer, but many carry it everywhere they go on their smartphones. Communication technology has advanced so that face-to-face contact is no longer necessary to stay updated and involved.

The recent Internet domains that have gained much popularity are social media sites like Facebook, MySpace, and Twitter, and social media devices such as Smartphones and Tablets, which make staying updated easy. People share photos with family, gossip about their favourite topics, or check out what everyone's plans are for the day by following them on a social networking site.

The advances on the internet have not skipped qualitative research. The internet is frequently used in the research process to review literature, compile bibliographic databases, and analyse data. Computerised databases are used to source information; bibliographic database programs are commonly used to organise references, and many qualitative researchers use data analysis programs. Waskul and Douglas (1996) suggested that the Internet “presents conceptual, theoretical and methodological challenges, which represents the seeds of academic advancement” (p. 130).

The most affected area of qualitative research has been the collection of data. Data collection methods have fast evolved along similar Internet platforms. Thus, Internet interviews can be asynchronous or synchronous, public or semi-private (Mann & Stewart, 2002). Internet interviews often include text, which is rare in face-to-face interviews and can change many aspects of data collection and analysis. Computer-mediated administration of questionnaires became commonplace in the second half of the 1990s (Witmer, Colman, & Katzman, 1999), as did the covert observation and collection of naturally occurring online discussions, which offers a speedy and viable way of collecting rich data, although not without significant ethical obstacles which will be discussed later. The initial Internet technologies used for collecting data during interviews were email and instant messaging.

Email interview

Email interviews are asynchronous and are considered semi-private (Mann & Stewart 2002). Email interviews succeed most when the interviewer and participant are both comfortable communicating via email (Young, Persichitte, & Sharp, 1998). Researchers who need facial and body language expressions to be part of their interview data may find that Email interviews cannot address this need.).

Cook (2012) recently described the advantages of email interviewing as a method when face-to-face interviewing is difficult. The author suggests that email interviews enable one to recruit people who would otherwise be excluded from research because of geographical distance, different time zones, or want to keep their anonymity for various reasons. The benefits of this method are particularly evident in the recruitment of people who are vulnerable and marginalised. Because of the asynchronous nature of this method, researchers need to become aware of the speed at which they should reply and at which they can expect replies from respondents (Gibbs, Friesse, & Mangabeira, 2002).

Holge Hazelton (2002) used email for two years to understand how a chronic illness such as diabetes is expressed in the everyday lives of youth. The study was performed over a decade ago, long before social media evolved. The author developed very intimate relationships with the participants through this asynchronous technique. She describes that some of her participants would not have shared their experiences if it were not through the internet. According to her findings, the participants did not experience any personal or technical difficulties. However, she emphasised the importance of being sensitive and empathic to the issues raised, trying to answer each email within 24 hours.

Instant messaging interview

Instant messaging (or instant messenger; in either case, IM.) can be used for interviewing and, like email, has some features that affect the research process (Luders, 2004; Opdenakker, 2006; Steiger & Goritz, 2006). For example, IM allows synchronous and semi-private interaction and can automatically record the interaction text. The ad hoc conversational nature of IM interviews lets them resemble oral interviews. Callaghan, Barber, Cusik, & Buchanan (2010) argue that IM offers an exciting opportunity to explore what happens when research participants can express themselves in writing while at the same time engaging in real-time dialogue.

Online focus groups and forums

Traditional focus groups are characterised as an organised group discussion around a given topic, monitored, guided if necessary, and recorded by a researcher. They are distinguished by their explicit use of group interaction to produce data. While most traditional, face-to-face research methods developed telephone equivalents before the development of computer-mediated communications, the "technologisation" of the focus group evaded the inherently one-to-one nature of the telephone and, therefore, may seem an innately "terrestrial" method (Bloor, Frankland, Thomas, & Robson, 2001). Robson and Robson's (1999) early attempts with online focus groups, studying the employment experiences of inflammatory bowel disease sufferers, exemplify the use of asynchronous (non-real-time) online focus groups, identifying critical practical issues such as online moderation and the analysis of digital data. In contrast, Williams's (2012) study of deviance within online communities provides examples of how synchronous (real-time) forms of online focus groups using 3D graphical environments further challenge researchers, highlighting the unique ethical considerations of online fieldwork. Asynchronous online forums have been reported to be observable, relatively easy to use, accessible, and safe (Anderson & Kanuka, 1997).

Im and Chee (2006) described the practical issues encountered in implementing an online forum as a qualitative component of a more extensive study on cancer pain experience. They reviewed the practical issues that emerge both technically and ethically. They discuss various aspects of rigour in qualitative research using the internet. For example, they point out that some participants were not consistent in their scheduled forum discussion because they frequently forgot their passwords and usernames. The participants ascribed this "forgetfulness" to their chemotherapy. This shed doubts on the credibility of the data. The asynchronous nature of the study over six months further interfered with achieving saturation, another component of study rigour.

During forum interactions, people often use many symbols, signs, and abbreviations. The authors raised concerns that if there is no pre-determined agreement about language and jargon used in such forums, this may result in misunderstanding among participants and researchers, which is another threat to the study's rigour.

Voice over internet protocol (VoIP) and social media

One of the most recent internet applications in qualitative research is using VoIP to conduct interviews. Modern technologies of VoIP further advance the internet as a medium to create the most feasible alternative to face-to-face interviews. Among these newer technologies, we can find

- Skype - Videoconferencing and text messaging with time response in real-time
- Facebook - Text chatting and posting of images or media
- Twitter chat - Text messaging

These newer technologies provide synchronous interaction between the researcher and their participants. Furthermore, they overcome the problems of losing the visual and interpersonal aspects of the interaction (Evans, Elford, & Wiggins, 2008). Using these technologies, the researcher can easily record both the visual and audio interactions of the interview through simple software downloaded onto their computer. This overcomes the often-impractical use of battery-powered Dictaphones, through which recordings were often difficult to hear during later transcriptions, and the researcher was constantly worried about battery life. In addition, the researcher and the participants can remain in a "safe location" without imposing personal space on each other. For example, the interviewee can remain in a comfortable location of his/her home while being interviewed without the sense that the researcher is encroaching on his/her personal space, and the researcher avoids the feeling of imposing himself/herself physically on the participant's personal space. Thus, a neutral yet personal location is maintained for both parties throughout the process.

Here, it is suggested that the previously mentioned Holt's (2010) argument for the use of telephone interviews can be expanded to the use of VoIP as a new research medium with the additional benefit of enabling the visual in the interview setting. Through this additional visual element offered by Skype (and alternative Webchat software), the interview can remain, to a certain extent at least, a "face-to-face" experience while preserving the flexibility and private space elements offered via telephone interviews. We have outlined below some advantages and disadvantages of these new technologies as cited by various authors describing their own experiences.

Pretto and Pocknee (2008) found advantages for these new technologies with their expense (no-cost use with both conferences and chat calls), the good quality of the audio, video, and chat methods, and the ease of adding callers to conferences. Disadvantages included slowing the interview by video, reduced quality with too many worldwide participants, occasional microphone and/or headset problems, and differences in time zones between participants. Hay-Gibson (2009) used VoIP to connect with businesses during her doctoral research and claims the following advantages.

- Expense: Calls made PC-to-PC were free.
- Time: The time taken to set up the VoIP interview was considerably less than the travel time to reach the business location.
- Availability and flexibility in scheduling the interview (i.e., the flexibility of choosing to take the call at home or one's business).
- Practicality: The Skype VoIP system was already available within the business setting, required no training on the part of the researcher or participant, and provided good quality audio for recording and later transcription.

- **Acceptability:** Participants conversed with VoIP technology, and the Skype system was a conventional and familiar program in frequent daily use within the business.

On the other hand, she also points out some disadvantages, such as when the participants are not familiar with holding a conversation over VoIP services, when the participants show an aversion to technology, and when participants are visually or hearing impaired. The process may be more stressful than a telephone interview for elderly or infirm participants unfamiliar with these technologies.

Guldberg and Mackness (2009), studying the online learning experience, found that their participants' learning experiences were affected by the mix of technologies employed, access issues, the complexity of the online environment, and navigation. Their study employed various technologies, including the Webcrossing platform, discussion forums, teleconferences (Skype and Phone Bridge), email, and instant messaging. The different technologies affected learning and participation in different ways, with synchronous teleconferencing discussion (VoIP) being highly valued for enabling a greater sense of connection with others. "I also liked that we had periodic teleconferencing. It is the closest we could come to a face-to-face, and that just brings a whole new level to understanding" (Participant S, p. 532).

Guldberg and Mackness (2009) participants needed a degree of technical competence to use these technologies. "I feel for beginners this was far too advanced. I think a basic technology workshop—even a couple of hours—is needed" (Participant J, p. 532). Some participants indicated that it took 3 to 4 weeks to become comfortable with the technology. One participant had problems with Skype, which made it challenging to participate in teleconferences and led to a negative learning experience. Another participant was affected by international time differences, which made it impossible for him to participate in teleconferences.

Saumure and Given (n.d., p. 2) provide another valuable list of advantages and disadvantages of Skype. Advantages include low cost; geographic flexibility; user-friendly and easy to install; instant messaging function, helpful in managing data collection problems and sharing information among participants; and easy audio-recording of conversations. Disadvantages cited include time lags in conversation, which can break the flow of an interview; lack of non-verbal cues in audio-only mode; potential failure; and disconnections and data loss.

Getting Mobile

Mobile devices have become multifunctional tools integrating many functions that previously required several separate devices. These functions include digital cameras to capture visual media, audio recorders and players, laptops for processing data and reading emails, and so forth. Now, these functions and others are being integrated into social mobile devices (SMDs) such as Smartphones and Tablets. The introduction of SMDs has created a whole new dimension to qualitative research. Participants can now talk, text, and send videos while commuting to work, making dinner in the kitchen, or shopping. SMDs provide an easy way to capture thoughts that can be followed up later using personal or online methods to capture deeper insight. While the mobile device may be a solitary research tool for primary data collection (e.g., interview), it can also serve as a secondary tool due to the wide range of functionality of Smartphones and tablets (e.g., diary for further discussion or as part of a community or bulletin board and maybe a home assignment prior to a focus group meeting). Researchers are beginning to consider the promise of their own SMDs as research tools; due to their portability and affordability, SMDs are appealing for the storage and development of research, mainly outdoor and on-the-move research.

Van't Hooft (2007) suggests that mobile devices can be used to collect information on different learning research data, such as spatial and temporal data, patterns of use, learner data (such as context-created or accessed), and connectivity data (e.g., whom the learners share and connect with). Authors of a recent ethnographic study (Beddall-Hill, Jabbar, & Al Shehri, 2011) described the use of a head-mounted internet camera with a voice recorder and GPS tracker to stay in touch

with participants and their field notes. Later, during the study, all these devices were replaced by an iPhone, which proved to be a much more valuable tool. The iPhone's camera captured photos and video and was much easier to handle than the digital camera. Field notes were also captured by audio recording, which was quicker and easier than typing them later, given the nature and length of the observations (spanning the whole day). As quoted recently by Kuhagen (2013), "Information gathered at the spur of the moment provides the researcher with the emotions as experienced and not memorised. Take advantage of it" (para. 8).

SMDs allow for the capture of multiple data types, provide access to wider networks, and can make a backup of data easier and faster. This helps preserve research data in an efficient and timely manner. To facilitate the use of SMDs, many special software programs (Apps) have been developed. Among the popular apps, Safari, or Google Chrome, for example, can assist researchers in literature searches. Mendeley can be used to manage references and quickly review portable document format (pdf) files.

Employing these Apps in qualitative research was recently described in an article on a study of real-life experiences of academics working in higher education and how these experiences may have an effect on pedagogy for ethnic minorities (Beddall-Hill, Jabbar & Al Shehri, 2011). The authors used an iPhone 3GS to record the interviews and an iPad for memoing and collecting non-standard data such as body language and eye contact. Both technologies were underpinned by Apps like Dropbox for cloud storage and Evernote for digital writing and automatic synchronisation on multiple devices. The use of Evernote in this study facilitated flexible storage of multiple data types, which could then be tagged and stored for convenient searching later. Cloud storage eliminated the problem of relying on the physical device's storage capacity. Using Evernote and Dropbox alongside the devices significantly reduced backup and confidentiality issues.

DISCUSSION

The pace of new technologies may find us, as qualitative researchers lagging. However, there is a strong suggestion that the qualitative research community adequately responds and adjusts appropriately. The new technologies open the way for new innovative approaches to qualitative research, for example, in data collection. It may be possible for future research participants to select the most appropriate data collection tool for themselves (e.g., SMDs, Skype, email) without decreasing the quality of the research. Furthermore, using multiple and simultaneous methods for different participants addressing a similar research question is an exciting new possibility to be studied.

Most importantly, changes in context and new qualitative research methods have reduced the gap between theories and practices, especially in management. The hybridisation of the research methodologies has further enriched this. The use of modern communication technologies in qualitative research has advantages over disadvantages. Some significant advantages are real-time responses, low cost, availability, and flexibility. However, there are limited disadvantages too. The requirement of technical know-how, data loss, and disconnection can be highlighted as the main drawbacks. This analysis has further revealed that the most affected area of qualitative research is data collection, and the same data collection methods have fast evolved along with using new techniques.

There are still some critical questions that will need to be addressed in future qualitative research. For example, what is the relationship between these technologies and the various theoretical perspectives of qualitative research? Do these relationships differ between the data collection and analysis stages of the research? Can the existing (and newer) data analysis software programs (e.g., ATLAS.ti) adequately analyse data obtained through these new technologies? Because of the rapid growth in new technologies, it may be challenging for qualitative researchers to be fully aware of all the qualitative data tools available. In the case of a single device, challenges may be encountered in recognising and developing expertise in the full range of functionality. All

these emerging technologies introduce a whole new continent, culture, and language to the qualitative research community and call upon us to respect the many places we still do not know.

CONCLUSION

With the evolution of humankind, society has been transformed by new technology. So, the studies also did not have any exceptions. As a result, there are new ways researchers could collect and analyse data. This paper examined the contributions of modern techniques in qualitative research. Further, the writer tried to identify the advantages and disadvantages of modern techniques, specifically communication. The spread of images and video technology means that images can use as data sources and tools for data collection. The digital form of audio and video data has made new ways of creating, processing, and analysing data. The corresponding growth of the internet also makes new ways of collecting qualitative data and new settings available. However, such developments raise issues about how researchers collect, process, and publish data and produce high-quality analyses. It is pertinent to mention that this article has achieved its primary objective by opening new windows that researchers could think of in their subsequent qualitative research. However, there is still much debate about the degree to which modern techniques can produce qualitative analysis or purely contribute to its development by human researchers.

REFERENCES

- Anderson, T., & Kanuka, H. (1997). Online forums: new platforms for professional development and group collaboration. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3(3).
- Arnould, EJ, and Wallendorf, M. (1994), "Market-oriented ethnography: interpretation building and marketing strategy formulation," *Journal of Marketing Research*, Vol. 31 No. 4, pp. 484-504.
- Barnard, C. (1938), *The Functions of The Executive*, Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Beddall-Hill, N., Jabbar, A., & Al Shehri, S. (2011). Social, mobile devices as tools for qualitative research in education: iPhones and iPads in ethnography, interviewing, and design-based research. *Journal of the Research Centre for Educational Technology*, 7(1), 67-90.
- Belk, R.W. and Kozinets, R.V. (2005), "Videography in marketing and consumer research," *Qualitative Market Research*, Vol. 8 No. 2, pp. 128-141.
- Bloor, M., Frankland, J., Thomas, M., & Robson, K. (2001). *Focus groups in social research*. London, UK: Sage.
- Bonoma, T.V. (1985), "Case research in marketing: opportunities, problems and a process," *Journal of Marketing Research*, Vol. 22 No. 2, pp. 199-208.
- Borghini, S., Caru', A. and Cova, B. (2010), "Representing B to B reality in case study research: challenges and new opportunities," *Industrial Marketing Management*, Vol. 39 No. 1, pp. 16-24.
- Bowler, G.M. Jr (2010), "Netnography: a method specifically designed to study cultures and communities online," *The Qualitative Report*, Vol. 14 No. 5, pp. 1270-1275.
- Branthwaite, A. and Patterson, S. (2011), "The power of qualitative research in the era of social media," *Qualitative Market Research*, Vol. 14 No. 4, pp. 430-440.
- Brocklesby, J. (1997), "Becoming multimethodology literate: an assessment of the cognitive difficulties of working across paradigms," in Mingers, J. and Gill, A. (Eds), *Multimethodology. The Theory and Practice of Combining Management Science Methodologies*, John Wiley & Sons, Chichester, pp. 189-216.
- Bruneau E. G., & Saxe, R. (2012). The power of being heard: The benefits of 'perspective giving' in the context of intergroup conflict. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(4), 855-866.

- Callaghan, J., Barber, H., Cusik, C., & Buchanan, K. (2010). Chatting online: The use of instant messaging in qualitative research. Symposium conducted at the meeting of the British Psychological Society Qualitative Methods in Psychology Section (QMIP) Conference, University of Nottingham, UK.
- Capra, F. (2002), *The Hidden Connections*, HarperCollins, London.
- Caru', A. and Cova', B. (2008), "Small versus big stories in framing consumption experiences," *Qualitative Market Research*, Vol. 11 No. 2, pp. 166-176.
- Caru', A. and Cova', B. (2011), *Marketing e competenze dei consumatori*, Egea, Milano.
- Cayla, J. and Arnould, E. (2013), "Ethnographic stories for market learning," *Journal of Marketing*, Vol. 77 No. 4, pp. 1-16.
- Cook, C. (2012). Email interviewing: Generating data with a vulnerable population. *Journal of Advanced Nursing*, 68(6), 1330-1339.
- Creswell, J. (2007). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Cromptvoets, S. (2010). Using online qualitative research methods in medical education. *International Journal of Multiple Research Approaches*, 4(3), 206-213.
- Davis, D.F., Golobic, S.L. and Boerstler, CN (2011), "Benefits and challenges of various methods research in marketing," *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 39 No. 3, pp. 467- 479.
- Denzin, N.K. and Lincoln, Y.S. (Eds) (1994), *Handbook of Qualitative Research*, Sage, Thousand Oaks, CA.
- Dubois, A. and Gadde, L.-E. (2002), "Systematic combining: an abductive approach to case research," *Journal of Business Research*, Vol. 55 No. 7, pp. 553-560.
- Easton, G. (2010), "Critical realism in case study research," *Industrial Marketing Management*, Vol. 39 No. 1, pp. 16-24.
- Eisenhardt, K.M. (1989), "Building theories from case study research," *Academy of Management Review*, Vol. 14 No. 4, pp. 532-550.
- Evans, A., Elford, J., & Wiggins, D. (2008). Using the internet for qualitative research. In C. Willig & R. W. Stainton (Eds.), *The Sage handbook of qualitative research in psychology* (pp. 315-333). London, UK: Sage.
- Finn, J. (1999). An exploration of helping processes in an online self-help group focusing on issues of disability. *Health and Social Work*, 24, 220-231.
- Germann, F., Lillien, G. and Rangaswamy, A. (2013), "Performance implications of deploying marketing analytics," *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 30 No. 2, pp. 114-128.
- Gibbs, G. R., Friese, S., & Mangabeira, W. C. (2002). The use of new technology in qualitative research. Introduction to Issue 3(2) of FQS [35 paragraphs]. *Forum: Qualitative Social Research*, 3(2), Art. 8.
- Gill, J. and Johnson, P. (1991), *Research Methods for Managers*, Paul Chapman Publishing, London.
- Glaser, B.G. and Strauss, A.L. (1967), *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*, Aldine, Chicago, IL.
- Guercini, S. (2004), "Developing the researcher-manager interface in the case analysis process," *Management Decision*, Vol. 42 Nos 3/4, pp. 464-472.
- Guldborg, K., & Mackness, J. (2009). Foundations of communities of practice: Enablers and barriers to participation. *Journal of Computer Assisted Learning*, 25(6), 528-538.
- Gummesson, E. (2000), *Qualitative Methods in Management Research*, Sage, Newbury Park, CA
- Gummesson, E. (2006), "Qualitative research in management: addressing complexity, context, and persona," *Management Decision*, Vol. 44 No. 2, pp. 167-179.

- Vivek, R. (2022), "Systematic review of modern techniques in qualitative research", *Management and entrepreneurship: trends of development*, 4(2), pp.34-49. Available at: <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2022-4/22-03>
- Hakansson, H. (Ed.) (1982), ° International Marketing and Purchasing of Industrial Goods. An Interaction Approach, John Wiley & Sons, Chichester.
- Harrison, R.L. and Reilly, T.M. (2011), "Mixed methods designs in marketing research," *Qualitative Market Research*, Vol. 14 No. 1, pp. 7-26.
- Hay-Gibson, N. (2009). Interviews via VoIP: Benefits and disadvantages within a Ph.D. study of SMEs. *Library and Information Research*, 33(105), 39-50.
- Hine, C. (2000), *Virtual Ethnography*, Sage Publication, London.
- Holge-Hazelton, B. (2002). The internet: A new field for qualitative inquiry? *Forum: Qualitative Social Research*, 3(2), Art. 15.
- Holt, A. (2010). Using the telephone for narrative interviewing: A research note. *Qualitative Research*, 10(1), 113-121.
- Im, E.-O., & Chee, W. (2006). An online forum as a qualitative research method. *Nursing Research*, 55(4), 267-273.
- Jick, TD (1979), "Mixing qualitative and quantitative methods: triangulation in action," *Administrative Science Quarterly*, Vol. 24 No. 4, pp. 602-611.
- Khourdajie, A. (2008). Marketing for the wireless world. Unpublished individual term paper, MARK1051, University of Greenwich, UK.
- King, S. A. (1996). Researching internet communities: Proposed ethical guidelines for the reporting of results. *The Information Society*, 12(2), 119-128.
- Kozinets, R.V. (2002), "The field behind the screen: using netnography for marketing research in online communities," *Journal of Marketing Research*, Vol. 39 No. 1, pp. 61-72.
- Kozinets, R.V. (2010), *Netnography. Doing Ethnographic Research Online*, Sage Publications, Thousand Oaks, CA, and London.
- Kuhagen, I. (2013). Leveraging smartphones to capture consumer experiences in the spur of the moment. *Think Global Qualitative*.
- Kuhn, T.S. (1962), *The Structure of Scientific Revolutions*, The University of Chicago, Chicago, IL.
- Leonard-Barton, D. (1990), "A dual methodology for case studies: synergistic use of the longitudinal single site with replicated multiple sites," *Organization Science*, Vol. 1 No. 3, pp. 248-266.
- Luders, M. (2004). Instant messenger as an environment for conducting qualitative interviews. Paper presented at Challenges for Research about Online Communities Ph.D. seminar, Roskilde University, Denmark. May 25-26.
- Ludwig, S., de Ruyter, K., Friedman, M., Bru'ggen, E.C., Wetzels, M. and Pfann, G. (2013), "More than words: the influence of affective content and linguistic style matches in online reviews of conversation rates," *Journal of Marketing*, Vol. 77 No. 1, pp. 87-103.
- Mann, C., & Stewart, F. (2002). Internet interviewing. In J. F. Gubrium & J. A. Holstein (Eds.), *Handbook of interview research: Context and method* (pp. 603–628). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Manning, P.K. (1979), "Metaphors of the field: varieties of organisational discourse," *Administrative Science Quarterly*, Vol. 24 No. 4, pp. 660-671.
- Mayan, M. J. (2009). *Essentials of qualitative inquiry*. Walnut Creek, CA: Left Coast Press.
- McCoyd, J., & Kerson, T. (2006). Conducting intensive interviews using email: A serendipitous comparative opportunity. *Qualitative Social Work*, 5(3), 389-406.
- Miles, M.B. and Huberman, A.M. (1994), *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*, Sage, Newbury Park, CA.
- Mills, C.W. (1959), *The Sociological Imagination*, Oxford University Press, New York, NY.
- Mingers, J. and Gill, A. (Eds) (1997), *Multimethodology. The Theory and Practice of Combining Management Science Methodologies*, John Wiley & Sons, Chichester.
- Mintzberg, H. (1979), "An emerging strategy of 'direct' research," *Administrative Science Quarterly*, Vol. 24 No. 4, pp. 582-589.

- Mintzberg, H., Raisinghani, D. and the 'ore^t, A. (1976), "The structure of 'unstructured' decision processes," *Administrative Science Quarterly*, Vol. 21 No. 2, pp. 246-275.
- Myers, M.D. (2013), *Qualitative Research in Business & Management*, Sage Publications, Newbury Park, CA.
- Naylor, R.W., Lamberton, C.P. and West, P.M. (2012), "Beyond the 'like' button: the impact of mere virtual presence on brand evaluations and purchase intentions in social media settings," *Journal of Marketing*, Vol. 76, pp. 105-120.
- Ogden, J. (n.d.). International telecommunications union (ITU) world telecommunication / ICT indicators database and ITU key indicators 2006-2013, Wikimedia Commons.
- Opdenakker, R. (2006). Advantages and disadvantages of four interview techniques in qualitative research. *Forum: Qualitative Social Research*, 7(4), Art. 11.
- Patton, M. (2002). *Qualitative research & evaluation methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Pettigrew, A.M. (1990), "Longitudinal field research on change: theory and practice," *Organization Science*, Vol. 1 No. 3, pp. 267-292.
- Pihlanto, P. (1994), "The action-oriented approach and case study method in management studies," *Scandinavian Journal of Management*, Vol. 10 No. 4, pp. 369-382.
- Plebe, A. and Emanuele, P. (2006), *L'euristica. Come nasce una filosofia*, Laterza, Bari.
- Pretto, G., & Pocknee, C. (2008). In online project collaboration, we still have a long way to go. Melbourne, Australia: Ascilite.
- Robson, K., & Robson, M. (1999). Your place or mine? Ethics, the researcher, and the internet. In T. Welland & L. Pugsley (Eds.), *Ethical dilemmas in qualitative research* (pp. 94-107). Aldershot, UK: Ashgate.
- Sanday, PR (1979), "The ethnographic paradigm(s)," *Administrative Science Quarterly*, Vol. 24 No. 4, pp. 527-538.
- Saumure, K., & Given, L. (n.d.). Using Skype as a research tool: Lessons learned from qualitative interviews with distance students in a teacher-librarianship program.
- Simon, H.A. (1979), "Rational decision making in business organisations," *American Economic Review*, Vol. 69 No. 4, pp. 493-513.
- Sridhar, S. and Srinivasan, R. (2012), "Social influence effects in online product ratings," *Journal of Marketing*, Vol. 76 No. 5, pp. 70-88.
- Steiger, S., & Goritz, A. S. (2006). Using instant messaging for internet-based interviews. *Cyberpsychology & Behavior*, 9(5), 552-559.
- Steinberg, S. (1995). *Introduction to communication course book 1: The basics* (3rd ed). Cape Town, South Africa: Juta.
- Stephens, N. (2007). Collecting data from elites and ultra-elites: Telephone and face-to-face interviews with macroeconomists. *Qualitative Research*, 7(2), 203-216.
- Sturges, J. E., & Hanrahan, K. J. (2004). Comparing telephone and face-to-face qualitative interviewing: A research note. *Qualitative Research*, 4(1), 107-118.
- Tuchman, G. (1994), "Historical, social science: methodologies, methods, and meanings," in Denzin, N.K. and Lincoln, Y.S. (Eds), *Handbook of Qualitative Research*, Sage, Thousand Oaks, CA, pp. 306-323.
- Van Maanen, J. (1979), "The fact of fiction in organisational ethnography," *Administrative Science Quarterly*, Vol. 24 No. 4, pp. 539-550.
- Van Maanen, J. (1988), *Tales of the field. On Writing Ethnography*, The University of Chicago Press, Chicago, IL.
- Van't Hooft, M. (2007). Introduction to special issue on highly mobile computing. *Educational Technology*, May/June 3-5.
- Vidich, A.J. and Lyman, S.M. (1994), "Qualitative methods: their history in sociology and anthropology," in Denzin, N.K. and Lincoln, Y.S. (Eds), *Handbook of Qualitative Research*, Sage, Thousand Oaks, CA, pp. 306-323.

Vivek, R. (2022), "Systematic review of modern techniques in qualitative research", *Management and entrepreneurship: trends of development*, 4(2), pp.34-49. Available at: <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2022-4/22-03>

- Von Glasersfeld, E. (1981), "Einführung", in Watzlawick, P. (Ed.), *Die erfundene Wirklichkeit*, R. Piper & Co. Verlag, München.
- Walker, D. (2013). The internet as a medium for health service research. Part 1. *Nurse Researcher*, 20, 18-21.
- Waskul, D., & Douglas, M. (1996). Considering the electronic participant: Some polemical observations on the ethics of online research. *Information Society*, 12, 129-139.
- Williams, S. G. (2012). The ethics of internet research. *Online Journal of Nursing Informatics (OJNI)*, 16(2).
- Witmer, D. F., Colman, R. W., & Katzman, S. L. (1999). From paper and pencil to screen and keyboard. In S. Jones (Ed.), *Doing internet research* (pp. 145-161). London, UK: Sage.
- Wolcott, H.F. (1992), "Posturing in qualitative inquiry," in LeCompte, M.D., Millrow, W.L. and Preissle, J. (Eds), *The Handbook of Qualitative Research in Education*, Academic Press, London, pp. 3- 52.
- Woodside, A.G. (2010), *Case Study Research: Theory, Methods, and Practice*, Emerald Group Publishing, Bingley.
- Yin, R.K. (1981), "The case study crisis: some answers," *Administrative Science Quarterly*, Vol. 26 No. 1, pp. 58-65.
- Yin, R.K. (1984), *Case Study Research. Design and Methods*, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- Yin, R.K. (1993), *Applications of Case Study Research*, Sage Publications, Newbury Park, CA.
- Yin, R.K.(2005), *Introducing the World of Education: A Case Study Reader*, Sage Publications, Newbury Park, CA.
- Young, S., Persichitte, K. A., & Tharp, D. D. (1998). Electronic mail interviews: Guidelines for conducting research. *International Journal of Educational Telecommunications*, 4(4), 291-299.
- Zhang, Q., and Segall, R.S. (2010), "Review of data, text and web mining software," *Kibernetes*, Vol. 39 No. 4, pp. 625-655.

СИСТЕМНИЙ ОГЛЯД СУЧАСНИХ МЕТОДИК ЯКІСНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Ramakrishnan Vivek

MBA (Rajarata University), BBA (Jaffna University)

Assistant Lecturer - Faculty of Business Studies

Sri Lanka Technological Campus

Згідно з багатьма визначеннями, якісне дослідження передбачає значний міжособистісний контакт. Протягом усього процесу якісного дослідження, від стратегії до впровадження, ефективна комунікація є важливою. Незважаючи на те, що за останні кілька десятиліть з'явилися численні нові якісні дослідницькі інструменти, ті, що пов'язані з комунікаційними технологіями, виявилися найбільш важливими та впливовими. Оскільки доступної інформації про комунікаційні технології в якісних дослідженнях мало, ця стаття має на меті зробити огляд нових технологій, які зараз використовуються. Для цього автор проаналізував кілька літературних джерел з якісних досліджень. Як стало відомо з літератури, якісні дослідження досягли нових висот за допомогою сучасних методів. Тому якісні дослідники повинні бути в курсі останніх технологічних досягнень, щоб отримати максимальну продуктивність.

Ключові слова: гібридні методи, дослідження менеджменту, якісні дослідження, Skype, соціальні мобільні пристрої (SMD), VOIP, телеконференції.

MANAGEMENT

RECEIVED:

20 October 2022

ACCEPTED:

20 November 2022

RELEASED:

20 December 2022

UDC 005.95/.96

DOI 10.26661/2522-1566/2022-4/22-04

BUILDING STRATEGIC AMBIDEXTERITY: THE IMPORTANCE OF NETWORKING CAPABILITY AND LEARNING CAPABILITY IN SMES

Tyna Yunita

Bhayangkara Jakarta Raya

Jakarta, Indonesia

ORCID ID: 0000-0002-1171-3626

Author email: tyna.yunita@gmail.com

Abstract. This research **aims** to evaluate the literature on strategic ambidexterity (SAY) by investigating how networking capability (NWC) influences learning capability (LNC) to leverage product and market activities. In addition, the effect of NWC and LNC on SAY is analyzed in terms of their interaction. **Methodology:** Owners/managers of Indonesian SMEs were surveyed to collect data. Based on a quantitative survey of 189 Indonesian SMEs using SMART PLS 3 and a bootstrapping procedure with a sample size of 5000, the validity of the hypotheses is tested. The **findings** revealed that NWC and LNC have a direct effect on SAY. The results also validate LNC's role as a mediator in the relationship between NWC and SAY. However, the empirical evidence is well established that NWC and LNC substantially contribute to improving Strategic Ambidexterity. There is a shortage of high-quality evidence demonstrating a connection between NWC, LNC, and SAY in the current body of knowledge, especially regarding SMEs. Consequently, this study suggests that SMEs should prioritize network development and adopt flexible strategies. Findings are discussed in terms of theory, methodology, and application.

Keywords: networking capability, learning capability, strategic ambidexterity, SMEs

JEL Classification: M2, M21

INTRODUCTION

Organizational ambidexterity has been shown to be beneficial to a company's success in several previous studies, which have mainly focused on the correlation between ambidexterity and performance (Gibson & Birkinshaw, 2004). However, Small and medium enterprises (SMEs) ambidexterity is rarely examined (Lubatkin et al., 2006). In addition, this study also answers the call to research SMEs in developing countries (Tsai & Ren, 2019). Supporting the growth of small and medium-sized businesses in Indonesia has been a priority for the Indonesian government as it seeks to foster an entrepreneurial culture. The emergence of entrepreneurship as a policy priority necessitates that the government is vigilant, observant, and precise on the issue of fostering and promoting entrepreneurship (Mirzanti et al., 2015). The emphasis should be placed on supporting small business owners who already know how to run a company and thrive in a competitive market (Tambunan, 2007).

Understanding the behavior and performance of small and medium-sized enterprises (SMEs) requires understanding their networks (Martín Martín et al., 2022). A company is considered to have a network if it can cultivate and distribute it to accomplish a predetermined set of goals (Tidd et al., 2013). Although academics claim that alliances and network relationships have many benefits for small businesses, empirical evidence is lacking regarding the types of network relationships that encourage strategic ambidexterity (Partanen et al., 2020).

Academics have theorized that ambidexterity involves two distinctly different types of learning: (a) exploitation includes things like increasing efficiency, making choices, and implementing strategies, and (b) exploration focus on seeking variation, innovation, and experimentation (Dhir et al., 2018; Simsek, 2009). Despite the significance of learning capability, much debate, misunderstanding, and theoretical disarray persist because the concept is intricate and dynamic (Chiva et al., 2007). Still, how an organization's ability to learn influences its ability to adopt new technologies is unclear (Teo et al., 2006). Academics and professionals have come to view organizational learning or the process by which organizations learn, as crucial for modern businesses.

Using capabilities theory (Eisenhardt & Martin, 2000; Teece et al., 2009), this study investigates the relationship between networking capability and learning capability while accounting for market and product interaction effects in strategic ambidexterity. The following is the outline of this paper: the first part sets the importance of investigating how networking capability affects strategic ambidexterity through the medium of learning capability. A discussion of the study's theoretical underpinnings and hypotheses follows—the next part of the report details the methods used. The last part summarizes the study's key findings, offers suggestions for small and medium-sized enterprises (SMEs), and discusses its limitations.

LITERATURE REVIEW

Strategic Ambidexterity

The strategic ambidexterity perspective provides valuable insights into the performance of Emerging market multinational enterprises (Khan et al., 2022). In addition, Bustinza et al. (2020) investigate whether international manufacturing firms that practice strategic ambidexterity are more successful at developing and commercializing new products and services. By combining exploration and exploitation across or within functional domains, businesses can achieve strategic ambidexterity. In the meantime, in the SME sector, product and market (exploitation and exploration) will exert positive performance-enhancing interaction effects (Voss & Voss, 2013). Through multiple product innovation strategies, businesses can cultivate strategic ambidexterity in product innovation (SAPI) by making the most of both internal and external resources and combining the two (Mei et al., 2021). The previous literature finds that businesses with a vital NWC are better able to build and leverage their networks to improve their strategic performance (Majid et al., 2021).

Networking Capability

A business network consists of various entities working together to achieve a common objective through sharing information, pooling resources, and developing joint projects (Garousi Mokhtarzadeh et al., 2020). When a business has developed the ability to build and leverage its internal and external networks, it is said to have "network capability" (Zacca et al., 2015). The four dimensions of network capability include coordination, relational skill, partner knowledge, and internal communication (Majid et al., 2021). If an organization can create and disseminate its network to achieve its goals, it is said to have a network. An organization's ability to pursue **ambidexterity** and deal with tension, particularly with external partners, is a function of its network capabilities, which include an evaluation of the organization's internal communication and knowledge of its partners (Partanen et al., 2020). There are two main types of business networks, and they are centralized and decentralized/self-organizing (Provan et al., 2007).

Business organizations can gain access to knowledge from their external networks through their network capabilities (Huggins & Thompson, 2017). Organizations with robust mechanisms for establishing and maintaining external connections will be in the best position to reap this information source's benefits. (Cheng & Sheu, 2018). Academics and professionals have come to view organizational learning or the process by which organizations learn, as crucial for modern businesses. There are five facets to an organization's capacity for learning: (a) experimentation, (b) risk-taking, (3) interaction with the external environment, (4) dialogue, and (5) participatory decision-making (Chiva et al., 2007). Organizations can boost their knowledge, relevant skill sets, and capabilities by investing in their employees' continued education and training (Kazmi et al., 2021).

H1: Network capability has a direct impact on Strategic ambidexterity

H2: Network capability has a direct effect on Learning Capability

Learning Capability

Learning capability includes intra-organizational learning, partnerships that spread learning, and open culture and external sources and changes its behavior to reflect the new cognitive situation to improve its performance (Dhir et al., 2018; Lin et al., 2013). A company's ability to "reconfigure" its knowledge is crucial to maintaining a competitive advantage over the long term (Julian & Xu, 2015). A growing body of research indicates that an organization's ability to learn is a significant factor in determining how successfully it adopts and applies innovations that rely heavily on new knowledge (Teo et al., 2006). Organizational learning capability, or the characteristics of an organization and its leadership that foster or facilitate learning, is essential (Chiva et al., 2007). The combination of endeavors yields knowledge that permits the business to exploit and explore, giving it a long-lasting advantage in the market (Dhir et al., 2018). In the context of discovery, ambidexterity can be thought of as a learning activity that yields novel ideas.

Learning capability describes an organization's factors that facilitate its ability to learn (Salas Vallina et al., 2019). The resulting Learning capability creates a sustainable competitive advantage by allowing the company to participate in exploration and exploitation (Gibson & Birkinshaw, 2004). The literature and theory on dynamic capabilities, learning, organization, and ambidexterity, have been critically examined; however, there is a lack of empirical evidence elucidating this link (Souza & Takahashi, 2019). A company's networking prowess can be defined as its capacity to create and exploit strategic alliances with other businesses to gain access to resources under the exclusive management of those other businesses (Karami & Tang, 2019). Lacking adequate networking capability and networking ability to utilize resources in product development projects, the company has made an incorrect determination of the direction of its product development strategy (Mu et al., 2017).

H3: Learning capability has a direct impact on Strategic ambidexterity

H4: Learning capability mediates the relationship between networking capability and strategic ambidexterity

This study examines the causal connection between the variables of networking capability, learning capability, and strategic ambidexterity. Utilizing Structural Equation Modeling (SEM) analysis, the relationship between variables and the effect of one variable on another is examined. This study collected primary data from Micro, Small Medium Enterprises owners through a questionnaire to test the hypothesis. The study included 400 owners/managers of Micro, Small, and Medium Enterprises from 12 districts in Bekasi City, resulting in 189 responses from those who completed the questionnaires. There were 30 questions on the survey, each with a seven-point Likert scale ranging from "strongly disagree" to "strongly agree." We analyzed the data further using SEM PLS software version 3.

Yunita, T. (2022), “Building strategic ambidexterity: the importance of networking capability and learning capability in SMSs”, *Management and entrepreneurship: trends of development*, 4(22), pp.50-59. Available at: <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2022-4/22-04>

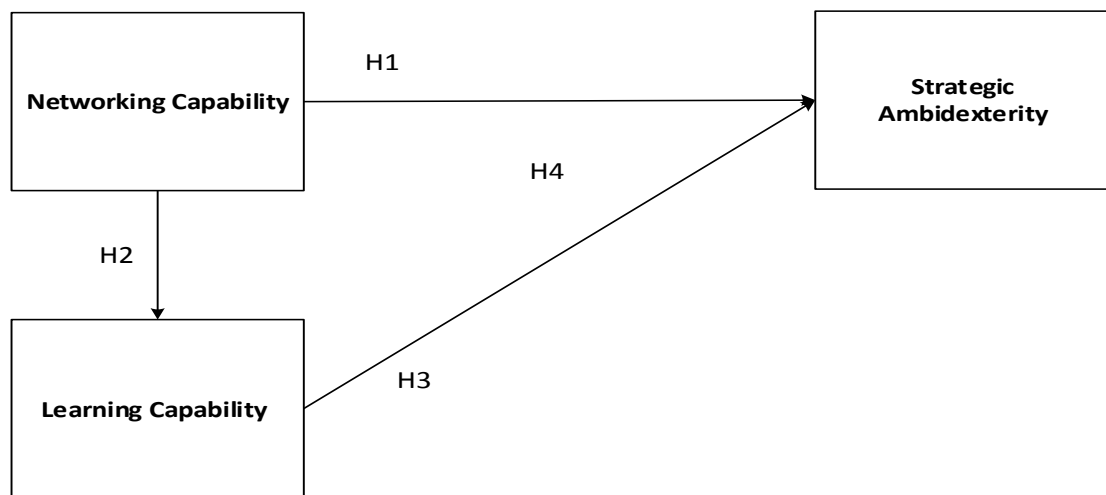


Figure 1. The framework for this study's research

Source: Conceptualization of the author

METHODOLOGY

We used three variables to develop the proposed research model: (1) networking capability (NWC), (2) learning capability (LNC), and (3) strategic ambidexterity (SAY). NWC is calculated using seven indicators developed by (Karami & Tang, 2019). While LNC is measured using eleven proposed indicators (Lin et al., 2013). In the meantime, SAY is organized as a second-order construct with two dimensions: exploration and exploitation. The SAY was translated into twelve indices based on previous research (He & Wong, 2004; Voss & Voss, 2013).

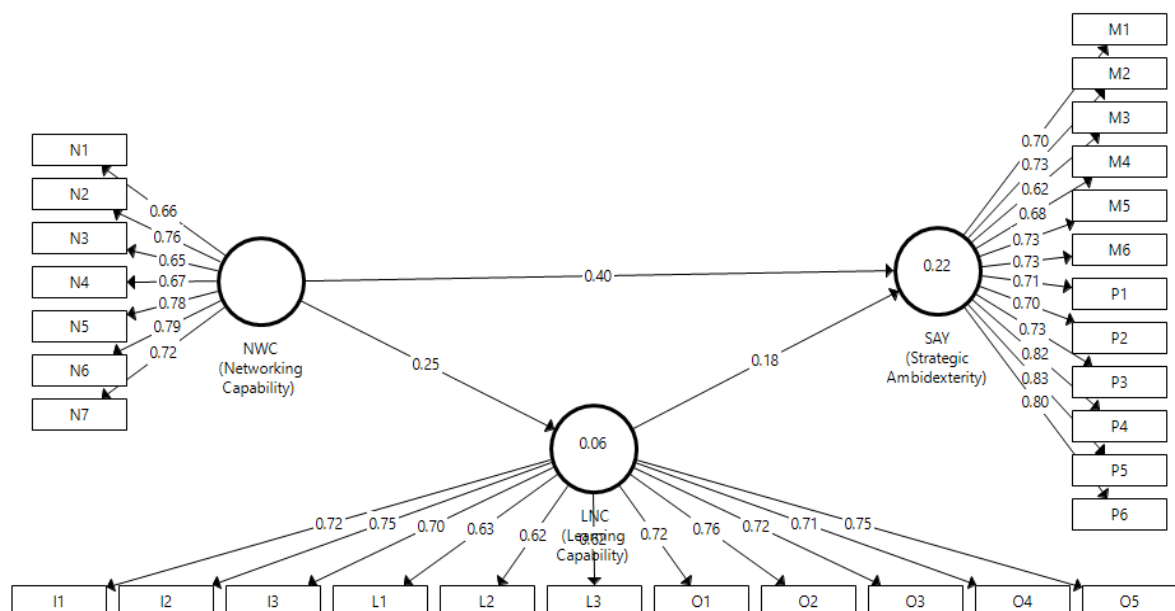


Figure 2. Measurement Model Results

Source: SMART PLS data processing results

The research plan served as the basis for the validity and reliability analyses. Tables 2 and 3 present the analysis findings. Outer loading scores (OL) range from 0.624 to 0.827. Each indicator is above 0.60 for OL, which indicates that the indicator is valid. The average variance extracted score (AVE) range from 0.493 to 0.539. A dimension or variable is viable when its AVE score exceeds 0.5. At the same time, Cronbach's Alpha (CA) and Composite Reliability (CR) are above 0.8. Since CA or CR scores are greater than 0.70, Table 2 indicates that all variables within its dimensions are reliable.

Table 1. Analysis of Validity and Reliability

Construct	Items	OL	CA	CR	AVE
NWC (Networking Capability)	N1	0,655	0,849	0,883	0,520
	N2	0,761			
	N3	0,654			
	N4	0,672			
	N5	0,779			
	N6	0,788			
	N7	0,723			
LNC (Learning Capability)	I1	0,724	0,901	0,914	0,493
	I2	0,748			
	I3	0,698			
	L1	0,632			
	L2	0,625			
	L3	0,624			
	O1	0,717			
	O2	0,756			
	O3	0,725			
	O4	0,706			
	O5	0,751			
SAY (Strategic Ambidexterity)	P1	0,711	0,922	0,933	0,539
	P2	0,704			
	P3	0,725			
	P4	0,820			
	P5	0,827			
	P6	0,805			
	M1	0,699			
	M2	0,726			
	M3	0,625			
	M4	0,676			
	M5	0,732			
	M6	0,730			

Source: SMART PLS data processing results

Table 2. Discriminant Validity

	1	2	3
1. Learning Capability (LNC)			
2. Networking Capability (NWC)	0,264		
3. Strategic Ambidexterity (SAY)	0,277	0,452	

Source: SMART PLS data processing results

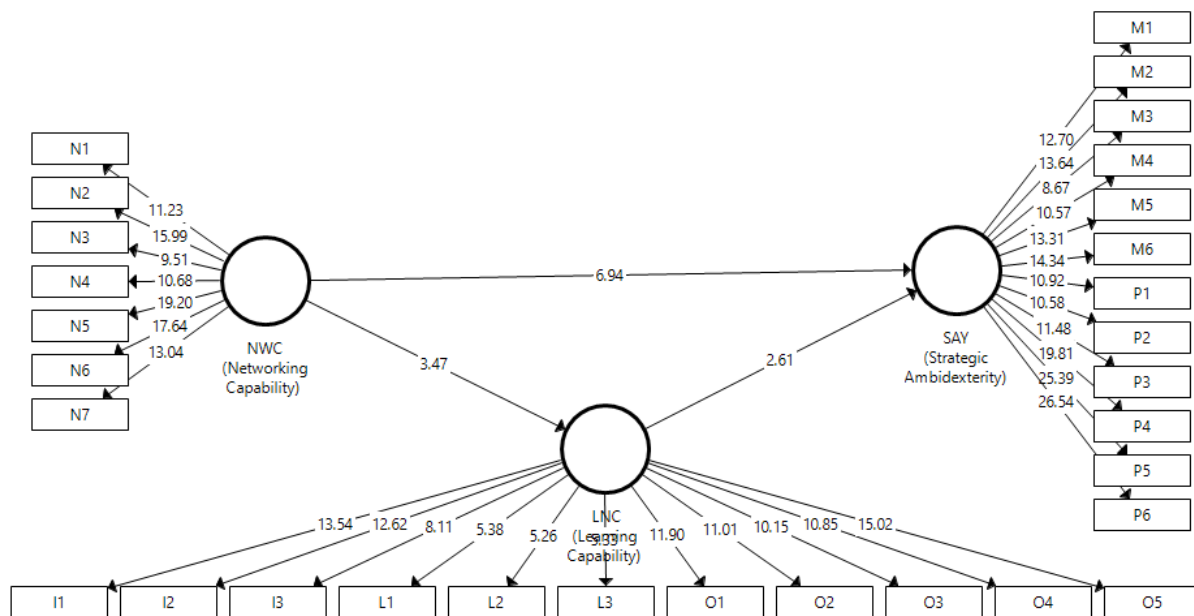


Figure 3. Measurement Model Results (bootstrapping)

Source: SMART PLS data processing results

The 5000 subsamples used in the bootstrapping analysis are presented in Table 3.

Table 3. Hypotheses Testing

HYPOTHESES	B		T Statistics	P Values	Conclusion
H1: NWC -> SAY	0,395	***	6,907	0,000	Accepted
H2: NWC -> LNC	0,252	***	3,561	0,000	Accepted
H3: LNC -> SAY	0,177	**	2,588	0,010	Accepted
H4: NWC ->LNC -> SAY	0,045	*	1,935	0,053	Accepted

Significance level: *p<0,1; **p < 0.05; ***p < 0.01

Source: SMART PLS data processing results

H1 postulated that NWC and SAY are positively correlated; the results presented in the previous section demonstrate this association. These results align with other studies and show that SMEs' NWC improves Strategic flexibility and performance (Majid et al., 2021). These findings are consistent with other research efforts, proving that NWC helps businesses achieve ambidexterity (Lin et al., 2013). The results of this study also corroborate research findings where NWC mediates the relationship of entrepreneurial orientation to the implementation of SMEs (Karami & Tang, 2019). The increase in NWC is concurrent with the rise in SAY. Network value is a beneficial form of relational capital (Kale et al., 2000). This study reveals that networking capability plays an essential role in the ambidexterity of SMEs because the research location is in the supporting area of the capital, where the kinship system still feels intense.

NWC is significantly predicting LNC according to the results ($\beta = 0,252$, $p < 0.01$). Consistent with the findings of the SME study, NWC could encourage knowledge creation (Zacca et al., 2015). Knowledge creation encompasses not only the technical know-how required, for instance, to install new product features, but also the broader, process-level understanding that is necessary to fulfill customers' requests in a meaningful way (Zacca et al., 2015). On the other hand, NWC is also a network that can strengthen the team and encourage the spirit of learning. An organization can be seen as a network, with departments functioning as nodes interacting with one another and forming formal and informal connections (Brass et al., 2004).

Table 3 shows that the third hypothesis predicted that LNC would benefit SAY ($b = 0,177$, $p < 0,05$). The relationship was significant and positive, which supported H3. The estimation results from this study back up this claim, which was previously made by (Tsai & Ren, 2019). Organizations play a crucial role in combining knowledge (sense), ideas (size), and action (reconfiguring) to develop in the learning process, thereby producing ambidexterity (Souza & Takahashi, 2019).

The fourth hypothesis of this study postulates an indirect connection between NWC and SAY via LNC. The direct, indirect, and total effects were identified using SEM with 5000 bootstrapping samples and bias-corrected confidence intervals of 90%. This model's Hypothesis 4 is significantly supported by Table 3 ($\beta = 0,045$, $p < 0.1$). Regarding the H4 mediating effects, the findings are as follows: NWC $\rightarrow$ SAY (direct effect = 0,395, $p < 0.05$; indirect effect = 0,045, $p < 0.05$; total effect = 0.440, $p < .05$). These results indicate that LNC partially mediates the impact of NWC on SAY, providing support for Hypothesis 4. A complex world demands complex solutions, knowledge creation evolves from a collaborative activity where information is exchanged, and the entrepreneur's network capability is key to success (Zacca et al., 2015). This finding supports previous findings that suggest a connection between DC, organizational learning, and ambidexterity (Souza & Takahashi, 2019).

CONCLUSION

This research aims to advance the literature on Strategic Ambidexterity by investigating how Networking Capability influences Learning Capability to leverage product and market activities. The results provide business owners and managers with helpful information regarding networking and learning activities. Owners and managers should spend sufficient time and effort cultivating network capabilities, which includes finding and retaining strategic internal/external partners.

The research adopts the RBV viewpoint by focusing on a company's competencies and abilities, particularly its dynamic capabilities (like its ability to quickly adapt to new market conditions) (Teece et al., 2009). Companies are more likely to share knowledge and transfer organizational learning if they invest in developing their employees (Kazmi et al., 2021).

The study has limitations due to its design, but this only provides more room for future research. Further study is required to generalize this study model beyond the 12 districts and multiple fields from data currently collected (e.g., tourism). The fascinating findings may not apply

Yunita, T. (2022), "Building strategic ambidexterity: the importance of networking capability and learning capability in SMSs", *Management and entrepreneurship: trends of development*, 4(22), pp.50-59. Available at: <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2022-4/22-04>

to commercial enterprises or other sectors, such as NGOs. Second, because only owners or managers completed the survey, single informant bias could be an issue. Future research could consider other antecedents of strategic ambidexterity that interact with networking capability, such as influencers and social media.

REFERENCES

- Brass, D. J., Galaskiewicz, J., Greve, H. R., & Tsai, W. (2004). Taking stock of networks and organizations: A multilevel perspective. *Academy of Management Journal*, 47(6), 795–817. <https://doi.org/10.2307/20159624>
- Cheng, C. C. J., & Sheu, C. (2018). Enhancing radical innovation: the interplays of open innovation activities, firm capabilities, and environmental dynamism. *Asian Journal of Technology Innovation*, 26(3), 369–397. <https://doi.org/10.1080/19761597.2018.1555001>
- Chiva, R., Alegre, J., & Lapiedra, R. (2007). Measuring organisational learning capability among the workforce. *International Journal of Manpower*, 28(3–4), 224–242. <https://doi.org/10.1108/01437720710755227>
- Dhir, S., Ongsakul, V., & Batra, I. (2018). Comprehending ambidexterity in the emerging-market context: The moderating role of learning capability and environmental dynamism on e-commerce firms' performance. *Journal for Global Business Advancement*, 11(4), 395–417. <https://doi.org/10.1504/JGBA.2018.097197>
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: what are they? *Strategic Management Journal*, 21(10–11), 1105–1121.
- Garousi Mokhtarzadeh, N., Amoozad Mahdiraji, H., Jafarpanah, I., Jafari-Sadeghi, V., & Cardinali, S. (2020). Investigating the impact of networking capability on firm innovation performance: using the resource-action-performance framework. *Journal of Intellectual Capital*, 21(6), 1009–1034. <https://doi.org/10.1108/JIC-01-2020-0005>
- Gibson, C. B., & Birkinshaw, J. (2004). The antecedents, consequences, and mediating role of organizational ambidexterity. *Academy of Management Journal*, 47(2), 209–226. <https://doi.org/10.2307/20159573>
- He, Z. L., & Wong, P. K. (2004). Exploration vs. exploitation: An empirical test of the ambidexterity hypothesis. *Organization Science*, 15(4), 481–495. <https://doi.org/10.1287/orsc.1040.0078>
- Huggins, R., & Thompson, P. (2017). Entrepreneurial networks and open innovation: the role of strategic and embedded ties. *Industry and Innovation*, 24(4), 403–435.
- Julian, C. C., & Xu, J. (2015). International joint venture marketing performance in China: a resource-based approach. *Journal for Global Business Advancement*, 8(4), 420–435.
- Kale, P., Singh, H., & Perlmutter, H. (2000). Learning and protection of proprietary assets in strategic alliances: Building relational capital. *Strategic Management Journal*, 21(3), 217–237.
- Karami, M., & Tang, J. (2019). Entrepreneurial orientation and SME international performance: The mediating role of networking capability and experiential learning. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 37(2), 105–124. <https://doi.org/10.1177/0266242618807275>
- Kazmi, S., Kanwal, F., Rathore, K., Faheem, K., & Fatima, A. (2021). The Relationship Between Transformational Leadership and Organisational Learning Capability with the Mediating Role of Perceived Human Resource Effectiveness. *South Asian Journal of Human Resources Management*, 8(1), 133–157. <https://doi.org/10.1177/2322093721997197>
- Khan, Z., Amankwah-Amoah, J., Lew, Y. K., Puthusserry, P., & Czinkota, M. (2022). Strategic ambidexterity and its performance implications for emerging economies multinationals. *International Business Review*, 31(3), 101762. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2020.101762>
- Lin, H. E., McDonough, E. F., Lin, S. J., & Lin, C. Y. Y. (2013). Managing the

- exploitation/exploration paradox: The role of a learning capability and innovation ambidexterity. *Journal of Product Innovation Management*, 30(2), 262–278. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2012.00998.x>
- Lubatkin, M. H., Simsek, Z., Ling, Y., & Veiga, J. F. (2006). Ambidexterity and performance in small-to medium-sized firms: The pivotal role of top management team behavioral integration. *Journal of Management*, 32(5), 646–672. <https://doi.org/10.1177/0149206306290712>
- Majid, A., Yasir, M., Yasir, M., & Yousaf, Z. (2021). Network capability and strategic performance in SMEs: the role of strategic flexibility and organizational ambidexterity. *Eurasian Business Review*, 11(4), 587–610. <https://doi.org/10.1007/s40821-020-00165-7>
- Martin Martín, O., Chetty, S., & Bai, W. (2022). Foreign market entry knowledge and international performance: The mediating role of international market selection and network capability. *Journal of World Business*, 57(2), 101266. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2021.101266>
- Mei, L., Rentocchini, F., & Chen, J. (2021). Antecedents of strategic ambidexterity in firms' product innovation: External knowledge and internal information sharing. *Journal of Small Business Management*, 00(00), 1–30. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1944635>
- Mirzanti, I. R., Simatupang, T. M., & Larso, D. (2015). Mapping on Entrepreneurship Policy in Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 169(August 2014), 346–353. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.319>
- Mu, J., Thomas, E., Peng, G., & Di Benedetto, A. (2017). Strategic orientation and new product development performance: The role of networking capability and networking ability. *Industrial Marketing Management*, 64, 187–201. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2016.09.007>
- Partanen, J., Kohtamäki, M., Patel, P. C., & Parida, V. (2020). Supply chain ambidexterity and manufacturing SME performance: The moderating roles of network capability and strategic information flow. *International Journal of Production Economics*, 221(August 2018), 107470. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.08.005>
- Provan, K. G., Fish, A., & Sydow, J. (2007). Interorganizational networks at the network level: A review of the empirical literature on whole networks. *Journal of Management*, 33(3), 479–516. <https://doi.org/10.1177/0149206307302554>
- Salas Vallina, A., Moreno-Luzon, M. D., & Ferrer-Franco, A. (2019). The individual side of ambidexterity: Do inspirational leaders and organizational learning resolve the exploitation-exploration dilemma? *Employee Relations*, 41(3), 592–613. <https://doi.org/10.1108/ER-02-2018-0050>
- Simsek, Z. (2009). Organizational ambidexterity: Towards a multilevel understanding. *Journal of Management Studies*, 46(4), 597–624. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00828.x>
- Souza, C. P. da S., & Takahashi, A. R. W. (2019). Dynamic capabilities, organizational learning and ambidexterity in a higher education institution. *Learning Organization*, 26(4), 397–411. <https://doi.org/10.1108/TLO-03-2018-0047>
- Tambunan, T. (2007). Entrepreneurship Development: Smes in Indonesia. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 12(01), 95–118. <https://doi.org/10.1142/s1084946707000575>
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (2009). Dynamic capabilities and strategic management. *Knowledge and Strategy*, 18(April 1991), 77–116. <https://doi.org/10.1093/0199248540.003.0013>
- Teo, H.-H., Wang, X., Wei, K.-K., Sia, C.-L., & Lee, M. K. O. (2006). Organizational Learning Capacity and Attitude Toward Complex Technological Innovations: An Empirical Study. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 57–2(July), 264–279. <https://doi.org/10.1002/asi>
- Tidd, J., Bessant, J., & Pavitt, K. (2013). *Managing innovation: Integrating technological,*

Yunita, T. (2022), "Building strategic ambidexterity: the importance of networking capability and learning capability in SMSs", *Management and entrepreneurship: trends of development*, 4(22), pp.50-59. Available at: <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2022-4/22-04>

organizational and market change.

- Tsai, H. T., & Ren, S. (2019). Antecedents of strategic ambidexterity in the context of internationalisation: a panel study of Taiwan Small and median-sized enterprises. *Technology Analysis and Strategic Management*, 31(8), 986–1001. <https://doi.org/10.1080/09537325.2019.1582764>
- Voss, G. B., & Voss, Z. G. (2013). Strategic ambidexterity in small and medium-sized enterprises: Implementing exploration and exploitation in product and market domains. *Organization Science*, 24(5), 1459–1477. <https://doi.org/10.1287/orsc.1120.0790>
- Zacca, R., Dayan, M., & Ahrens, T. (2015). Impact of network capability on small business performance. *Management Decision*, 53(1), 2–23. <https://doi.org/10.1108/MD-11-2013-0587>

БУДОВА СТРАТЕГІЧНОЇ КОМПОЗИЦІЇ: ВАЖЛИВІСТЬ МЕРЕЖЕВИХ ЗДАТНОСТЕЙ ТА ЗДАТНОСТІ НАВЧАННЯ В МСП

Tyna Yunita
Bhayangkara Jakarta Raya
Jakarta, Indonesia

Метою статті є оцінка літератури про стратегічну двосторонню вправність (SAY) шляхом дослідження того, як мережеві можливості (NWC) впливають на здатність до навчання (LNC), щоб використовувати продукт і ринкову діяльність. Крім того, аналізується вплив NWC і LNC на SAY з точки зору їх взаємодії. Методологія: для збору даних було опитано власників/керівників індонезійських МСП. На основі кількісного опитування 189 індонезійських малих і середніх підприємств з використанням SMART PLS 3 і процедури початкового завантаження з розміром вибірки 5000 перевіряється достовірність гіпотез. Висновки показали, що NWC і LNC мають прямий вплив на SAY. Результати також підтверджують роль LNC як посередника у відносинах між NWC і SAY. Однак емпіричні дані підтверджують, що NWC і LNC значно сприяють покращенню стратегічної амбідекстрії. Існує дефіцит високоякісних доказів, що демонструють зв'язок між NWC, LNC і SAY у поточній сукупності знань, особливо щодо МСП. Отже, це дослідження свідчить про те, що МСП повинні віддати пріоритет розвитку мережі та прийняти гнучкі стратегії. Висновки обговорюються з точки зору теорії, методології та застосування.

Ключові слова: мережева здатність, здатність до навчання, стратегічна амбідекстриність, МСП.

МЕНЕДЖМЕНТ

ОТРИМАНО:

10 Жовтня 2022

ПРИЙНЯТО:

10 Листопада 2022

ВИПУСК:

20 Грудня 2022

УДК 338.43:336.4(477)

DOI 10.26661/2522-1566/2022-4/22-05

ВАРТІСТЬ БРЕНДУ ТА КАПІТАЛ БРЕНДУ: СУТНІСТЬ, ВІДМІННІСТЬ ТА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК

Гуржій Наталя Миколаївна*

Доктор економічних наук, професор

Запорізький національний університет, Україна

ORCID ID:0000-0002-4995-9548

**Email автора для листування: madlen2020@ukr.net*

АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена розкриттю сутності поняття капітал бренду, вартість бренду, охарактеризовано основні підходи щодо їх визначення, наведено відмінні риси кожної категорії, але у їх взаємозв'язку. Представлені критерії, що визначають цінність бренду з точки зору споживача та з точки зору виробника. Розглянуто основні підходи щодо складових моделі бренду. Розкрито основні складові капіталу бренду – вартість, сила та імідж. Запропоновано в при оцінці капіталу бренду менеджерам враховувати стадії, через які проходить споживач в своїх взаєминах з брендом.

Ключові слова: бренд, капітал бренду, вартість бренду, оцінка бренду, сила бренду, імідж бренду

JEL Classification: A10, R11, D11.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Створення сильного бренду в сучасному світі є швидше потребою, ніж додатковим бажанням компанії зміцнити свої позиції на ринку. Особливо це важливо для компаній, які намагаються конкурувати з лідерами ринку або виводити свої товари на світовий ринок. Для вітчизняних компаній проблема створення якісного та популярного бренду нині стоїть досить гостро, оскільки Україна на шляху до вступу в ЄС. Але ринок кожної окремої країни має свої особливості, які мають враховуватися в процесі створення та управління брендами.

Як показав аналіз доробків вчених економістів щодо вартості бренду та його капіталізації, існує кілька підходів до розмежування даних категорій. Це два різні але взаємопов'язані поняття. Найважливіше джерело довгострокових конкурентних переваг це здатність компанії формувати і розвивати свій бренд. Незважаючи на велику кількість робіт, які присвячені брендингу, цілісної система управління капіталом бренду майже не представлено. Різні автори акцентують свою увагу на окремих складових капіталу бренду. Перш за все це обумовлено наявністю величезної кількості інтерпретацій основних понять, пов'язаних з управлінням брендом, таких як бренд, бренд-менеджмент та капітал бренду.

Питання брендингу розкривають у своїх роботах такі автори, як Д. Аакер [1], К. Келлер [2] Л., М. Ліндстром [3] та Е. Райс [4]. Проте існує нестача досліджень, що стосуються специфічних характеристик розробки брендів на вітчизняному ринку.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ ТА ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою даної роботи є дослідження сутності понять капітал бренду та вартість бренду, визначити основні критерії, що обумовлюють цінність бренду для виробника та споживачів. Задля досягнення поставленої мети було проведено: аналіз існуючих підходів та методів до оцінки капіталу бренду, їх систематизація при проведенні таких оцінок та розробка рекомендацій щодо їх системного використання під час проведення оцінки торгової марки.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Сам брендинг як концепція існує давно. За допомогою бренду покупці відрізняють товари та послуги однієї компанії від товарів та послуг іншої. З точки зору покупця, бренди спрощують покупки, допомагають в обробці інформації про товари, а також дають можливість споживачу відчувати впевненість в правильності рішень щодо покупки. Менеджери повинні усвідомити той факт, що бренд став важливим активом компанії, і необхідно зосередитись на створенні відомої торгової марки.

Вперше концепція капіталу бренду була запропонована Акером і Келлером в кінці ХХ століття. Одне з головних питань, яке ще вирішити, — це оцінка брендів [1,2]. Трохи пізніше, команда авторів [5] запропонувала оцінку конструкції капіталу бренду, яка дозволяла враховувати фінансову стратегічну значущість бренду для розвитку торгової марки.

Вартість бренду (Brand value) — це сума витрат на менеджмент щодо формування торгової марки, капітал бренду (Brand equity) — є реакції в поведінці споживачів щодо конкретного бренду у вигляді попиту на брендований товар [6]. Це свідчить про відмінності в походженні та сутності і сфері застосування вищезначених категорій.

Капітал бренду є маркетинговим інструментом, оскільки дозволяє оцінити ступінь диференціації в сприйнятті організації, обізнаності та лояльності з боку споживачів щодо нього.

Капітал бренду можна охарактеризувати як цінність, що створюється брендом завдяки його імені та в асоціації та емоційні підключити, що споживач має на увазі.

Фаркуар стверджує, що капітал бренду забезпечує організації конкурентні переваги. По-перше, сильний бренд забезпечує платформу для нових продуктів та ліцензування. По-друге, сильний бренд залишається стійким в кризовій ситуації, при зниженні корпоративної підтримки чи зміні споживчих вподобань [7].

Через наявність незліченних проблем в короткостроковому періоді, стимулюванні збуту, зростання потужності роздрібної торгівлі, приватних торгових марок посилюється необхідність оцінки капіталу бренду. Необхідно виявити особливо ефективні драйвери, а неефективні — відрегулювати. Компанії повинні диференціювати елементи, на ті що сприяють функціонуванню бренду, від тих елементів, які руйнують бренди [7].

Перевагою встановлення правильної вартості бренду є гарантією того, що ресурси будуть направлені в найбільш прибуткові напрямки товарного портфеля бренду. Крім того, точна оцінка капіталу бренду гарантує, що кошти, які були вкладені в створення бренду будуть окуплені у вигляді лояльності з боку споживачів.

Такий підхід до формулювання капіталу бренду вплинув на визначення його

структури та вибір відповідних методів оцінки кожної складової капіталу бренду. Капітал бренду — це вартісна оцінка його репутації, яка сприяє сприйняттю споживачами відмінностей та переваг бренду, що призводить до збільшення обсягу покупок, створюючи додаткову вартість для виробника. Підходи дослідників до визначення капіталу бренду

розділилися на два напрямки – розуміння капіталу бренда з точки зору виробника та з позиції споживача [8].

Розглядаючи бренд в якості стратегічного капіталу, Д. Аакер запропонував структурувати його активи з метою їх подальшої оцінки за чотирьома групами: обізнаність щодо бренду, якість бренду, що сприймається, лояльність до бренду, асоціації, що пов'язані з брендом [1].

Капітал бренду з позиції компанії Д. Аакер визначає, як «сукупність активів та зобов'язань, які пов'язані з брендом, його іменем, символом, що збільшують або зменшують цінність продукту для компанії та її клієнтів» [1]. Деякі вчені підтримали дане визначення з позиції виробника, посиливши у ньому акцент на грошовому вимірі: «Капітал бренду – це сукупність показників, що забезпечують додатковий поточний та майбутній грошовий потік для власника бренду. Капітал бренду складається із споживчого капіталу (знання марки, лояльність споживачів, сформований образ, готовність платити цінову премію) і внутрішнього капіталу (обсяги продажу, прибуток, проникнення в роздрібні мережі, лояльність посередників)» [9].

Оскільки капітал бренду є сукупністю активів та зобов'язань компанії, за

Д. Аакером, управління цим капіталом передбачає попередні капіталовкладення, що спрямовуються на створення та розвиток бренду [1].

Вартість бренду з позиції фінансової оцінки, як зазначалося, обумовлена тією цінністю, яку компанія - власник бренду отримує завдяки цьому активу (сила бренду). Цінність активу, пов'язана з тим доходом, який бренд здатен забезпечувати. У спрощеному вигляді під цим доходом розуміють додатковий грошовий потік, який забезпечується брендованою продукцією.

Потенційна величина вартості бренду може бути досягнута за рахунок найбільш ефективного управління капіталом бренду (з позиції компанії). При цьому вартість бренду є значущим показником, який дозволяє оцінювати ефективність управління брендом.

Сила бренду - це характеристика бренду з позиції компанії. Досить повно капітал бренду з позиції компанії відображає визначення Д. Аакера: капітал бренду - це сукупність активів (або пасивів), які пов'язані з марочною назвою і символ, який збільшує (або зменшує) цінність товару або послуги для фірми і (або) для клієнтів фірми. Основними активами капіталу бренду є: обізнаність про бренд; лояльність до бренду; сприйняття якості; асоціації із брендом. Крім чотирьох перерахованих вище активів Аакер виділяє ще одну категорію, а саме інші активи, пов'язані із брендом. В цю категорію віднесено: ставлення до марочної продукції в каналах розподілу і патенти, що пов'язані з брендом [1]. Для управління цими активами Аакер пропонує використовувати наступні показники в моделі капіталу бренду: цінову премію; задоволеність споживача/лояльність до бренду; лідерство/популярність; сприйняття цінності; індивідуальність бренду; асоціації з організацією; обізнаність про бренд; частка ринку; ринкова ціна та представленість бренду в дистрибутивній мережі [1].

На початку ХХІІІ століття вчені запропонували розширену модель капіталу бренду Аакера з урахуванням розмежування елементів його цінності як для компанії так і для споживача. Автори розширили класичну Модель капіталу бренду Аакера за двома напрямками. По перше, були розмежовані елементи, які складають капітал бренду (якість, що сприймається, лояльність, асоціації/ обізнаність), і капітал бренду як єдине ціле, що, на їх думку, сприяє кращому розумінню впливу окремих складових на капітал бренду в цілому. По-друге, в модель були додані маркетингові засоби: ціна, імідж магазину, дистрибуція, реклама, цінові методи стимулювання збуту (знижки, купони і т. д.), що впливають на елементи капіталу бренду [10].

Імідж бренду - це характеристика бренду з позиції споживача. Для обліку цієї позиції К. Л. Келлера запропоновано спеціальний термін «споживчий капітал бренду»

(customer-based brand equity), який на його думку є сукупністю уявлень про особливості торгової марки, які виникають завдяки формуванню знань про цю марку і впливають на ставлення споживачів до маркетинговому комплексу брендованого товару. Торгова марка має позитивний споживчий капітал, якщо споживачі краще ставляться до відомої марки та її маркетингової підтримки, ніж до невідомого товару. І навпаки, торгова марка має негативний споживчий капітал, якщо споживачі ставляться до неї гірше, ніж до невідомого товару [2,]. Відповідно до теорії Келлера в основі капіталу торгової марки лежить знання про неї. Знання, у свою чергу, включають обізнаність про торгову марку та її образ (image) [2].

Обізнаність про торгову марку визначається як здатність споживача згадати чи впізнати її у різних ситуаціях. Образ торгової марки визначається як її сприйняття, виражене в асоціаціях, закріплених у пам'яті споживача. Управління капіталом торгової марки передбачає роботу з його основними джерелами, тобто до досягнення високої поінформованості та формування сильних, сприятливих та унікальних асоціацій.

Сила асоціацій - похідна від кількості і якості інформації про бренд (досягається за рахунок ефективного використання інструментів маркетинг-мікс). Сприятливість асоціацій - їх здатність викликати позитивні емоції у споживачів. Унікальність асоціацій дозволяє диференціювати конкурентів; дані конкретні асоціації повинні виникати тільки щодо конкретного бренду. До таких характеристик, як сприятливість асоціацій та унікальність асоціацій, Х. С. Крішнан пропонує додавати множинність асоціацій (з брендом може бути пов'язана велика кількість асоціацій, частина з яких може носити виключно особистісний і нелогічний характер) і походження асоціацій (чи є вони прямими (пробне використання) або непрямими (реклама, рекомендації друзів і т.д.)) [11]. У загальному вигляді підхід до трактування капіталу бренду Келлера з урахуванням доповнень Крішнана наведено на рис. 1.

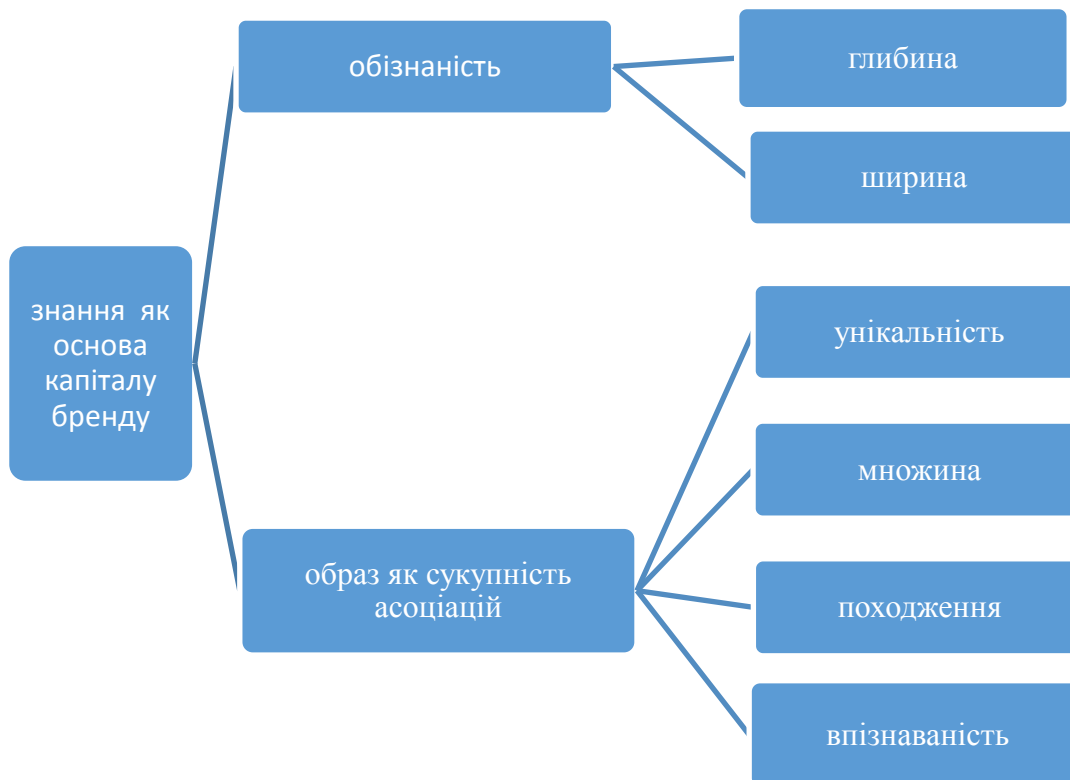


Рис. 1 Трактування капіталу бренду Келлера - Крішнана

Джерело: складено на основі [11].

Підхід Келлера є психологічним, оскільки сфокусований безпосередньо на взаєминах споживача з брендом і дозволяє краще зрозуміти його природу. Обмеження підходу зводяться до його практичної реалізації, оскільки психологічні змінні, зокрема асоціації, дуже складно об'єктивно виміряти і відповідним чином на них впливати.

Лояльність до бренду - це ступінь прихильності покупця до бренду, оскільки відображає ймовірність того, що покупець перейде на інший бренд, особливо коли цей бренд вносить зміни або у ціну, або у показники якості товару. Часто лояльність асоціюють з ядром капіталу бренду. Оскільки, якщо клієнти байдужі до бренду і, по суті, купують за характеристиками, ціна і зручність, не зважаючи на торгову марку, як правило свідчить про низький капітал бренду. Це один із показників капіталу бренду, який обумовлює отримання прибутку. Лояльність до бренду приходить в процесі отримання досвіду, але на нього можуть впливати інші основні параметри капіталу бренду — впізнаваність, асоціації, а також сприйняття якості.

Управління капіталом бренд повинно ґрунтуватися на стратегічному аналізі та бути орієнтованим на прогресивне зростання, забезпечення лояльності споживачів, довгострокових конкурентних переваг, соціально-економічний успіх підприємства та підтримання позитивного іміджу і репутації [12].

Капітал бренду забезпечує створення вартості як для споживачів, так і для виробників:

- для споживачів – це відоме ім'я бренду, ступінь лояльності споживача до бренду, полегшення в процесі обробки інформації та прийняті відповідного рішення про покупку при наявності великої кількості товарів (послуг) серед представлених на відповідному ринку. Цінність вибору бренду для споживача це підтвердження правильності свого вибору, приналежності до діяльності обраної компанії.

Для споживачів торгові марки створюють своєрідні «маркери» цінності в процесі вибору товару. Вибір нових, високотехнологічних товарів пов'язаний з певним ризиком, оскільки покупець ще не має відповідного досвіду в прийнятті саме таких рішень. Покупка товару є тестування на довіру щодо виправдання очікувань споживача. Brand name це свого роду гарантія відповідного рівня якості [12];

- для підприємства – це додатковий потік фінансових коштів, залучення нових споживачів, посилення лояльності до бренду, допомога в установленні тієї ціни, яка дозволить отримати додатковий прибуток та інше. Капітал бренду дозволяє підприємства підвищити ефективність управління бізнес-процесами (від задуму товару до його реалізації споживачами), які забезпечать можливість створення цінності як для споживачів, так і зростання вартості бренду для акціонерів. Капітал бренду створює вартість для власників за рахунок зростання обсягів грошових потоків. Цінність бренду для виробника – це гарантія довгострокових конкурентних переваг на ринку, виражених у зростанні прибутковості, зниженні витрат та залученні нових споживачів [12].

Сила та імідж бренду, характеризують його цінність для компанії і для споживача, є основними складовими капіталу бренду. Існує багато способів генерації цінності, основні з яких в узагальненому вигляді представлені в табл. 1.

Зазначимо наявність взаємозв'язку генерації цінності для споживача з генерацією цінності для компанії. Чим більш ефективно бренд буде генерувати цінність для споживача, тим більша цінність буде генеруватися і для компанії.

Сучасна концепція капіталу бренду передбачає оцінку наступних складових капіталу бренду:

- обізнаності (сприйняття, впізнаваність бренду споживачем, асоціації з певною товарною категорією);
- іміджу та ідентифікації (уявлення споживача та власника бренду) - лояльність споживачів;

- сприйняття якості (співвідношення ціна/якість в порівнянні з конкурентами і запити та очікування споживачів);
- фінансової вартості (внесок бренду в прибутковість і в активи компанії) [13].

Таблиця 1

Цінність бренду для споживачів і для компанії

Цінність бренду	
Для споживачів	Для виробника
Підвищення сприйняття якості і зниження сприйняття ризиків	Зростання виручки за рахунок встановлення цінової премії і (або) зростання обсягу продажів
Символ соціального статусу (імідж бренду) та належності до певної групи	Зниження ризиків отримання грошових потоків, зменшення відтоку клієнтів, захист від конкурентів
Відображення індивідуальності і особистих цінностей	Залучення нових споживачів, готовність давати позитивні рекомендації
Допомога у прийнятті рішення про покупку продукту, коли складно оцінити його функціональні якості	Велика готовність споживачів купувати новий продукт під відомим брендом
	Лояльні до бренду споживачі - потенціальне джерело нових ідей

Джерело: складено на основі [1-12].

Обізнаність про торгову марку – це здатність потенційного покупця розпізнати чи згадати, що торгова марка відноситься до певної товарної категорії.

Обізнаність про бренд пов'язана із силою сліду бренду у пам'яті, що відображено здатністю споживачів ідентифікувати бренд у різних умовах. Зокрема, обізнаність про назву бренду пов'язана з ймовірністю того, що ім'я бренду спаде на думку, і споживач з легкістю його згадає. Обізнаність про бренд полягає у визнанні марки. Впізнаваність бренду пов'язана із здатністю споживачів підтвердити попереднє знайомство із брендом, коли дана марка отримала відгук. Визнання марки вимагає щоб споживачі правильно розрізняли бренд як той, що бачили або про який чули раніше. Відгук на бренд передбачає здатність споживачів згадати марку, коли їм задана категорія продукту. Важливість впізнаваності бренду залежить від того, як саме споживачі приймають рішення при покупці в магазині (де вони потенційно можуть піддаватися дії бренду) під впливом зовнішнього оточення.

Імідж бренду відноситься до набору асоціацій, пов'язаних із брендом, які у споживачів залишаються в пам'яті. Імідж бренду визначається як сприйняття бренду, асоціації, що утримуються в пам'яті споживача. Асоціації з брендом – це інші інформаційні вузли, що містять значення бренду для споживачів. Сприятливість, сила та унікальність асоціацій з брендом – це параметри, що відрізняють впізнаваність бренду.

Бренд як сигнал являє собою минулі та справжні стратегії маркетинг-мікс, а також види діяльності, асоційовані з брендом. Бренд доносить інформацію про характеристики

(фізичного та соціального плану) товару до споживача. Бренд-сигналу властиві ясність і переконання.

Надійність сигналу припускає, що інформація про бренд повинна сприйматися споживачами як правдива, варта довіри. Фірма при цьому повинна бути здатною виконувати свої обіцянки. Крім того, вона має інвестувати у свій бренд (спонсорство, реклама і т. п.), щоб забезпечувати надійність сигналу. Надійність сигналу важлива в умовах невизначеності середовища, вона підвищує сприймання споживачем якості продукту, знижує сприймання ним ризиків (функціональних, фінансових, фізичних, психологічних, соціальних), які пов'язані з продукцією підприємства. Бажання споживача знизити невизначеність і ризики сприйняття, змушує його збирати і обробляти відповідну інформацію, що пов'язана з певними витратами (часу, грошей, енергії). У підсумку сприймання якості, сприймання ризиків і інформаційні затримки визначають очікувану споживачем корисність товару. Таким чином, атрибути бренду, що сприймаються споживачем, визначають очікувану корисність продукту.

Підхід Ердема і Свейта має велике значення, оскільки безпосередньо пов'язує бренд з процесом прийняття рішення споживачем про купівлю товару через механізми сприйняття. Завдання управління бренд-менеджменту полягає в збільшенні сприйняття якості, зниження сприйняття ризиків і витрат споживачем. Але у даного підходу є недолік, що полягає в складності проведення об'єктивної оцінки і, як наслідок в управлінні наведеними в моделі параметрами [14].

Всі розглянуті моделі володіють одним істотним недоліком - вони не відображають взаємозв'язок між показниками капіталу бренду. Даний взаємозв'язок враховується в підході М. К. Агарвала і В. Р. Рао [15]. Автори пропонують розглядати капітал бренду відповідно до стадій, через які проходить споживач в своїх взаєминах з брендом і які можуть служити діагностичним інструментом для менеджерів. До цих стадій відносяться: обізнаність; сприйняття і ставлення; перевага бренду; намір придбати бренд; придбання бренду. Завдання бренд-менеджерів, відповідно до логіки підходу, полягає в тому, щоб сприяти просуванню споживачів від стадії до стадії з використанням різноманітних маркетингових інструментів (наприклад, реклами, стимулювання продажів і т. д.).

Жоден підхід не дасть відповіді для правильної оцінки. Відправною точкою є розуміння цілей оцінки та переваг, які приносить бренд. Через відсутність прозорості в роботі деякі менеджери не готові приймати оцінки капіталу бренду. За умови, що припущення зроблено на основі інформації доступній для менеджери, воно можливо зроблено виходячи з власних суджень щодо цінності бренду. Моделі оцінки можуть бути і кількісними, але значною мірою залежить від суб'єктивних даних та суджень.

ВИСНОВКИ

В процесі дослідження були приведені визначення капіталу бренду як економічної категорії та активу підприємства; ідентифіковано його основні елементи; охарактеризовано основні принципи управління капіталом бренду що сприятиме підвищенню ефективності управління брендом.

Наявність великої кількості визначень відповідних понять суттєво ускладнює як наукові дослідження в цій галузі, так і розробку практичних інструментів управління брендами компаній. Автором була зроблена спроба комплексного розгляду капіталу бренду та представлено основні складові, які враховують різні аспекти даної концепції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Aaker David A. Building Strong Brands Free Press, 1996. 380 p. [http://doi.org/10.1016/S0737-6782\(96\)80021-X](http://doi.org/10.1016/S0737-6782(96)80021-X).
2. Keller KL Conceptualizing, Measuring, i Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*. 1993. Vol. 57. N 1. P. 1–22. <http://doi.org/10.2307/1252054>
3. Lindstrom M. Brand Sense: How to Build Powerful Brands Through Touch, Taste, Smell, Sight & Sound. Kogan Page Publishers. 2005. 237 p.
4. Ries Al, Ries L. The Origin of Brands: How Product Evolution Creates Endless Possibilities for New Brands Paperback. Illustrated, September 27, 2005.
5. Wood L. Brands and Brand Equity: Definition and Management. *Management Decision*. 2000. Vol. 38. N 9. P. 662-669.
6. Hakala U., Svensson J., Vincze Z. Consumer-Based Brand Equity and Top-of-Mind Awareness: A Cross-Country Analysis. *Journal of Product & Brand Management*. 2012. Vol. 21. N 6. P. 439-451.
7. Farquhar P. Managing Brand Equity. *Marketing Research*. 1989. Vol. 1. N 3. P. 24–33.
8. Anselmsson J., Bondesson NV, Johansson U. Brand Image and Customers' Willingness to Pay a Price Premium for Food Brands. *Journal of Product & Brand Management*. 2014. Vol. 23. N 2. P. 90-102.
9. Netemeyer RG, Krishnan B., Pullig C., Wang G., Yagci M., Dean D., Ricks J., Wirth F. Developing and Validating of Facets of Customer-Based Brand Equity. *Journal of Business Research*. 2004. Vol. 57. N 2. P. 209-224.
10. Krishnan HS Characteristics of Memory Associations: A Consumer Based Brand-Equity Perspective. *International Journal of Research in Marketing*. 1996. Vol. 13. N 4. P. 389-405.
11. Студінська Г. Я. Умови капіталізації бренду. *Науковий часопис. Економіка і право*. 2015. № 27. С. 110–118.
12. Шевченко О. Л. Бренд як актив: принципи створення і управління. *Вчені записки КНЕУ: Економіка*. 2013. №15. С. 109 -114.
13. Erdem T., Swait J., Louviere J. The Impact of Brand Credibility on Consumer Price Sensitivity. *International Journal of Research in Marketing*. 2002. Vol. 19. N 1. P. 1–19.
14. Agarwal MK, Rao VR Ha Empirical Comparison of Consumer-bBased Measures of Brand Equity. *Marketing Letters*. 1996. Vol. 7. N 3. P. 237-247.

REFERENCES

1. Aaker David A. (1996). *Building Strong Brands*. Free Press. [http://doi.org/10.1016/S0737-6782\(96\)80021-X](http://doi.org/10.1016/S0737-6782(96)80021-X).
2. Keller KL. (1993) Conceptualizing, Measuring, i Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*. 57(1). 1–22. <http://doi.org/10.2307/1252054>
3. Lindstrom M. (2005). Brand Sense: How to Build Powerful Brands Through Touch, Taste, Smell, Sight & Sound. Kogan Page Publishers. 237.
4. Ries Al, Ries L. (2005). The Origin of Brands: How Product Evolution Creates Endless Possibilities for New Brands Paperback.
5. Wood L. (2000). Brands and Brand Equity: Definition and Management. *Management Decision*. 38(9). 662-669.

6. Hakala U., Svensson J., Vincze Z. (2012). Consumer-Based Brand Equity and Top-of-Mind Awareness: A Cross-Country Analysis. *Journal of Product & Brand Management*. 21(6). 439-451.
7. Farquhar P. Managing Brand Equity (1989). *Marketing Research*. 1(3). 24–33.
8. Anselmsson J., Bondesson NV, Johansson U. (2014). Brand Image and Customers' Willingness to Pay a Price Premium for Food Brands. *Journal of Product & Brand Management*. 23(2). P. 90-102.
9. Netemeyer RG, Krishnan B., Pullig C., Wang G., Yagci M., Dean D., Ricks J., Wirth F. (2004). Developing and Validating of Facets of Customer-Based Brand Equity. *Journal of Business Research*. 57(2). 209-224.
10. Krishnan HS. (1996). Characteristics of Memory Associations: A Consumer Based Brand-Equity Perspective. *International Journal of Research in Marketing*. 13(4). 389-405.
11. Studins'ka H. YA. (2015). Umovy kapitalizatsiyi brendu. *Naukovyy chasopys. Ekonomika i pravo*. 27. 110–118. [in Ukrainian].
12. Shevchenko O. L. (2013) Brend yak aktyv: pryntsypy stvorenniya i upravlinnya. Vcheni zapysky KNEU: Ekonomika. №15. 109 -114. [in Ukrainian].
13. Erdem T., Swait J., Louviere J. (2002). The Impact of Brand Credibility on Consumer Price Sensitivity. *International Journal of Research in Marketing*. 19(1). 1–19.
14. Agarwal MK, Rao VR. (1996). An Empirical Comparison of Consumer-Based Measures of Brand Equity. *Marketing Letters*. 7(3). 237-247.

BRAND VALUE AND BRAND EQUITY: ESSENCE, DIFFERENCE AND RELATIONSHIP

Hurzhii Nataliia
Zaporizhzhia National University
Zaporizhzhia, Ukraine

The article is devoted to the disclosure of the essence of the concept of brand capital, brand value, the main approaches to their definition are characterized, the distinguishing features of each category are given, but in their relationship. The criteria that determine the value of the brand from the point of view of the consumer and from the point of view of the producer are presented. The main approaches to the components of the brand model are considered. The main components of brand capital are revealed - value, power and image. When evaluating brand capital, it is suggested that managers take into account the stages through which the consumer passes in his relationship with the brand.

In the course of the research, definitions of brand equity as an economic category and enterprise asset were given; its main elements are identified; the main principles of brand equity management are characterized, which will contribute to the improvement of the effectiveness of brand management.

Keywords: brand, brand equity, brand value, brand valuation, brand strength, brand image.

МЕНЕДЖМЕНТ

ОТРИМАНО:

20 Жовтня 2022

ПРИЙНЯТО:

20 Листопада 2022

ВИПУСК:

20 Грудня 2022

УДК : 005.332.4:[338.43:636]:

[327.5:355.01](477:470)"2022"

DOI [10.26661/2522-1566/2022-4/22-06](https://doi.org/10.26661/2522-1566/2022-4/22-06)

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА В УКРАЇНІ В УМОВАХ РОСІЙСЬКОЇ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ

Перегуда Юлія Андріївна

*к. геогр. н., докторант кафедри глобальної економіки Національного університету
біоресурсів і природокористування України, доцент кафедри глобальної економіки*

*Національного університету біоресурсів і природокористування України,
доцент кафедри організації туристичної діяльності ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна*

Академія управління персоналом»

м. Київ, Україна

ORCID ID : [0000-0002-1434-2509](https://orcid.org/0000-0002-1434-2509)

Email автора для листування: julia_pereguda@ukr.net

Анотація. Стаття присвячена формуванню нових наукових рішень щодо ідентифікації факторів впливу на конкурентоспроможність продукції українського тваринництва в умовах російської військової агресії. Доведено, що галузь тваринництва в Україні та її підприємства мають збільшити гнучкість та адаптивність з точки зору забезпечення конкурентоспроможності власної продукції з врахуванням змін ведення фінансово-господарської діяльності під впливом факторів, які породжені російською військовою агресією. **Метою** статті є формування сукупності факторів впливу на конкурентоспроможність продукції тваринництва в Україні в умовах російської військової агресії. **Методологія:** використано комплекс загальних та спеціальних методів на емпіричному і теоретичному рівнях, таких як: методи літературного аналізу та оберненого семантичного графічного аналізу для визначення сутності терміну «фактор конкурентоспроможності продукції підприємств тваринництва»; методи логічного узагальнення та наукової абстракції для визначення класифікаційних ознак факторів впливу на конкурентоспроможність продукції тваринництва в Україні в умовах російської військової агресії; методи системного аналізу і синтезу для формування сукупності факторів впливу на конкурентоспроможність продукції тваринництва в Україні в умовах російської військової агресії; методи систематизації, групування і логічного узагальнення для систематизації інформації, формування висновків і наукових пропозицій статті. У статті використано системно-функціональний, історичний та системний підходи у розкритті та вирішенні проблематики формування сукупності факторів впливу на конкурентоспроможність продукції тваринництва в Україні в умовах російської військової агресії. **Результати:** сформована сукупність ключових негативних та позитивних факторів впливу на конкурентоспроможність продукції тваринництва в Україні в умовах російської військової агресії на мікро-, мезо-, макро-, метарівнях.

Ключові слова: конкурентоспроможність, підприємства тваринництва, продукція тваринництва, російська військова агресія, фактори впливу.

JEL Classification: O13, Q10.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

В умовах війни українська економічна система та її складові перебувають під впливом значної кількості, переважно негативних факторів. Ситуація на ринках збуту продукції та в межах здійснення експортно-імпоротної діяльності динамічно змінюється. Критичне збільшення військових ризиків, обмеження енергопостачання, падіння платоспроможного попиту, деформація ринку праці через мобілізацію, внутрішню міграцію та еміграцію, логістичні проблеми, зростання вартості сировини, матеріалів та комплектуючих вимагають від українських виробників різних секторів економіки швидкої зміни стратегій розвитку, адаптацію та гнучкості до умов здійснення фінансово-господарської діяльності, які значно змінилися.

В наведених умовах особливого значення набуває тваринництво, що є базисом забезпечення економічної та національної безпеки України. Тваринництво у передвоєнний час мало суттєві проблеми у розвитку, що не дозволяло у повній мірі реалізувати економіко-соціальний потенціал галузі економіки, а також можливості для збільшення експортної діяльності. Воєнний розвиток значно ускладнює здійснення фінансово-господарської діяльності підприємств галузі тваринництва та вимагає пошуку нових шляхів протидії факторам негативного впливу і забезпечення довгострокового стабільного розвитку.

Особливого значення для галузі тваринництва в Україні та виробників продукції тваринництва набуває забезпечення власної конкурентоспроможності, що вимагає ідентифікації факторів впливу на конкурентоспроможність та пошуку нових шляхів розвитку з врахуванням виявлених факторів. При цьому критично важливим є дослідження конкурентоспроможності продукції тваринництва, як на вітчизняному, так і на закордонних ринках збуту. Наведене вимагає проведення наукових розвідок та формування відповідних практичних рекомендацій, що і обумовило актуальність проведення дослідження.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проблематика дослідження конкурентоспроможності продукції тваринництва знаходиться у фокусі уваги українських та іноземних вчених, що дозволяє виявити три напрями проведення наукових робіт:

- дослідження конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств в Україні та конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, що стосується і виробників продукції тваринництва. У цьому напрямі можливо виділити роботи наступних вчених: М.А. Місевича, В.М. Ходаківського, Г.В. Циганенко [1]; М.Й. Маліка та О.А. Нужної [2]; О.А. Стахіва та Т.Л. Адамчук [3] та ін.;

- дослідження конкурентоспроможності сфери тваринництва закордонними вченими, у тому числі конкурентоспроможності виробників і продукції, результати яких можуть використати українські науковці та підприємства. У цьому напрямі можливо виділити роботи наступних вчених: Й. Падро, О. Касторени, А. Мілтоне [4]; М. Залі [5]; А.Е.П. Бріто, А. де Жезус Еспінози, К.П.К. Горділло [6] та ін.;

- дослідження конкурентоспроможності українських підприємств галузі тваринництва та конкурентоспроможності продукції тваринництва на вітчизняному та закордонних ринках. У цьому напрямі можливо виділити роботи наступних вчених: О.А. Бужина [7]; М.М. Ільчука [8]; М.В. Місюка [9] та ін.

Не зважаючи на значний науковий доробок щодо вирішення проблем дослідження та підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників з галузі тваринництва та їх продукції на внутрішньому і зовнішніх ринках збуту, нові умови здійснення фінансово-господарської і комерційної діяльності, які породжені військовою агресією Росії проти України, потребують проведення нових наукових досліджень та ідентифікації факторів

впливу на конкурентоспроможність продукції тваринництва українських підприємств в межах зміни ними стратегій розвитку.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ ТА ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою проведення дослідження виступає формування сукупності факторів впливу на конкурентоспроможність продукції тваринництва в Україні в умовах російської військової агресії.

МЕТОДОЛОГІЯ

В межах наукового дослідження, для досягнення мети статті, використано комплекс загальних та спеціальних методів на емпіричному і теоретичному рівнях, таких як: методи літературного аналізу та оберненого семантичного графічного аналізу для визначення сутності терміну «фактор конкурентоспроможності продукції підприємств тваринництва»; методи логічного узагальнення та наукової абстракції для визначення класифікаційних ознак факторів впливу на конкурентоспроможність продукції тваринництва в Україні в умовах російської військової агресії; методи системного аналізу і синтезу для формування сукупності факторів впливу на конкурентоспроможність продукції тваринництва в Україні в умовах російської військової агресії; методи систематизації, групування і логічного узагальнення для систематизації інформації, формування висновків і наукових пропозицій статті.

Методологія дослідження спирається на системно-функціональний, історичний та системний підходи у розкритті та вирішенні проблематики формування сукупності факторів впливу на конкурентоспроможність продукції тваринництва в Україні в умовах російської військової агресії.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Тваринництво в Україні має системні проблеми, що знайшло своє відображення у зменшенні частки галузі у ВВП країни за період з 2013 року до 2021 року на 1,45 % з 2,98 % у 2013 році до 1,53 % у 2021 році [10; 11]. Також за період з 2013 року до 2021 року зменшилась частка тваринництва у сільському господарстві країни з 34,28 % до 14,44 % (-19,84%) та чотири роки з дев'яток (2013, 2014, 2020, 2021 роки) було від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі продукцією тваринництва [10; 11; 12]. Наведена ситуація була викликана зменшенням конкурентоспроможності продукції тваринництва та безпосередньо підприємств галузі тваринництва на внутрішньому та зовнішніх ринках збуту продукції і наявністю факторів, що знижували конкурентоспроможність у тваринництві в Україні.

Враховуючі існуючі проблеми галузі тваринництва в Україні з конкурентоспроможністю, російська військова агресія збільшила та примножила проблематику ведення бізнесу у галузі. Згідно даних ГО «Центр «Розвиток Корпоративної Соціальної Відповідальності» в Україні, станом на кінець серпня 2022 року, тільки 12,4 % підприємств не змінили або збільшили обсяги виробництва [13]. Подібна ситуація є і у підприємств тваринництва, які, враховуючи специфіку виробничої діяльності, не можуть, у більшості, здійснити релокацію і страждають від ведення військових дій та окупації (Південь та Схід України). Наразі сукупність факторів впливу на конкурентоспроможність продукції тваринництва виробників з України змінилась, що потребує їх ідентифікації та використання у фінансово-господарській і комерційній діяльності суб'єктів господарювання галузі.

Проведення дослідження вимагає визначення сутності терміну «фактор конкурентоспроможності продукції підприємств тваринництва», що можливо досягти за допомогою оберненого семантичного графічного аналізу (рис. 1).

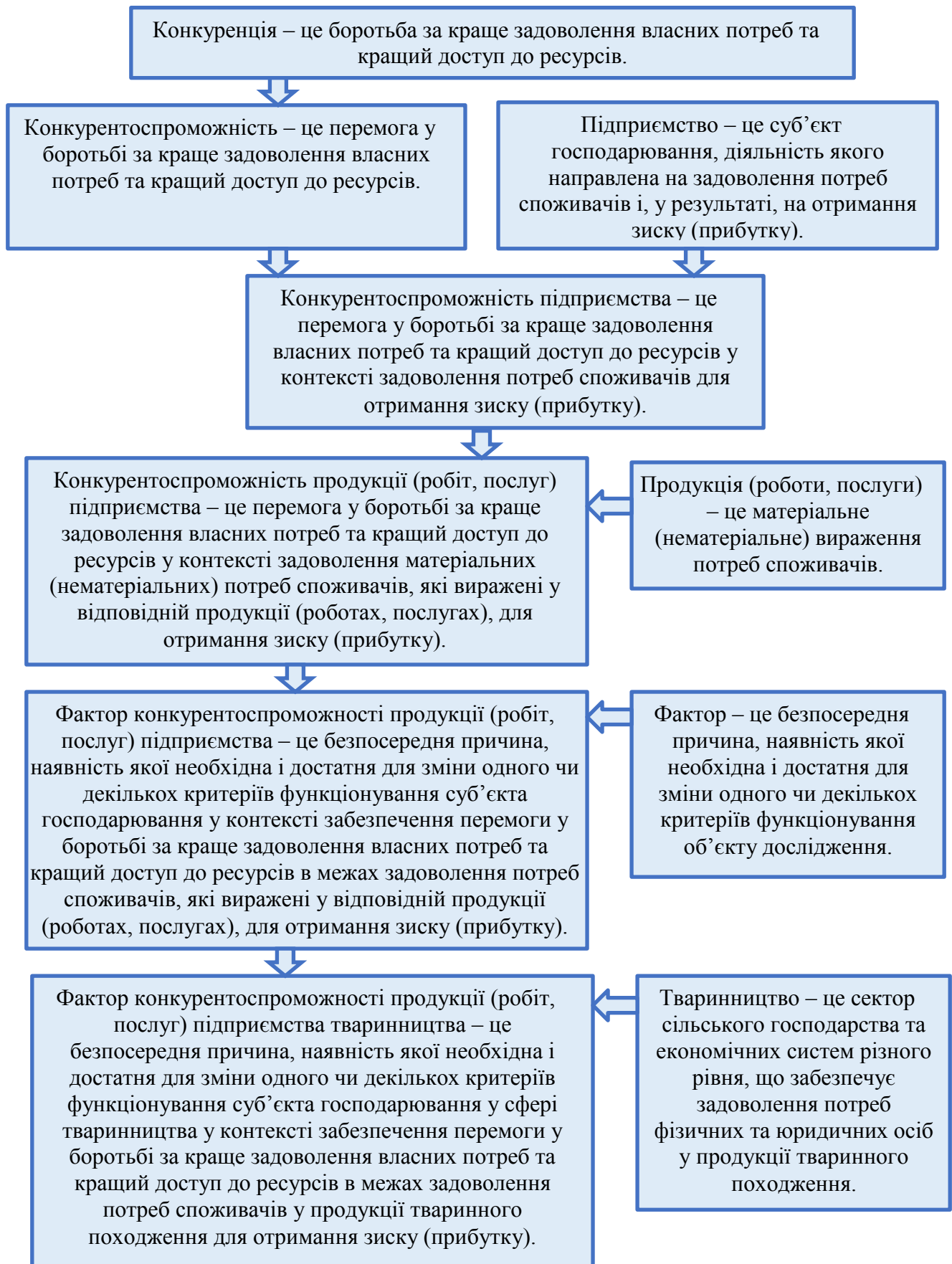


Рис. 1. Визначення сутності терміну «фактор конкурентоспроможності продукції підприємств тваринництва»

Джерело: систематизовано автором за даними [1, с. 20; 3, с. 361-362; 14; 15, с. 64].

Таким чином, фактори конкурентоспроможності мають вплив на функціонування підприємств тваринництва та взаємодію між підприємствами тваринництва і споживачами в межах виробництва та збуту продукції тваринництва. Саме фактори визначають адаптивність підприємства та його продукції до вимог ринку і споживачів та виступають однією з ключових складових отримання зиску (прибутку) суб'єктом господарювання.

Наголошуємо на наявності факторів позитивного та негативного впливу на конкурентоспроможність продукції підприємств тваринництва. Також, використовуючи напрацювання Й. Падро, О. Касторени, А. Мілтона [4] можемо виділити фактори чотирьох рівнів впливу на конкурентоспроможність продукції підприємств тваринництва:

- мікрорівень – фактори, що впливають на конкурентоспроможність продукції підприємства тваринництва, які сформувались на підприємстві та є внутрішніми по відношенню до суб'єкта підприємницької діяльності. Наведені фактори є ключовими, оскільки позитивні фактори мікрорівня виступають компенсаторами для негативних факторів інших рівнів;

- мезорівень - фактори, що впливають на конкурентоспроможність продукції підприємства тваринництва, які сформувались на рівні галузі або окремого регіону (території) країни, де суб'єкт господарювання здійснює власну фінансово-господарську діяльність;

- макрорівень - фактори, що впливають на конкурентоспроможність продукції підприємства тваринництва, які сформувались на рівні окремої країни, де суб'єкт господарювання здійснює власну фінансово-господарську діяльність;

- метарівень - фактори, що впливають на конкурентоспроможність продукції підприємства тваринництва, які сформувались на міжнародних та світових ринках збуту продукції тваринництва.

Наголошуємо, що всі чотири рівня факторів впливають на всі підприємства тваринництва та їх продукції в не залежності від їх розмірів та ведення зовнішньоекономічної діяльності. Навіть малі підприємства тваринництва, що не здійснюють експортно-імпортової діяльності, відчувають опосередкований вплив факторів метарівня через реакцію на них національного та регіональних ринків продукції тваринництва, підприємств - конкурентів, підприємств-контрагентів, споживачів, органів державної влади та місцевого самоврядування.

Розкриємо ключові позитивні та негативні фактори впливу на конкурентоспроможність продукції тваринництва в Україні в умовах російської військової агресії за визначеними рівнями.

До головних позитивних факторів мікрорівня, що впливають на конкурентоспроможність продукції тваринництва в Україні в умовах російської військової агресії слід віднести: зниження рівня оплат праці та зростання пропозиції робочої сили на ринку праці, що збільшує лояльність працівників та зменшує їх вимоги по оплаті праці; зменшення витрат на виконання податкових зобов'язань через пільговий період оподаткування в Україні; зростання можливостей щодо залучення кредитних та грантових грошових ресурсів, а також для започаткування або розвитку експортної діяльності; зниження витрат через зниження рівня адміністративного тиску на бізнес в Україні.

До головних негативних факторів мікрорівня, що впливають на конкурентоспроможність продукції тваринництва в Україні в умовах російської військової агресії слід віднести: втрата повністю або частково бізнесу через військові загрози; проблеми з постачанням електроенергії; втрата фахівців через мобілізацію, внутрішню міграцію, еміграцію; зростання витрат на забезпечення безпеки підприємства і працівників; зниження та критичні зміни попиту через зниження доходів і зміни вподобань населення країни; зростання логістичних витрат.

На мезорівні, до головних позитивних факторів, що впливають на конкурентоспроможність продукції тваринництва в Україні в умовах російської військової агресії слід віднести: надходження іноземної безоплатної допомоги; зростання інвестицій у окремі регіони країни через релокацію бізнесу; спрощення залучення інвестиційних, кредитних та грантових ресурсів у підприємства, особливо Західної України; трансформація ринків збуту через вихід частини виробників та імпортерів.

На мезорівні, до головних негативних факторів, що впливають на конкурентоспроможність продукції тваринництва в Україні в умовах російської військової агресії слід віднести: зростання небезпеки ведення бізнесу, особливо в регіонах ведення бойових дій та наближених регіонах до районів ведення бойових дій; втрата повністю або частково бізнесу через окупацію, розкрадання або знищення російськими військами активів підприємств; перенаправлення потоків державної підтримки у сферу національної безпеки; проблеми у забезпеченні матеріальними ресурсами підприємств галузі.

До головних позитивних факторів макрорівня, що впливають на конкурентоспроможність продукції тваринництва в Україні в умовах російської військової агресії слід віднести: зростання уваги до країни та її підприємств; спрощення доступу української продукції на закордонні ринки збуту; підтримка українського бізнесу державою та міжнародними партнерами; позитивний імідж української продукції для іноземних споживачів.

До головних негативних факторів макрорівня, що впливають на конкурентоспроможність продукції тваринництва в Україні в умовах російської військової агресії слід віднести: логістичні проблеми щодо постачання продукції і отримання сировини (матеріалів) від контрагентів на внутрішньому ринку та зовнішніх ринках; проблеми з постачанням палива та електроенергії; негативні зміни на ринку праці; зниження платоспроможного попиту через падіння доходів населення та зростання безробіття; дефіцит ветеринарних препаратів.

На метарівні, до головних позитивних факторів, що впливають на конкурентоспроможність продукції тваринництва в Україні в умовах російської військової агресії слід віднести: зростання світового попиту та цін на фоні дефіциту продукції рослинництва і тваринництва через російську військову агресію; зростання уваги до України зі сторони міжнародної спільноти.

На метарівні, до головних негативних факторів, що впливають на конкурентоспроможність продукції тваринництва в Україні в умовах російської військової агресії слід віднести: зниження доходів населення у світі через інфляційні процеси; зростання ризику настання рецесії у Європейському Союзі та Китаї; збільшення вартості матеріалів та ветеринарних препаратів для тваринництва; неготовність переважної більшості бізнесів вести справи з підприємствами з України, у тому числі щодо інвестицій в українське тваринництво.

Наголошуємо на значних змінах, які супроводжують фінансово-господарську діяльність підприємств тваринництва в Україні після початку російської військової агресії, що потребує ідентифікації факторів впливу, внесення змін у довгострокову стратегію розвитку, збільшення гнучкості та адаптивності, розробки системи антикризових заходів, направлених на підтримання і збільшення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання та їх продукції.

ВИСНОВКИ

Галузь тваринництва, яка є ключовою для забезпечення національної та економічної безпеки в Україні відчуває суттєвий вплив на конкурентоспроможність продукції через російську військову агресію, що вимагає ідентифікації та врахування відповідних факторів

впливу. Наведене робить доцільним та необхідним проведення досліджень у цьому напрямку, а також формування сукупності ключових факторів впливу на конкурентоспроможність продукції тваринництва в країні з врахуванням змін, які принесла у соціально-економічну систему держави російська військова агресія.

Проведене дослідження дозволило виявити ключові негативні та позитивні фактори впливу на конкурентоспроможність продукції тваринництва в Україні в умовах російської військової агресії на мікро-, мезо-, макро-, метарівнях.

Практичне впровадження пропозицій і висновків даної статті слід розглядати в контексті їх важливості для підвищення конкурентоспроможності продукції українських підприємств галузі тваринництва, як на вітчизняному, так і на іноземних ринках збуту.

Перспективи подальших досліджень на основі і з використанням наукових результатів проведеного дослідження, полягають у розробці концептуальних засад оптимізації формування конкурентоспроможності продукції тваринництва в Україні в умовах економічних викликів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Місевич М.А., Ходаківський В.М., Циганенко Г.В. Ефективність виробництва конкурентоспроможної продукції у високотоварних сільськогосподарських підприємствах Житомирської області. *Агросвіт*. 2018. № 3. С. 19–24.
2. Малік М.Й., Нужна О.А. Конкурентоспроможність аграрних підприємств : методологія і механізми : монографія. Київ : Інститут аграрної економіки, 2007. 270 с.
3. Стахів О.А., Адамчук Т.Л. Фактори конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 12. С.360-365.
4. Pardo Y., Castorena O. & Milton A. Key Factors of Competitiveness and Sustainability in Livestock Systems of The Andean-Amazonian Piedmont. *Mercados Y Negocios*. 2022. № 45. pp. 27-48. DOI: 10.32870/myn.vi45.7663.g6735.
5. Zali M. Factors affecting sustainable animal husbandry development: evidence from Kalimantan. *Adv. Anim. Vet. Sci.* 2019. № 7(10). pp. 866-875. DOI: <http://dx.doi.org/10.17582/journal.aavs/2019/7.10.866.875>.
6. Brito A.E.P., de Jesus Espinosa A. and Gordillo K.P.Q. Factors of Competitiveness for the Bovine Livestock in Yucatan, Mexico. 2019. In S. S. O., & S. J. Patil (Eds.), *Bovine Science - A Key to Sustainable Development*. IntechOpen. DOI: <https://doi.org/10.5772/intechopen.79305>.
7. Бужин О.А. Конкурентоспроможність продукції тваринництва : монографія. Черкаси: ВідлунняПлюс, 2008. 248 с.
8. Ільчук М.М. Конкурентоспроможність продукції скотарства і птахівництва України в системі євроінтеграції : монографія. Київ : Видавництво ТОВ «Аграф Медіа Груп», 2015. 322 с.
9. Місюк М.В. Інноваційно-інвестиційний підхід до формування та підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва. *Економіка АПК*. 2016. № 3. С. 74-79.
10. Державна служба статистики України. Реалізація продукції сільського господарства підприємствами та господарствами населення за 2013-2021 роки. Available at: <https://ukrstat.gov.ua> (Дата доступу 3 Грудня 2022).
11. Державна служба статистики України. Валовий внутрішній продукт. Available at: <https://ukrstat.gov.ua> (Дата доступу 3 Грудня 2022).
12. Державна служба статистики України. Товарна структура зовнішньої торгівлі України за 2013-2021 роки. Available at: <https://ukrstat.gov.ua> (Дата доступу 3 Грудня 2022).
13. Зінченко А. Аналіз актуального стану та розробка нових пропозицій щодо створення сприятливих умов для підприємництва в Україні. Київ : ГО «Центр «Розвиток Корпоративної Соціальної Відповідальності», 2022. 15 с.

14. Пахуча Е.В. Вплив внутрішніх і зовнішніх факторів на конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». 2018. № 7. Available at: <https://www.economy.nayka.com.ua> (Дата доступу 3 Грудня 2022).

15. Перегуда Ю.А. Оцінка конкуренції на світовому та національному ринках продукції тваринництва в умовах євроінтеграції. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2022. Випуск 44 (спецвипуск). С. 63-68.

REFERENCES

1. Misevych, M.A., Khodakivskyi, V.M., Tsyhanenko, H.V. (2018), «Efektyvnist vyrobnytstva konkurentospromozhnoi produktsii u vysokotovarnykh silskohospodarskykh pidpryemstvakh Zhytomyrskoi oblasti» [Effectiveness of production of competitive products in high-productivity agricultural enterprises of Zhytomyr region]. *Agrosvit*, 3. 19–24. [in Ukrainian].
2. Malik, M.I., Nuzhna, O.A. (2007), «Konkurentospromozhnist ahrarnykh pidpryemstv : metodolohiia i mekhanizmy : monohrafiia» [Competitiveness of agricultural enterprises: methodology and mechanisms: monograph]. Kyiv : Instytut ahrarnoi ekonomiky. 270. [in Ukrainian].
3. Stakhiv, O.A., Adamchuk, T.L. (2017), «Faktory konkurentospromozhnosti silskohospodarskoho pidpryemstva» [Factors of agricultural enterprise competitiveness]. *Ekonomika i suspilstvo*, 12, 360-365. [in Ukrainian].
4. Pardo, Y., Castorena, O. & Milton, A. (2022), «Key Factors of Competitiveness and Sustainability in Livestock Systems of The Andean-Amazonian Piedmont». *Mercados Y Negocios*, Vol. 45, 27-48. DOI: 10.32870/myn.vi45.7663.g6735.
5. Zali, M. (2019), «Factors affecting sustainable animal husbandry development: evidence from Kalimantan». *Adv. Anim. Vet. Sci*, Vol. 7(10), 866-875, DOI: <http://dx.doi.org/10.17582/journal.aavs/2019/7.10.866.875>.
6. Brito, A.E.P., de Jesus Espinosa, A. and Gordillo, K.P.Q. (2019), «Factors of Competitiveness for the Bovine Livestock in Yucatan», Mexico. In S. S. O., & S. J. Patil (Eds.), *Bovine Science - A Key to Sustainable Development*. IntechOpen, DOI: <https://doi.org/10.5772/intechopen.79305>.
7. Buzhyn, O.A. (2008), «Konkurentospromozhnist produktsii tvarynnytstva : monohrafiia» [Competitiveness of livestock products: monograph]. Cherkasy : VidlunniaPlus. 248. [in Ukrainian].
8. Ilchuk, M.M. (2015), «Konkurentospromozhnist produktsii skotarstva i ptakhivnytstva Ukrainy v systemi yevrointehratsii : monohrafiia» [Competitiveness of livestock and poultry products of Ukraine in the system of European integration: monograph]. Kyiv : Vydavnytstvo TOV «Ahraf Media Hrup». 322. [in Ukrainian].
9. Misiuk, M.V. (2016). «Innovatsiino-investytsiyni pidkhid do formuvannia ta pidvyshchennia konkurentospromozhnosti produktsii tvarynnytstva» [An innovative and investment approach to the formation and improvement of the competitiveness of livestock products]. *Ekonomika APK*, Vol. 3, 74-79. [in Ukrainian].
10. State Statistics Service of Ukraine (2022), «Implementation of agricultural products by enterprises and households for 2013-2021», available at: <https://ukrstat.gov.ua> (Accessed 3 December 2022), [in Ukrainian].
11. State Statistics Service of Ukraine (2022), «Gross Domestic Product», available at: <https://ukrstat.gov.ua> (Accessed 3 December 2022), [in Ukrainian].

Perehuda, Yu. (2022), "Factors affecting the competitiveness of livestock products in Ukraine under conditions of Russian military aggression", *Management and entrepreneurship: trends of development*, 4(22), pp. 69-77. Available at: <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2022-4/22-06>

12. State Statistics Service of Ukraine (2022), «Commodity structure of foreign trade of Ukraine for 2013-2021», available at: <https://ukrstat.gov.ua> (Accessed 3 December 2022), [in Ukrainian].

13. Zinchenko, A. (2022), «Analiz aktualnogo stanu ta rozrobka novykh propozyitsii shchodo stvorennia spryiatlyvykh umov dlia pidpriemnytstva v Ukraini» [Analysis of the current situation and development of new proposals for creating favorable conditions for entrepreneurship in Ukraine]. Kyiv : HO «Tsentr «Rozvytok Korporatyvnoi Sotsialnoi Vidpovidalnosti», 15 p. [in Ukrainian].

14. Pakhucha, E.V. (2018), «Vplyv vnutrishnikh i zovnishnikh faktoriv na konkurentospromozhnist silskohospodarskykh pidpriemstv» [The impact of inner and outer factors on competitiveness of agricultural enterprises]. *Elektronne naukovye fakhove vydannia «Efektyvna ekonomika»*, Vol. 7, available at: <https://www.economy.nayka.com.ua> (Accessed 3 December 2022), [in Ukrainian].

15. Perehuda, Yu.A. (2022), «Otsinka konkurentsii na svitovomu ta natsionalnomu rynkakh produktsii tvarynnnytstva v umovakh yevrointehratsii» [Evaluation of competition on the world and national markets of livestock products under the conditions of European integration]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*, Vol. 44 (spetsvypusk), 63-68, [in Ukrainian].

FACTORS AFFECTING THE COMPETITIVENESS OF LIVESTOCK PRODUCTS IN UKRAINE UNDER CONDITIONS OF RUSSIAN MILITARY AGGRESSION

Perehuda Yuliia

Kyiv, Ukraine

Annotation. The article is devoted to the formation of new scientific solutions regarding the identification of influencing factors on the competitiveness of Ukrainian livestock products under conditions of Russian military aggression. It has been proven that the livestock industry in Ukraine and its enterprises should increase flexibility and adaptability in terms of ensuring the competitiveness of their products, taking into account changes in the conduct of financial and economic activities under the influence of factors caused by Russian military aggression. **The article aims** to form a set of factors influencing the competitiveness of livestock products in Ukraine under the conditions of Russian military aggression. **Methodology:** a complex of general and special methods have been used at the empirical and theoretical levels, such as methods of literary analysis and reverse semantic graphic analysis to determine the essence of the term "competitiveness factor of products of livestock enterprises"; methods of logical generalization and scientific abstraction to determine the classification features of influencing factors on the competitiveness of livestock products in Ukraine under the conditions of Russian military aggression; methods of systematic analysis and synthesis to form a set of factors influencing the competitiveness of livestock products in Ukraine under the conditions of Russian military aggression; methods of systematization, grouping and logical generalization for systematization of information, formation of conclusions and scientific proposals of the article. The article uses systemic, functional, historical, and systemic approaches in revealing and solving the problems of forming a set of influencing factors on the competitiveness of livestock products in Ukraine under the conditions of Russian military aggression. **Results:** a set of crucial negative and positive factors influencing the competitiveness of livestock products in Ukraine under the conditions of Russian military aggression at the micro, meso, macro, and meta levels has been formed.

Keywords: competitiveness, livestock enterprises, livestock products, Russian military aggression, impact factors

МЕНЕДЖМЕНТ

ОТРИМАНО:

14 Жовтня 2022

ПРИЙНЯТО:

14 Листопада 2022

ВИПУСК:

20 Грудня 2022

УДК 005.56:334.73]:330.341.1(477.54)

DOI 10.26661/2522-1566/2022-4/22-07

КЛАСТЕРНО-КООПЕРАТИВНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЇ (НА ПРИКЛАДІ ХАРКІВЩИНИ)

Полусмяк Юлія Ігорівна*

к.е.н., доцент

Запорізький національний університет

м. Запоріжжя, Україна

ORCID ID: 0000-0002-7521-6418

Масюк Вероніка Олександрівна

студентка

Запорізький національний університет

м. Запоріжжя, Україна

ORCID ID: 0000-0002-7521-6418

*Email автора для листування: uipolusmyak@gmail.com

АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена дослідженню сутності кластеризації, розгляду важливості синергетичного ефекту, що з'являється шляхом співробітництва, кооперацій підприємств в провідних галузях України. Прикладом ефективної співпраці в межах певних організацій слугує Харківський регіон. Ця територія України мала високі показники розвитку в довоєнний період. У наш час необхідно проаналізувати минулий досвід, переваги, недоліки та здобутки існуючих раніше асоціацій та організацій, які через воєнні дії призупинили свою діяльність для того, щоб почати відбудову країни.

Ключові слова: кластеризація, кооперація, синергетичний ефект, інноваційна діяльність, інноватика.

JEL Classification: O14, O18.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасні українські реалії потребують розробки та реалізації дієвих інституційних і структурних реформ, які б носили системний і послідовний характер, а також запуску масштабних технологічних перетворень й реалізації інновацій у всі галузі економіки, що дозволить у майбутньому забезпечити зростання ВВП країни. Досягнення поставленої мети можливе лише шляхом створення та розвитку високотехнологічних конкурентоздатних виробництв у сфері промисловості, оскільки саме промислові підприємства є рушійною силою економіки країни та можуть забезпечити досягнення нею технологічного прориву.

Проведення наукових досліджень, створення інновацій, фінансування технологічних розробок позитивно впливає на регіональний розвиток, так і на розвиток держави. Однією з форм створення ефективних кооперацій є кластер.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Теоретичні і практичні аспекти конкурентного кластерного регіонального розвитку знайшли відображення у наукових працях таких учених: М. Войнаренко, С. Соколенко, М.

Малий, М. Портер, Т. Андерсон, Л. Марков, Н. Булатова, О. Д'якова, О. Длугопольський, Г. Хасаєв, Ю. Міхєєв та інші вчені. Наявність невирішених наукових проблем, пов'язаних з необхідністю залучення кластерного потенціалу до процесів економічного зростання країни в цілому та регіонів зокрема і реформування суспільних відносин, недостатній рівень дослідження тенденцій його розвитку зумовлюють актуальність теми.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ ТА ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою статті є зосередження уваги на тому, чому кооперація фірм та організацій є ефективнішою ніж функціонування поодиноких підприємств; виявлення сучасного значення, мотивації використання кластерів господарюючими суб'єктами. Надано визначення поняття «кластеризація», розглянутий вплив співдружностей на конкурентоспроможність організацій, проведений розгляд провідних галузей України, наявний аналіз діяльності альянсів. Також розглянуті деякі проблеми інноваційної діяльності в Україні. Методологія: у дослідженні використані описові, теоретичні методи, наявні статистичні дані. Як результати дослідження сформовані недоліки політики в сфері інноваційної діяльності, наявні висновки стосовно обраної теми.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Поняття «кластер» визначив у 1980 році Майкл Юджин Портер, відомий економіст і професор [1]. Кластер - це певна кооперація підприємств, які об'єднані між собою територіально, функціонують в тій самій сфері діяльності та взаємодоповнюють один одного. В таких об'єднаннях можуть приймати участь навчальні заклади, компанії, органи державної влади.

Кластеризація дозволяє скоротити собівартість продукції за рахунок спільної закупівлі сировини, проводити спільні маркетингові дослідження, збільшити прибутки. Отримання доступу до технологій, постачальників, кваліфікованої робочої сили, інформації, бізнес-послуг є не таким ускладненим для кластеру та його учасників, ніж для поодиноких фірм.

Завдяки кооперації підприємств-учасників формуються унікальні регіональні особливості. Для кластерів характерно функціонування в найбільш конкурентоспроможних галузях української економіки. Такими є наступні сфери: страхування, охорона здоров'я, освіта, ЗМІ та реклама, роздрібна торгівля (рис.1).

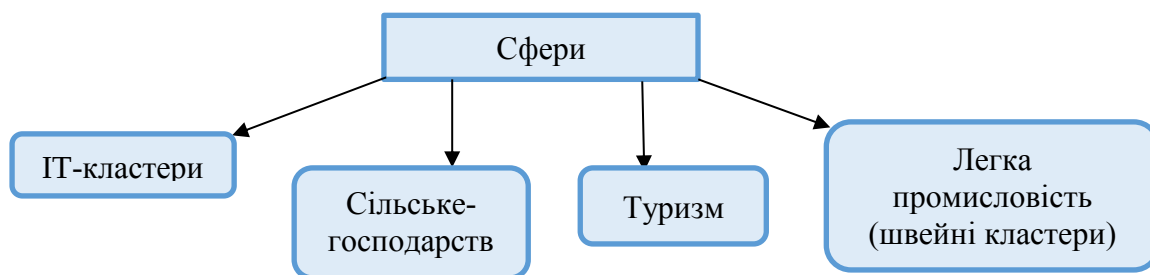


Рис.1 Сфери, в яких функціонують кластери

Джерело: складено на основі [1].

Харківська область має другий в країні після м. Києва науковий і науково-технічний потенціал. Харків є великим промисловим та інноваційним центром.

Харків - технологічний та освітній регіон України. PricewaterhouseCoopers та IRS-group провели аналіз харківського ІТ-ринку, щоб з'ясувати наскільки ефективно функціонує

галузь, які можливі тенденції на шляху до розвитку та зростання сфери технологій. Також ці організації здійснили Kharkiv IT Research 2019 [2]. За результатами цього дослідження кількість IT-фахівців зросла в Харківщині на 24% і у 2018 році досягла 31 тис. спеціалістів.

43 з 50 найбільших IT-компаній України мають офіси в Києві. 21 компанія має центри розробки у Львові і 20 в Харкові. Найбільша компанія в Києві - Ерам (понад 2800 осіб), а у Львові - SoftServe (більше 3000 фахівців). [3]

Програмна інженерія в Харкові є розвиненою сферою. Налічується більше ніж 25000 IT-фахівців в місті і близько 450 діючих технологічних компаній.

Харківський регіон є популярним місцем для створення стартапів. США - найбільший експортний ринок для Харківських IT компаній, оскільки становить майже 65% всього IT-експорту.

В регіоні існують наступні центри досліджень та розробок: Plarium, Sigma Software, Oracle, Samsung.

Доцільно буде розглянути Харківський IT (спілку «Харківський кластер інформаційних технологій») кластер детальніше. Kharkiv IT Cluster заснований у Харкові у 2015 році. Представники освіти, державної влади та IT-компаній об'єднані громадською неприбутковою організацією заради технологічного розвитку та розвитку бізнесу в цій сфері.

Загалом 73 провідні компанії та 43 партнери є учасниками цієї організації. Міська та обласна адміністрація, освітні установи, представники IT-компаній та інфраструктурного бізнесу приймають участь в функціонуванні цього кластеру. Основні напрямки діяльності спілки: освіта населення для підвищення професійного рівня спеціалістів та насичення ринку якісними кадрами, розвиток міської інфраструктури, позиціонування як одного з лідируючих технологічно розвинутих регіонів України та зміцнення іміджу регіону, а також створення додаткової цінності для компаній-учасників кластеру. Проводяться певні професійні заходи, які організують наступні освітні платформи: Boot Camp, Easy2Start IT Career, NEW EDU, Kids2IT та інші.

Ця неприбуткова організація проводить зустрічі з молоддю, яка зацікавлена в сфері, є організатором заходів, хакатонів та форумів для студентів, була ініціатором створення програми IT Loyalty (складається з додатку, інтерактивної карти Харкова та календаря подій для програмістів) є реалізатором проекту Smart Village.

Створення «розумних міст», технопарків та місць концентрації високотехнологічних підприємств і компаній, - передумова формування IT-спільноти. Особистості, що зацікавлені в інформатиці як в науці, інноваціях, в розробці програмного забезпечення, а також молоді фірми технічної і технологічної спрямованості завдяки кооперації досягають синергетичного ефекту і переваг від своєї спільної діяльності.

Кластер відомий й проведенням конференцій. Декількома прикладами можуть слугувати: Kharkiv.js й AI Ukraine, HR Pro Gym, Kharkiv [4]. Спілка підтримує неформальну IT-освіту та має на меті сприяти зміцненню зворотного зв'язку між компаніями та освітніми закладами регіону.

Асоціація задіяна і в соціальній сфері діяльності. Прикладом є проєкт IT4Life, в якому організація збрала більше 6 мільйонів гривень для боротьби з хворобою COVID 19. Було закуповано медобладнання, засоби захисту для лікарів, була забезпечена допомога літнім людям.

Наступний кластер, якому варто приділити увагу - Food Cluster Kharkiv [5]. Об'єднання визначає спеціалізацію та особливості регіону для зацікавлених осіб, в першу чергу - інвесторів, об'єднує виробників та переробників сільськогосподарської продукції, а також компанії суміжних галузей - логістики, складування, продажу та правового захисту.

Інвестиції в спрямовані на досягнення широкого кола управлінських цілей, здійснення ефективного впливу на продуктивність у багатьох відношеннях, а саме: забезпечення

конкурентної переваги за рахунок полегшення швидкого реагування на мінливі потреби на ринку; надання своєчасної та точної інформації для полегшення прийняття більш ефективних рішень; зниження витрат на ведення бізнесу за рахунок автоматизації операцій фірми.

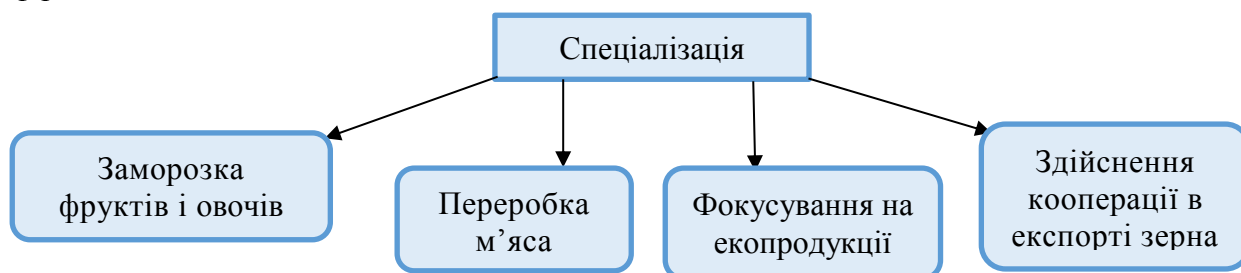


Рис.2 Напрямки діяльності спілки Food Cluster Kharkiv

Джерело: складено на основі [5].

Через інформаційний портал кластера можна знайти постачальника і покупця в області, укласти угоду за відносно короткий період часу та не перевозити товар всією Україною.

Однією з переваг цього об'єднання - доступ для малого та середнього бізнесу для участі у масштабних виставках. Прикладом слугує ANUGA 2017. Цей кластер займав площу в 40 кв.м. на виставці продуктів харчування.

Кластер володіє певною репутацією, є більш відомим, ніж окремі фірми, тому залучити інвесторів простіше, - це інша перевага участі у подібних коопераціях.

Двома значними об'єднаннями Харківщина не обмежується. Третьою агломерацією є кластер легкової промисловості та дизайну - KHARKIV FASHION CLUSTER. Він представляє співпрацю виробників і дизайнерів, профільних навчальних закладів [6].

Освіта, бізнес, імідж і соціальна сфера, - основні напрямки діяльності кластеру.

В сфері освіти були проведені:

- форум «Кластер виробників одягу та взуття» за підтримки Європейського банку реконструкції та розвитку;
- був опублікований ряд статей стосовно таких проблем: підготовка нових фахівців легкої промисловості, відтік персоналу, складнощі в підготовці нових спеціалістів;
- був організований захід «Кадрове забезпечення легкої промисловості» для розробки принципів взаємодії бізнесу і навчальних закладів. Серед учасників зібрання були: представники навчальних закладів легкої промисловості, виробники одягу регіону, представники органів місцевого самоврядування, Державної служби зайнятості і територіальної громади;
- сприяння популяризації одягу Харківського виробництва через створення проєкту «Харків - це модно»;
- проведені семінари, майстер-класи, тренінги, освітні зустрічі та лекції в галузевих навчальних закладах, екскурсії для студентів на підприємствах для обміну досвідом між досвідченими фахівцями та початковими спеціалістами, а також для усунення непорозумінь між можливими фірмами-роботодавцями і зацікавленими особами;
- спільно з компанією TEXCO Ukraine була організована безоплатна передача обладнання ТМ Veit GmbH Харківському коледжу текстилю та дизайну;
- залучення учасників кластера в галузеві заходи в якості експертів.

Проведення бізнес-зустрічей з експертами галузі, формування зв'язків серед учасників об'єднання, які прагнуть співпрацювати і створювати новий продукт, вести спільні

проекти, - це характеристика діяльності кластеру в сфері бізнесу. Формування колаборацій, участь у бізнес-поїздках, зокрема у бізнес-відрядженнях є важливими складовими для зміцнення репутації кластеру та поширення інформованості про його існування.

Об'єднання посилює свій імідж завдяки проведенню подій, що пов'язані з модою та дизайном, наприклад, подія Kharkiv Fashion та всеукраїнський конкурс молодих дизайнерів Start Fashion популяризують професії легкої промисловості, наголошують на привабливості фаху. У 2019 році дизайнери з 18 регіонів України приймали участь в заході для дизайнерів від кластера.

Залучення до співробітництва популярних особистостей також позитивно впливає на спілку. Колаборація між дизайнеркою Марією Бисовою та артисткою України Ольгою Сумською була успішною, а саме: створена колекція RIDNA була продемонстрована на подіумі в Харкові, а після показана в Києві.

Учасники є активними не тільки в загальноукраїнських подіях, а й в заходах місцевого та регіонального рівнів. «Запорізькі дні моди» - одна з таких регіональних подій.

KHARKIV FASHION CLUSTER є лояльним для своїх учасників: участь в багатьох заходах є безкоштовною, також наявна квота для представників профільних навчальних закладів у разі участі в закритих заходах.

Наступний кластер, який також впливає на імідж регіону - кластер Інжиніринг – Автоматизація – Машинобудування (IAM). Ця громадська спілка була створена восени 2020 року низкою промислових підприємств, інтеграторів рішень з автоматизації, проектних установ та провідних університетів Харкова за підтримки АППАУ та GIZ (Німеччина). Провідні інжинірингові компанії та заклади освіти об'єднані задля комплексного впровадження інноваційних рішень у промисловість Харківського регіону [7].

Ключові напрями діяльності:

1. Проведення зустрічей на регулярній основі, обговорення важливих питань та пошук рішень при наявності проблем.
2. Участь в міжнародних форумах і виставках, допомога учасникам в процесі пошуку замовників та просування їх продуктів і проектів на світовому рівні, формування тісних контактів з міжнародними торговельними представництвами.
3. Створення освітніх проектів для підвищення якості підготовки студентів, популяризації навчання.
4. Популяризація регіону як локації технічної та технологічної спрямованості для залучення інвесторів.
5. Взаємодія з владою, розвиток інфраструктури і поширення інформації в інтернет-просторі.

Наступним кластером є Kharkiv EDU Cluster. В ньому приймають участь компанії і представники неформальної освіти.

Метою проекту «EDUшкола» є навчання навичкам 21 століття харківських школярів. Сучасні навички, такі як: критичне мислення, креативність, екологічна та фінансова грамотність є важливими для оволодіння школярами на думку організаторів кластера, котрими є: громадська організація «ЛІНК», Молодіжна рада при Харківському міському голові, Департамент у справах сім'ї, молоді та спорту і Департамент освіти Харківської міської ради. Партнери кластера мали намір представляти в школах кожного з районів міста певний навик на так званих факультативах.

Створення сайту кластера неформальної освіти та розміщення різноманітних курсів, інформації про гуртки і напрямки неформальної освіти, - одна з цілей учасників. Всі бажаючі зможуть пройти на сайті тест і визначити, які навички і компетенції їм знадобляться через 5-20 років, а також підібрати курси, де цим навичкам можна навчитися.

Доцільно розглянути й інноваційний розвиток Харківщини в цілому. У цілому слід відзначити, що основною не вирішеною проблемою сьогодення в сфері ІТ є: низький рівень

технологічного виробництва, низька інноваційна активність промислових підприємств, слабе державне фінансування інноваційних розробок, відсутність власних коштів на ведення інноваційної діяльності, а внаслідок низькі темпи та якість розвитку економіки в цілому. Також спостерігається зменшення кількості організацій в цілому по Україні та Харківщині, які націлені на науковий розвиток.

Найбільша кількість організацій, що здійснюють науково-дослідницькі розробки наявна у державному та підприємницькому секторах, у них сконцентрована найбільша кількість докторів наук та докторів філософії порівняно з іншими сферами діяльності. Кількість працівників технічної спрямованості переважає у загальній кількості, на другому місці знаходиться природнича сфера досліджень. Основою інноваційного розвитку будь-якої країни в цілому та її регіонів зокрема виступають наукові дослідження та розробки. У 2018 році у розподілі внутрішніх витрат були пріоритетними наступні групи, а саме: фундаментальні (19%), прикладні (24%) та науково-технічні розробки (57%).

Успішність та результативність наукової діяльності в значній мірі визначається інтелектуальним потенціалом, який формують наукові кадри. Кількість працівників, задіяних у виконанні НДР зменшується і в цілому в Україні, і в Харківському регіоні. Ця тенденція спостерігається серед усіх категорій персоналу, серед дослідників, техніків та допоміжного персоналу. Якщо у 2010 році кількість докторів наук в обраному регіоні становила 1803, то у 2019 році показник становив 946. Тобто чисельність науковців знизилася до 52%. У 2010 році було 7934 докторів філософії, а у 2019 їх залишилося 2608, тобто наразі наявні 32% докторів філософських наук від показника 2010 року. В порівнянні з 2018 роком у 2019 кількість працівників-науковців знизилася на 12%. У 2018 році кількість жінок серед дослідників становила 6233, у 2019 році їх кількість була вже 5630, тобто відбулося зменшення на 10% в порівнянні з 2018 роком.

Загальні показники по Україні щодо чисельності докторантів мають тенденцію до зменшення, як і в Харківщині. У період зазначених років кількість установ була стабільною, але кількість докторантів у Харківщині зменшилася з 220 до 133 особи. Більшу частку кількості працівників, які задіяні у виконанні наукових досліджень і розробок складають дослідники.

З наявних даних ми спостерігаємо, що кількість працівників та дослідників, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок з 2010 року знизалась більше ніж на 50%. Кількість техніків та допоміжного персоналу також йде на спад. Ми спостерігаємо стрімку тенденцію до зменшення кількості працівників, задіяних у наукових дослідженнях. Для аналізу порівнюємо: найвищий показник дослідників і працівників, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок був у 2010 році. З цього початкового року й спостерігається ця тенденція.

У той час як кількість науковців значно зменшується у Харківщині, витрати на виконання наукових досліджень і розробок збільшуються. Внутрішні поточні витрати на виконання НДР зростають як в цілому в Україні, так і в Харківщині. Пріоритетними для фінансування є науково-технічні (експериментальні) розробки. Підприємницький сектор є пріоритетним для фінансування.

У процесі інноваційного розвитку підприємства важливу роль відіграють джерела фінансування, бо вони свідчать про можливості інноваційного розвитку підприємств.

Крім упровадження технологічних інновацій підприємства можуть бути активними в організаційних і/або маркетингових інноваціях, які підтримують продуктивні й процесові інновації, підвищують якість і ефективність роботи підприємства та поліпшують обмін інформацією і використання нових знань й технологій, а також можуть впливати на продуктивність фірми, вихід на нові ринки або сегменти ринку та розроблення нових способів просування продукції.

Пріоритетним напрямом серед витрат на інновації серед підприємств Харківської області є придбання машин, обладнання та програмного забезпечення. Основним джерелом фінансування інноваційної діяльності були та залишаються власні кошти промислових підприємств області, яких завжди не достатньо для впровадження радикальних і довготермінових інноваційних проектів.

Національна економіка потребує стимулювання розвитку інноваційної діяльності як основи загальноекономічного піднесення, прискорення поширення нововведень в основні галузі, що є базисом збільшення їх конкурентоспроможності та розв'язання багатьох важливих соціально-економічних проблем. Але важливим кроком у даному напрямі має стати формування необхідної інфраструктури, для чого потрібно: сприяти покращенню інвестиційного клімату задля збільшення фінансових надходжень в інноваційну сферу; удосконалити податкову систему з метою зменшення податкового тиску на інноваційні компанії; збільшити частку експорту високотехнологічної продукції; розширити міжнародні зв'язки у питанні обміну досвідом та використанні нових знань, новацій, технологій тощо.

ВИСНОВКИ

На прикладі розглянутих кластерів можна дійти висновку, що спільний розвиток, досягнення синергетичного ефекту є позитивними складовими не тільки з погляду швидкого досягнення результатів, а й з погляду отримання певних переваг.

Ведення спільної діяльності, взаємодоповнення один одного необхідними навичками дає можливість фірмам залучати інвестиції та брати участь в масштабних виставках, колабораціях, домовленостях, в яких окремі компанії, без участі в альянсах, є неконкурентоспроможними. Прискорення та спрощення виходу фірм на локальні і зовнішні ринки, скорочення витрат на виробництво та устаткування відбувається шляхом об'єднань – створення кластерів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Delgado M., Porter M., Stern S. Defining clusters of related industries. Journal of Economic Geography. 2016. Vol. 16. Issue 1. P. 1–38. URL: <https://www.nber.org/papers/w20375.pdf> (дата звернення: 20.09.2022).
2. Kharkiv IT research. URL: <https://it-kharkiv.com/en/projects/kharkiv-it-research-2019/> (дата звернення: 22.09.2022).
3. DOU. Top 50 Ukrainian IT Companies. URL: <https://dou.ua/lenta/articles/top-50-jan-2019/> (дата звернення: 22.09.2022).
4. Топ 5 ІТ Кластерів України: Харківський ІТ Кластер. URL: <https://ucluster.org/blog/2020/04/top-5-it-klasteriv-ukraini-kharkivskij-it-klaster/> (дата звернення: 24.09.2022).
5. Перший в Україні агрофудкластер почав працювати в Харкові. URL: <https://interfax.com.ua/news/general/435837.html> (дата звернення: 24.09.2022).
6. SHD. Швейное дело и мода. Kharkiv fashion cluster. URL: <https://shd.com.ua/kharkiv-fashion-cluster> (дата звернення: 24.09.2022).
7. Харківський кластер IAM. URL: <https://www.iamcluster.kharkiv.ua/> (дата звернення: 24.09.2022).
8. Балабан П. Ю., Соколова А. М. Національний кооперативний рух в економіці ринкового типу: монографія. Полтава: РВВ ПУЕТ, 2012. 225 с.
9. Гуторов О. І., Соколова А. М. Національний кооперативний рух в ринковій економіці: стан та стратегії розвитку. Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Серія: Економічні науки. 2013. № 3. С. 3–14.

REFERENCES

1. Delgado, M., Porter, M., Stern, S. (2016). Defining clusters of related industries. *Journal of Economic Geography*, 16(1), 1–38. URL: <https://www.nber.org/papers/w20375.pdf>
2. Kharkiv IT research. URL: <https://it-kharkiv.com/en/projects/kharkiv-it-research-2019/>
3. DOU. Top 50 Ukrainian IT Companies. URL: <https://dou.ua/lenta/articles/top-50-jan-2019/> [in Ukrainian]
4. Top 5 IT clusters in Ukraine: IT Cluster in Kharkiv. URL: <https://ucluster.org/blog/2020/04/top-5-it-klasteriv-ukraini-kharkivskijj-it-klaster/> [in Ukrainian].
5. Interfax-Ukraine, news agency. The first agro-food cluster in Ukraine started working in Kharkiv. URL: <https://interfax.com.ua/news/general/435837.html> [in Russian].
6. SHD. Sewing and fashion. Kharkiv fashion cluster. URL: <https://shd.com.ua/kharkiv-fashion-cluster> [in Russian].
7. Cluster IAM in Kharkiv. URL: <https://www.iamcluster.kharkiv.ua/> (in Ukrainian)
8. Balaban, P. Yu., Sokolova, A. M. (2012). Nacionalnyj kooperatyvnyj ruh v ekonomici rynkovogo typu: monografiya [National co-operative movement in the economy of market type: monograph]. Poltava: RVV PUET, 225 [in Ukrainian].
9. Gutorov, O. I., Sokolova, A. M. (2013). Nacionalnyj kooperatyvnyj ruh v rynkovij ekonomici: stan ta strategiyi rozvytku [National cooperative movement in a market economy: status and development strategies]. *Visnyk Harkivskogo nacionalnogo agrarnogo universytetu im. V. V. Dokuchayeva. Seriya: Ekonomichni nauky*, No. 3, 3–14 [in Ukrainian].

CLUSTER-COOPERATIVE MODEL OF TERRITORY DEVELOPMENT (ON THE EXAMPLE OF KHARKIV REGION)

Yuliia Polusmiak

Zaporizhzhia National University
Zaporizhzhia, Ukraine

Veronika Masiuk

Zaporizhzhia National University
Zaporizhzhia, Ukraine

The article is aimed on studying of the essence of clustering, considering of the importance of the synergistic effect that appears through cooperation of enterprises in the leading industries of Ukraine. The Kharkiv region is an example of effective cooperation within certain organizations. This territory of Ukraine had high development indicators in the pre-war period. In our time, it is necessary to analyze the past experience, advantages, disadvantages and achievements of previously existing associations and organizations, which, due to hostilities, suspended their activities, in order to begin the reconstruction of the country. **The purpose** of the article is to answer a question: «why the cooperation of firms and organizations is more effective than the functioning of individual enterprises?»; to focus attention on identification of the modern meaning, motivations of use of clusters by business entities. Also, in the article is defined the concept of «clusterization», the influence of cooperations on the competitiveness of organizations is considered, the leading industries of Ukraine are reviewed and the analysis of the activity of alliances is available. Some problems of innovative activity in Ukraine are also considered. **Methodology:** descriptive, theoretical methods and statistical data were used in the research. As a **result** of the research, the shortcomings of the policy in the field of innovative activity were mentioned, the conclusions were formed regarding the chosen topic.

Keywords: clustering, cooperation, synergistic effect, innovative activity, innovation.

МЕНЕДЖМЕНТ

ОТРИМАНО:

12 Жовтня 2022

ПРИЙНЯТО:

12 Листопада 2022

ВИПУСК:

20 Грудня 2022

УДК 33332.330.131.7 (477)

DOI 10.26661/2522-1566/2022-4/22-08

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ВИКЛИКИ УКРАЇНИ У ВОЄННИЙ ТА
ПОСТВОЄННИЙ ЧАС

Хацер Максим Володимирович

к.е.н., доцент

Запорізький національний університет

м. Запоріжжя, Україна

ORCID ID : 0000-0003-0080-3578

** Email автора для листування: max.kh@ukr.net*

Анотація. Стаття присвячена формуванню нових наукових рішень щодо ідентифікації ключових соціально-економічних викликів для України у воєнний та пост воєнний період. Доведено, що російська військова агресія та терористичні атаки проти цивільного населення України з боку російської армії породжують нові, переважно негативні, виклики соціально-економічній системі країни, які будуть мати вплив на систему і у пост воєнний час. **Метою** статті є виявлення та характеристика викликів соціально-економічній системі України на макро-, мезо-, мікрорівнях у воєнний і післявоєнний час, а також розробка рекомендацій щодо усунення або зменшення впливу негативних викликів на економіку та соціальну сферу країни. **Методологія:** використано комплекс загальних та спеціальних методів на емпіричному і теоретичному рівнях, таких як: метод абстрагування для відбору рівнів проведення оцінки; методи аналізу та синтезу для виявлення ключових соціально-економічних викликів для України у воєнний та пост воєнний період; порівняння для визначення негативного впливу соціально-економічних викликів та розробки рекомендацій щодо його усунення на макро-, мезо, мікрорівнях в країні; методи систематизації, групування і логічного узагальнення для систематизації інформації, формування висновків і наукових пропозицій статті. У статті використано системно-функціональний, історичний та системний підходи у розкритті та вирішенні проблематики виявлення соціально-економічних викликів України у воєнний та поствоєнний час. **Результати:** виявлено ключові соціально-економічні виклики України у воєнний та поствоєнний час, а також їх негативний вплив на економіку та соціальну сферу країни на макро-, мезо-, мікрорівнях і сформована сукупність рекомендацій зі зменшення або усунення негативного впливу виявлених викликів.

Ключові слова: воєнний час, макрорівень, мезорівень, мікрорівень, пост воєнний період, російська військова агресія, соціально-економічні виклики.

JEL Classification: H10, H56.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Соціально-економічна система України стикнулася з новими, переважно негативними, викликами під час війни проти російської федерації, вплив яких постійно накопичується та зростає. Динамічна ситуація у соціальній та економічних системах країни породжує нові виклики, що спричинені військовими діями і розвитком систем у військовий час. Необхідна чітка ідентифікація таких викликів на різних рівнях функціонування системи: мікрорівень (окремі домашні господарства та суб'єкти підприємництва), мезорівень (окремі галузі та сектори економіки, території держави) та макрорівень (рівень держави). Учасники соціально-економічної системи України повинні розуміти та мати можливість реагувати на перелік головних викликів у воєнний час.

З іншої сторони необхідно розуміти, що більшість викликів, що сформувались під час російської військової агресії проти України будуть мати вплив і після війни, що потребує їх дослідження та ідентифікації для повоєнного відновлення соціально-економічної системи країни. Також у поствоєнний час будуть формуватись нові виклики, що були пов'язані з війною у країні, які потребують виявлення та реакції зі сторони суб'єктів української соціально-економічної системи. Наведене вимагає проведення наукових досліджень та формування дієвих практичних рекомендацій для органів державної влади, суб'єктів підприємництва, домашніх господарств, організованих груп, що включають у себе громадян країни та міжнародних/іноземних організацій (інститутів).

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проблематика виявлення викликів для соціальної та економічних систем України, у тому числі у воєнний час, піднімалась у наукових роботах: І.З. Сторонянської [1]; О.А. Лук'янихіної, В.О. Лук'янихіна, І.О. Білокура [2]; В. Борщевського, Є. Матвеева, І. Куропась, О. Микити [3]; А. Салліван, Л. Ржеутської [4]; К. Шевченко [5]; Л. Олійник [6]; А.В. Засульського [7]; Н.П. Чорної, Р.С. Чорного, С.К. Шандрука [8]; В. Юрчишина [9]; О.В. Безпаленко [10] та інших вчених.

Не зважаючи на значний науковий доробок щодо виявлення викликів для соціально-економічної системи країни, нові умови функціонування системи в межах російської військової агресії потребують продовження наукових досліджень та пошуку шляхів ідентифікації воєнних і післявоєнних викликів.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ ТА ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою проведення дослідження виступає виявлення та характеристика викликів соціально-економічній системі України на макро-, мезо-, мікрорівнях у воєнний і післявоєнний час, а також розробка рекомендацій щодо усунення або зменшення впливу негативних викликів на економіку та соціальну сферу країни.

МЕТОДОЛОГІЯ

В межах наукового дослідження, для досягнення мети статті, використано комплекс загальних та спеціальних методів на емпіричному і теоретичному рівнях, таких як: метод абстрагування для відбору рівнів проведення оцінки; методи аналізу та синтезу для виявлення ключових соціально-економічних викликів для України у воєнний та пост воєнний період; порівняння для визначення негативного впливу соціально-економічних викликів та розробки рекомендацій щодо його усунення на макро-, мезо, мікрорівнях в країні; методи систематизації, групування і логічного узагальнення для систематизації інформації, формування висновків і наукових пропозицій статті.

Методологія дослідження спирається на системно-функціональний, історичний та системний підходи у розкритті та вирішенні проблематики виявлення соціально-економічних викликів України у воєнний та поствоєнний час.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Російська військова агресія сформувала сукупність викликів для соціально-економічної системи України. Наявні виклики мають вплив на всіх рівнях функціонування соціально-економічної системи країни від державних інститутів до окремих домашніх господарств, що вимагає їх ідентифікації та формування рекомендації щодо зниження впливу негативних викликів на національну економіку та її складові і соціальну сферу держави та її складові.

Розкриємо головні соціально-економічні виклики для України, що були сформовані у воєнний час на макрорівні (держава), мезорівні (окремі галузі та сектори економіки, території держави), мікрорівні (окремі домашні господарства та суб'єкти підприємництва):

I. Російська військова агресія критично негативно вплинула на бізнес середовище в Україні, що призвело до зменшення кількості працюючих підприємств та зменшення їх ділової активності. Наведене призвело до таких негативних соціально-економічних наслідків:

1. На макрорівні – скорочення кількості працюючих та зростання безробіття, що в свою чергу збільшило соціальні витрати та навантаження на бюджети різних рівнів; зменшення рівня податкових та інших надходжень у бюджети різних рівнів і позабюджетні фонди, що в свою чергу зменшило можливості держави виконувати свої функції без сторонньої допомоги, у першу чергу щодо забезпечення національної безпеки та соціального захисту населення; зменшення рівня прибутку та генерування збитків, що спричинило різке скорочення витрат підприємств та інвестиційної активності, а також сформувало додатковий тиск на скорочення ВВП країни; скорочення ВВП країни та можливостей держави для розвитку.

2. На мезорівні – критичної ситуації у частині регіонів щодо наповнення місцевих бюджетів та виконання повноважень покладених на місцеву владу, у тому числі щодо відновлення інфраструктурних об'єктів та житлового фонду; формування криз у окремих галузях економічної системи країни, у першу чергу сфері нерухомості, агросекторі та сфері гостинності; накопичення збитків у певних галузях та зменшення інвестиційних і інноваційних можливостей; зростанні соціальних проблем у переважній кількості регіонів країни.

3. На мікрорівні – зменшення прибутків та появи збитків у значної кількості суб'єктів підприємництва; скорочення фінансово-господарської, у тому числі зовнішньоекономічної, діяльності у суб'єктів підприємництва; скорочення фонду оплат для персоналу; звільнення частини або повністю персоналу; банкрутства; втрати частини або повністю доходів для значної кількості домашніх господарств; безробіття членів домашніх господарств; скорочення витрат домашніх господарств.

В межах рекомендацій щодо усунення або зменшення впливу негативних наслідків російської військової агресії на бізнес середовище України слід запропонувати:

1. На макрорівні: збільшення залучення підтримки, у першу чергу грантової, для українських суб'єктів підприємництва від міжнародних, іноземних організацій та приватних іноземних донорів; активізація залучення державою, волонтерським рухом українських підприємців до виконання військових та соціальних замовлень в межах зменшення використання готових виробів із-за кордону; розвиток державно-приватного партнерства.

2. На мезорівні: активізація роботи державних інститутів та місцевої влади щодо виявлення найбільш постраждалих секторів економіки і формування програм підтримки таким секторам; стимулювання підприємницьких ініціатив у окремих регіонах країни за

рахунок державного, місцевого бюджетів, а також коштів донорів; активізація підтримки релокованим підприємствам, у першу чергу щодо пошуку промислових площ, а також стимулювання повернення підприємств на де окуповані (звільнені) території.

3. На мікрорівні: розробка та запровадження програм антикризового управління на підприємствах; пошук донорів та меценатів для відновлення фінансово-господарської діяльності; участь у грантових програмах підтримки бізнесу в Україні; участь у програмах перекваліфікації для членів домашніх господарств; участь у грантових програмах реалізації підприємницьких ініціатив.

II. Війна в Україні призвела до трансформації ринку праці, що призвело до появи таких негативних соціально-економічних наслідків:

1. На макрорівні - значні диспропорції по оплаті праці у різних регіонах країни, що збільшує соціальну напругу та знижує соціальний захист населення; критичне зменшення пропозицій по найму на роботу у регіонах, в яких ведуться військові дії або які постраждали в наслідок прямих бойових зіткнень; зростання конкуренції між шукачами робочих місць та зменшення їх вимог через це.

2. На мезорівні - міграція висококваліфікованої робочої сили у Західні регіони країни за наявного дефіциту у інших регіонах країни; проблеми у пошуку роботи у окремих регіонах, частково через велику конкуренцію, частково через відсутність пропозицій.

3. На мікрорівні – складнощі у пошуку необхідних працівників для підприємств з зони ведення воєнних дій та небезпечних регіонів країни; складнощі у пошуку роботи для окремих працівників через відсутність пропозицій або зростання конкуренції на ринку праці; зниження рівня оплати праці для окремих членів родин в Україні.

В межах рекомендацій щодо усунення або зменшення впливу негативних наслідків російської військової агресії на ринок праці в Україні слід запропонувати:

1. На макрорівні: формування разом з міжнародними та іноземними донорами програм стимулювання зайнятості в Україні, у тому числі через збільшення кількості українських фахівців, що працюють он-лайн на ринках розвинутих країн (аутсорсинг, фріланс та ін.); формування загальнодержавних програм стимулювання реалізації підприємницьких ініціатив громадян України; формування загальнодержавних програм перенавчання безробітних на важливі для країни спеціальності.

2. На мезорівні: формування регіональних, галузевих програм стимулювання реалізації підприємницьких ініціатив громадян України, а також перенавчання громадян України на інші спеціальності; збільшення активності профспілок щодо захисту прав працівників і допомоги їм у скрутному становищі.

3. На мікрорівні: формування програм захисту персоналу на окремих підприємствах, у тому числі за рахунок залучення грантів від донорів і меценатів; активізація пошуку роботи та перенавчання для окремих членів домашніх господарств, у тому числі за допомоги міжнародних/іноземних організацій.

III. Боротьба України проти російських агресорів, військові дії на території країни, терористичні атаки російських військ проти цивільного населення та інфраструктури країни призвели до значних проблем у розвитку транспортної інфраструктури та логістики. Наразі можемо вказати на наявність наступних негативних соціально-економічних викликів:

1. На макрорівні - необхідність перебудови та трансформації транспортних потоків в країні і транспортних зв'язків з іншими країнами через блокування частини транспортних коридорів російськими агресорами; збільшення навантаження на безпечні транспортні коридори та неготовність транспортної інфраструктури до таких навантажень, особливо що стосується зовнішньоекономічних поставок; руйнування або пошкодження частини об'єктів транспортної інфраструктури України в наслідок військових дій або терористичних атак російських військ.

2. На мезорівні - зниження прибутковості діяльності окремих галузей, у першу чергу експортоорієнтованих або тих, що залежать від імпортних поставок; криза у сфері логістики та транспортному секторі країни.

3. На мікрорівні - збільшення витрат для підприємств на транспортні послуги та зростання вартості сировини, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих; зростання строків постачання продукції споживачам (замовникам); збільшення вартості товарів для домашніх господарств.

В межах рекомендацій щодо усунення або зменшення впливу негативних наслідків російської військової агресії на транспортну інфраструктуру та логістику в Україні слід запропонувати:

1. На макрорівні: формування дублюючих потужностей транспортної інфраструктури, у тому числі в межах взаємодії з закордонними торговими партнерами; оптимізація роботи та збільшення потужностей діючих об'єктів транспортної інфраструктури; стимулювання на рівні держави та міжнародних/іноземних донорів приватної ініціативи щодо розбудови транспортної інфраструктури і розробки альтернативних логістичних маршрутів.

2. На мезорівні: стимулювання швидкої перебудови транспортної галузі країни; залучення грантової допомоги у відновленні транспортної інфраструктури, що постраждала від терористичних атак російських військ та воєнних дій.

3. На мікрорівні: збільшення гнучкості та пошук альтернативних логістичних шляхів; розробка альтернативних шляхів у логістиці підприємства.

IV. Російська військова агресія критично деформувала зовнішньоторговельний баланс України, призвівши до падіння імпортних витрат, і, особливо, експортних доходів. Наразі можемо вказати на наявність наступних негативних соціально-економічних викликів:

1. На макрорівні - втрата ринків збуту для експортної продукції України та критичне зниження експорту на фоні значних обсягів імпорту, у тому числі товарів, що раніше імпортувалась в Україну в незначних масштабах, або взагалі не імпортувалась; не бажання іноземних споживачів співпрацювати з українськими експортерами через військові ризики та не ясність ситуації з постачанням продукції через логістичні проблеми; деформація експорту у бік переважання ЄС.

2. На мезорівні - втрата експортних доходів провідними секторами та галузями економіки (сільське господарство, гірничо-металургійний комплекс та ін.); зростання конкуренції на внутрішньому ринку зі сторони іноземної продукції та витіснення української продукції з національних ринків збуту; втрата експортних доходів частиною областей України.

3. На мікрорівні - складнощі експортних та імпортних поставок для підприємств України через логістичні, виробничі та валютні ризики; втрата ринків збуту в Україні через програш конкуренції з імпортною продукцією; втрата доходів та роботи робітниками підприємств-експортерів.

В межах рекомендацій щодо усунення або зменшення впливу негативних наслідків російської військової агресії на зовнішньоторговельну діяльність України слід запропонувати:

1. На макрорівні: активізація зусиль держави по просуванню української експортної продукції на нові ринки; підтримка, у тому числі фінансова (гранти, кредити), для експортерів, у першу чергу малого та середнього бізнесу; формування єдиного інформаційного простору підтримки експортерів.

2. На мезорівні: активізація галузевих об'єднань у захисті інтересів українських виробників та експортерів; запровадження регіональних програм стимулювання експорту.

3. На мікрорівні: пошук нових експортних можливостей для підприємств України в межах відкриття ринків Європейської Співдружності, Канади, Туреччини, Австралії, Японії

(частково), США (частково); реалізація експортних підприємницьких ініціатив для громадян України (аутсорсинг, фріланс, хендмейд та ін.).

V. Терористичні атаки на енергетичний сектор України зі сторони країни-агресора призвели до появи та розвитку наступних негативних соціально-економічних викликів:

1. На макрорівні - прискорення падіння ВВП та економіки країни; зростання соціальної напруги та соціальних проблем населення; збільшення ризику розповсюдження інфекційних захворювань.

2. На мезорівні - поглиблення кризи у окремих секторах та галузях економіки України; соціальні та економічні проблеми у регіонах країни.

3. На мікрорівні - збільшення збитків та витрат окремих підприємств; падіння обсягів виробництва та збуту; програш конкурентної боротьби на національних та закордонних ринках збуту продукції; зростання кількості економічних та соціальних проблем окремих громадян України.

В межах рекомендацій щодо усунення або зменшення впливу негативних наслідків російської військової агресії на діяльність енергетичного сектору України слід запропонувати:

1. На макрорівні: активізацію співпраці держави з підприємствами електротехніки та відновлення українських підприємств електротехніки, у тому числі за рахунок націоналізації; збільшення замовлень, у тому числі за рахунок благодійних коштів, на підприємствах, що випускають необхідну номенклатуру електротехнічної продукції, у першу чергу у країнах, бувших у складі СРСР (Азербайджан, Казахстан, Молдова та ін.); використання бувшого у використанні електротехнічного обладнання та обладнання зі зберігання, що знаходиться в Україні та інших країнах світу, яке підходить для енергетики держави.

2. На мезорівні: активізацію співпраці та кооперації між електрогенеруючими компаніями та виробниками електротехнічної продукції; утворення спільних підприємств з іноземними виробниками електротехнічної продукції, що мають вільні виробничі потужності.

3. На мікрорівні: активізацію роботи електротехнічних підприємств, у тому числі малих та мікропідприємств; залучення до відновлювальних робіт пенсіонерів, безробітних та добровольців з інших країн світу.

Україна після закінчення війни має знайти адекватну відповідь на негативні пост воєнні соціально-економічні виклики, де серед головних будуть:

I. Повернення мігрантів з-за кордону та внутрішньо переміщених осіб у місця проживання. Наведений виклик несе у собі значні негативні аспекти:

1. На макрорівні - втрата трудового потенціалу країною та структурна деформація економіки; зростання навантаження на працюючих через збільшення кількості пенсіонерів.

2. На мезорівні - утворення дефіциту робочої сили у галузях економіки; формування депресивних дотаційних регіонів.

3. На мікрорівні - зниження платоспроможного попиту для окремих підприємств; дефіцит трудових кадрів для суб'єктів господарювання; зростання соціальних проблем окремих громадян.

В межах рекомендацій щодо усунення або зменшення впливу негативних наслідків наведеного виклику слід запропонувати:

1. На макрорівні: розробка та запровадження державних програм стимулювання повернення емігрантів та ВПО на місця проживання; допомога у відбудові житла та компенсації втрат майна (активів), у тому числі за рахунок міжнародних/іноземних організацій; забезпечення попиту на робочу силу у постраждалих регіонах.

2. На мезорівні: розробка та реалізація галузевих і регіональних програм стимулювання повернення емігрантів та ВПО на місця проживання; регіональні програми у відбудові житла та компенсації втрат за знищене майно (активи).

3. На мікрорівні: участь у поверненні емігрантів та ВПО на місця проживання окремих суб'єктів підприємництва і організованих груп громадян (волонтерських організацій).

II. Інтеграція демобілізованих з армії, у тому числі осіб з обмеженими фізичними можливостями, членів родин військових, у тому числі тих, що загинули, до економічного життя. Наведений виклик несе у собі значні негативні аспекти:

1. На макрорівні та мезорівнях - зростання соціальних витрат у період дефіциту коштів у державному та місцевих бюджетах; політичні спекуляції; зростання соціальної напруги та соціальних конфліктів.

2. На мікрорівні - зростання соціального навантаження на суб'єкти підприємницької діяльності у період пост воєнного відновлення та покриття воєнних збитків; зростання побутових конфліктів.

В межах рекомендацій щодо усунення або зменшення впливу негативних наслідків наведеного виклику слід запропонувати:

1. На макрорівні: стимулювання підприємницьких ініціатив зазначених категорій громадян України з акцентом на залучення грантової іноземних допомоги донорів та меценатів; розвиток соціальних підприємств та виробничих кооперативів для забезпечення роботою зазначених категорій громадян України; формування земельного фонду та підприємницьких активів, у тому числі за рахунок активів колаборантів та зрадників, що будуть передані зазначеним категоріям громадян країни.

2. На мезорівні: формування галузевих та регіональних програм підтримки підприємницьких ініціатив і забезпечення роботою зазначених категорій громадян України.

3. На мікрорівні: соціальні та економічні ініціативи окремих підприємств, а також волонтерських організацій.

III. Забезпечення швидких темпів відбудови економіки країни з акцентом на зниження безробіття та зростання рівня оплати праці до стандартів ЄС. Наведений виклик несе у собі значні негативні соціально-економічні аспекти:

1. На макрорівні - формування «пастки бідності»; заміна вітчизняних виробників іноземними в межах відбудови; формування структурних перекосів між галузями та регіонами країни; політичні спекуляції; зростання соціальних конфліктів.

2. На мезорівні - формування галузей та регіонів «аутсайдерів»; політичні спекуляції; зростання соціальних конфліктів.

3. На мікрорівні - втрата ринків збуту та програш конкуренції вітчизняними виробниками зарубіжним виробникам; диспропорції у доходах населення країни.

В межах рекомендацій щодо усунення або зменшення впливу негативних наслідків наведеного виклику слід запропонувати:

1. На макрорівні: активізація міжнародної та іноземної допомоги з розміщенням замовлень переважно на вітчизняних підприємствах; перенаправлення діяльності волонтерських організацій на відбудову країни; громадський контроль та недопущення корупції; формування ефективних та прозорих програм відбудови економіки України.

2. На мезорівні: формування ефективних та прозорих програм відбудови окремих галузей економіки і регіонів України; залучення грантової та донорської допомоги для відбудови окремих галузей і регіонів країни.

3. На мікрорівні: активізація участі у процесах відбудови країни; контроль за прозорістю процедур відбудови та недопущення корупції.

Україна стикається зі значною кількістю соціально-економічних викликів у воєнний період та буде стикатися з новими викликами в межах пост воєнного відновлення. Наразі постала потреба ідентифікації таких викликів та усунення негативного їх впливу на економіку і соціальну сферу країни.

ВИСНОВКИ

Російська військова агресія критично змінила розвиток економіки та соціальної сфери України, ставши причиною появи нових викликів, які мають переважно негативний вплив на національну соціально-економічну систему. Поствоєнне відновлення країни також буде супроводжуватись появою негативних соціально-економічних викликів. Таким чином є потреба у ідентифікації таких викликів та розробці рекомендацій з усунення їх негативного впливу на соціально-економічну систему України. Наведене робить доцільним та необхідним проведення наукових досліджень у цьому напрямку.

Проведене дослідження дозволило виявити ключові соціально-економічні виклики України у воєнний та поствоєнний час, а також їх негативний вплив на економіку та соціальну сферу країни на макро-, мезо-, мікрорівнях і сформувані сукупність рекомендацій зі зменшення або усунення негативного впливу виявлених викликів.

Практичне впровадження пропозицій і висновків даної статті слід розглядати в контексті їх важливості для прискорення відбудови країни та зміцнення її національної, економічної та соціальної безпеки.

Перспективи подальших досліджень на основі і з використанням наукових результатів проведеного дослідження, полягають у розробці дієвих та адекватних стратегій пост воєнної відбудови України на загальнодержавному, галузевому та регіональному рівнях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Економіка регіонів України в умовах війни: ризики та напрями забезпечення стійкості : науково-аналітичне видання / наук. ред. Сторонянська І.З. Львів : ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України», 2022. 70 с.
2. Лук'янихіна О.А., Лук'янихін В.О., Білокур І.О. Виклики для регіонів України у період воєнного стану. Європейський вибір України, розвиток науки та національна безпека в реаліях масштабної військової агресії та глобальних викликів ХХІ століття» : у 2 т. : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 17 червня 2022 р.). Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2022. Т. 1. С. 887-890.
3. Борщевський В., Матвеев Є., Куропась І., Микита О. Територіальні громади в умовах воєнного стану: як забезпечити ефективне управління в контексті пріоритетів повоєнного розвитку. Громадський простір, 2022. Available at: <http://surl.li/cdbzi> (Дата доступу 9 Грудня 2022).
4. Салліван А., Ржеутська Л. Як війна вплинула на економіку України. DW, 2022. Available at: <https://www.dw.com/uk/ak-vijna-vplivula-na-ekonomiku-ukraini/a-63093916> (Дата доступу 9 Грудня 2022).
5. Шевченко К. Фінансово-економічна політика за воєнного часу. KadrEX, 2022. Available at: <https://www.dw.com/uk/ak-vijna-vplivula-na-ekonomiku-ukraini/a-63093916> (Дата доступу 9 Грудня 2022).
6. Олійник Л. Місцеві громади та внутрішня міграція населення: виклики під час воєнного стану та пошуки шляхів їх подолання. Юрфем, 2022. Available at: <https://jurfem.com.ua/mistsevi-hromady-vnutrishnya-mihratsia-naselennya> (Дата доступу 9 Грудня 2022).
7. Засульський М.В. Аналіз бізнесу України в умовах воєнного стану. Київська ТПП. 2022. Available at: <https://kiev-chamber.org.ua/uk/17/2777.html> (Дата доступу 9 Грудня 2022).
8. Chorna N.P., Chorny R.S., & Shandruk S.K. Socio-economic development of Ukraine: new challenges and threats. Науковий вісник Полісся, 2018, № 1 (13), С. 100–107.
9. Юрчишин В. Соціально-економічний вимір України в період зміни політичних еліт. Київ : Разумков центр, 2019. 46 с.

10. Безпаленко О.В. Вектори соціальної політики для України в умовах викликів війни. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління, 2022, № 1(4). Available at: <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2022-4-07-04/2022-4-07-04> (Дата доступу 9 Грудня 2022).

REFERENCES

1. Storonińska I.Z. (2022), «*Ekonomika rehioniv Ukrainy v umovakh viiny: ryzyky ta napriamy zabezpechennia stiikosti : naukovo-analitychne vydannia*» [The economy of the regions of Ukraine under war: risks and directions of ensuring stability: scientific and analytical edition]. *Lviv : DU «Instytut rehionalnykh doslidzhen imeni M.I. Dolishnoho NAN Ukrainy»*, 70. [in Ukrainian].
2. Lukianychina O.A., Lukianychin V.O., Bilokur I.O. (2022), «*Vyklyky dlia rehioniv Ukrainy u period voiennoho stanu*» [Challenges for regions of Ukraine during martial law]. *Yevropeyskyi vybir Ukrainy, rozvytok nauky ta natsionalna bezpeka v realiiakh masshtabnoi viiskovoi ahresii ta hlobalnykh vyklykiv KhKhI stolittia* : u 2 t. : materialy Mizhnar. nauk.-prakt. konf. Odesa : Vydavnychiy dim «Helvetyka», 1, 887-890. [in Ukrainian].
3. Borshchevskyi V., Matvieiev Ye., Kuropas I., Mykyta O. (2022), «*Terytorialni hromady v umovakh voiennoho stanu: yak zabezpechyty efektyvne upravlinnia v konteksti priorytetiv povoiennoho rozvytku*» [Territorial communities under martial law: how to ensure effective management in the context of post-war development priorities]. *Hromadskyi prostir*, available at: <http://surl.li/cdbzi> (Accessed 9 December 2022), [in Ukrainian].
4. Sullivan A., Rzhetska L. (2022), «*Iak viina vplynula na ekonomiku Ukrainy*» [How the war affected the economy of Ukraine]. DW, available at: <https://www.dw.com/uk/ak-vijna-vplynula-na-ekonomiku-ukraini/a-63093916> (Accessed 9 December 2022), [in Ukrainian].
5. Shevchenko K. (2022), «*Finansovo-ekonomichna polityka za voiennoho chasu*» [Financial and economic policy during wartime]. KadrEX, available at: <https://www.dw.com/uk/ak-vijna-vplynula-na-ekonomiku-ukraini/a-63093916> (Accessed 9 December 2022), [in Ukrainian].
6. Oliinyk L. (2022), «*Mistsevi hromady ta vnutrishnia mihratsiia naselennia: vyklyky pid chas voiennoho stanu ta poshuky shliakhiv yikh podolannia*» [Local communities and internal population migration: challenges during martial law and the search for ways to overcome them]. Yurfem, available at: <https://jurfem.com.ua/mistsevi-hromady-vnutrishnya-mihratsia-naselennya> (Accessed 9 December 2022), [in Ukrainian].
7. Zasulskyi M.V. (2022), «*Analiz biznesu Ukrainy v umovakh voiennoho stanu*» [Analysis of Ukraine's business under martial law]. Kyivska TPP, available at: <https://kiev-chamber.org.ua/uk/17/2777.html> (Accessed 9 December 2022), [in Ukrainian].
8. Chorna N.P., Chorny R.S., & Shandruk S.K. (2018), «*Socio-economic development of Ukraine: new challenges and threats*». *Polissya scientific bulletin*, 1 (13), 100–107.
9. Yurchyshyn V. (2019), «*Sotsialno-ekonomichni vymiry Ukrainy v period zminy politychnykh elit*» [Socio-economic dimension of Ukraine during the period of change of political elites]. Kyiv : Razumkov tsentr, 46, [in Ukrainian].
10. Bezpalenko O.V. (2022), «*Vektory sotsialnoi polityky dlia Ukrainy v umovakh vyklykiv viiny*» [Vectors of social policy for Ukraine under the challenges of war]. *Problemy suchasnykh transformatsii. Seriya: ekonomika ta upravlinnia*, Vol. 1(4), available at: <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2022-4-07-04/2022-4-07-04> (Accessed 9 December 2022), [in Ukrainian].

SOCIO-ECONOMIC CHALLENGES OF UKRAINE IN THE WAR AND POST-WAR PERIOD

Maxim Khatser

*Zaporizhzhia National University
Zaporizhzhia, Ukraine*

Annotation. The article is devoted to the formation of new scientific solutions regarding the identification of crucial socio-economic challenges for Ukraine in the war and post-war period. It has been proven that Russian military aggression and terrorist attacks against the civilian population of Ukraine by the Russian army generate new, primarily negative, challenges to the country's socio-economic system, which will also impact the system in the post-war period. **The article aims** to identify and characterize the challenges to the Ukrainian socio-economic system at the macro, meso, and micro levels in the war and post-war period, as well as to develop recommendations for eliminating or reducing the impact of negative challenges on the country's economy and social sphere. **Methodology:** a set of general and special methods has been used at the empirical and theoretical levels, such as the abstraction method for selecting the assessment levels; methods of analysis and synthesis to identify key socio-economic challenges for Ukraine in the war and post-war period; comparison to determine the negative impact of socio-economic challenges and develop recommendations for its elimination at the macro-, meso-, and micro-levels in the country; methods of systematization, grouping and logical generalization for information systematization, development of conclusions and scientific proposals of the article. The study uses the system and functional, historical and systemic approaches to reveal and solve the problems of identifying Ukrainian socio-economic challenges in the war and post-war period. **Results:** the critical socio-economic challenges of Ukraine in the war and post-war period have been identified, as well as their negative impact on the country's economy and social sphere at the macro-, meso-, and micro levels, and a set of recommendations has been formed to reduce or eliminate the negative impact of the identified challenges.

Keywords: war time, macro level, meso level, micro level, post war period, Russian military aggression, socio-economic challenges.

Електронне наукове фахове видання

*Включене до Переліку наукових фахових видань України (категорія «Б»),
відповідно до [Наказу МОН України № 1643 від 28.12.2019 \(Додаток 4\)](#)*

МЕНЕДЖМЕНТ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО: ТРЕНДИ РОЗВИТКУ

ВИПУСК 4 (22) 2022

*Зображення обкладинки[©] використовується редакцією на основі права
власності та захищене авторським правом*

*Дизайн та макетування розроблені на платформі графічного дизайну
інфографіки Canva: <https://www.canva.com/>*

Верстка та макетування:

Онищенко О.А.,
Полусмяк Ю.І.

Дизайн обкладинки:

Бухаріна Л.М.,
Онищенко О.А.

Засновник видання:

Запорізький національний університет

Адреса редакції: 69063, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 55а, к. 415

Телефон: (061)289-41-15

Офіційний сайт видання: www.management-journal.org.ua

Електронна адреса: znu@management-journal.org.ua

Electronic scientific journal

*The scientific journal is included into the Ministry of Education and Science of Ukraine's list of professional publications (**category "B"**) according to the [Decree of the Ministry of Education and Science of Ukraine № 1643 dated 28.12.2019](#).*

MANAGEMENT AND ENTREPRENEURSHIP: TRENDS OF DEVELOPMENT

ISSUE 4 (22) 2022

Cover image © is used by the editorial office on the basis of ownership and is protected by copyright

Design and layout are developed on the graphic design platform of Canva infographics: <https://www.canva.com/>

Layout

Oksana Onyshchenko,
Yuliya Polusmiak

Cover design:

Liudmyla Bukharina,
Oksana Onyshchenko

Publisher:

Zaporizhzhia National University

Contacts: Zaporizhzhia National University

Faculty of Management

Zhukovsky street 55a, office 415, Zaporizhzhia, 69063

Official website: www.management-journal.org.ua

Email: znu@management-journal.org.ua