

Міжнародні економічні відносини

УДК 631.11:330.342

Тиндюк Андрій Миколайович

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня

вищої освіти (доктор філософії)

Уманського національного університету

Tyndiuk Andriy

applicant for the third level of higher education (Doctor of Philosophy)

Uman National University

ORCID: 0009-0001-4142-8180

**РОЗВИТОК ГЛОБАЛЬНИХ ГОСПОДАРСЬКИХ КОМУНІКАЦІЙ У
КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВИКЛИКІВ
THE DEVELOPMENT OF GLOBAL ECONOMIC COMMUNICATIONS
IN THE CONTEXT OF MODERN ECONOMIC CHALLENGES**

Анотація. Вступ. Розвиток глобальних господарських комунікацій є рушійною силою сучасної макроекономіки, що забезпечує взаємозв'язок між усіма її учасниками. Система глобальних господарських комунікацій не просто обмін інформацією, а комплексний механізм, який охоплює рух товарів, капіталу, послуг та ідей у міжнародному масштабі. Ефективна комунікація є основою для обміну знаннями, технологіями та інноваціями, що дає змогу підприємствам, незалежно від їх локалізації, отримувати доступ до інноваційних розробок та кращих практик. Наприклад, завдяки цифровим платформам і хмарним технологіям підприємства можуть швидко інтегруватися в міжнародні ланцюги постачання, оптимізувати власні

бізнес-процеси та успішно конкурувати на ринку. Указане прискорює інноваційні цикли та створює нові можливості для розвитку на макrorівні.

Мета дослідження полягає в аналізі основ розвитку та можливостей реалізації глобальних господарських комунікацій.

Матеріали і методи. Теоретичну основу дослідження формують ключові концепції, засади, наукові розробки та висновки українських та зарубіжних науковців у сфері економіки, менеджменту та маркетингу, доповнені власними авторськими напрацюваннями.

Для досягнення мети статті та поставлених завдань, було застосовано комплекс наукових методів, які створили підґрунтя для здійснення дослідження, зокрема, методи синтезу, порівняння та узагальнення дали змогу систематизувати результати аналізу проблеми, виявити закономірності та сформувати цілісне розуміння досліджуваного питання; використання структурно-системного методу дало змогу окреслити можливості інноваційних технологічних рішень у сфері глобальних господарських комунікацій; аналітичний метод використовувався для формалізації результатів дослідження; використання графічного методу дало змогу візуалізувати дані дослідження, що значно підвищило наочність викладення матеріалу та інтерпретацію отриманих результатів.

Результати. У статті проведено аналіз основ розвитку та можливостей реалізації глобальних господарських комунікацій. Зазначено, що геополітичні зміни прискорюють фрагментацію світової економіки, що змушує підприємства переглядати свою внутрішню економічну політику. Указаний аспект вимагає коригування маркетингових і збутових стратегій, а також переосмислення підходів до господарських комунікацій. Визначено ключові аспекти та завдання комунікаційної політики у сфері господарської діяльності. Указано, що інновації та діджиталізація є ключовими складові

сучасних глобальних господарських комунікацій. Тому для досягнення конкурентних переваг і виходу на міжнародні ринки підприємствам необхідно активно впроваджувати інноваційні технології, зокрема процеси автоматизації та цифровізації. Це дасть змогу оптимізувати господарську діяльність, зменшити витрати, поліпшити взаємодію з клієнтами та оперативно реагувати на ринкові зміни. Окреслено найбільш використовувані технологічні рішення, які формують базові аспекти розвитку глобальних господарських комунікацій.

Перспективи подальших розвідок лежать у площині пошуку інноваційних шляхів розвитку глобальних господарських комунікацій та розробці методологічного апарату формування основних принципів реалізації інновацій на макрорівні.

Ключові слова: економіка, глобалізація, бізнес, комунікація, інновації.

Summary. *Introduction. The development of global economic communications is the driving force behind modern macroeconomics, ensuring interconnection between all its participants. The system of global economic communications is not simply an exchange of information, but a complex mechanism that encompasses the movement of goods, capital, services and ideas on an international scale. Effective communication is the basis for the exchange of knowledge, technology and innovation. It allows enterprises, regardless of their geographical location, to access innovative developments and best practices. For example, thanks to digital platforms and cloud technologies, companies can quickly integrate into international supply chains, optimise their business processes and compete successfully in the market. This accelerates innovation cycles and creates new opportunities for development.*

The purpose of the research is to analyse the fundamentals of development and opportunities for the implementation of global economic communications.

Materials and methods. The theoretical basis of the study is formed by key concepts, principles, scientific developments and conclusions of Ukrainian and foreign scientists in the field of economics, management and marketing, supplemented by the authors' own elaborations.

To accomplish the article's objectives and tasks, a set of scientific methods was applied, which formed the basis for the research. In particular, the methods of synthesis, comparison, and generalisation made it possible to systematise the results of the analysis of the problem, identify patterns, and form a comprehensive understanding of the issue under study; the use of the structural-systemic method made it possible to outline the possibilities of innovative technological solutions in the field of global economic communications; the analytical method was used to formalise the research results; the use of the graphical method made it possible to visualise the research data, which significantly improved the clarity of the presentation of the material and the interpretation of the results obtained.

Results. The article analyses the fundamentals of development and opportunities for implementing global economic communications. It is noted that geopolitical changes accelerate the fragmentation of the global economy, forcing enterprises to review their internal economic policies. This aspect requires adjustments to marketing and sales strategies, as well as a rethinking of approaches to economic communications. The key aspects and tasks of communication policy in the field of economic activity have been identified. It is noted that innovation and digitalisation are key components of modern global economic communications. Therefore, in order to achieve competitive advantages and enter international markets, enterprises need to actively implement innovative technologies, in particular automation and digitalization processes. This will allow to optimise

business activities, reduce costs, improve customer relations and respond quickly to market changes. The most commonly used technological solutions that form the basic aspects of the development of global economic communications have been outlined.

Discussion. The perspectives for further research lie in the search for innovative ways to develop global economic communications and the development of a methodological framework for forming the basic principles of innovation implementation at the macro level.

Key words: *economy, globalization, business, communication, innovation.*

Постановка проблеми. Глобалізація, процес інтеграції світових ринків, культур і технологій, сьогодні переживає серйозні трансформації. Замість класичного, західно-орієнтованого підходу, наразі спостерігається зростання регіоналізації та фрагментації. Це проявляється у посиленні торговельних війн, протекціоністській політиці та створенні регіональних економічних блоків. Пандемія COVID-19 та геополітичні конфлікти, як-от війна в Україні, лише прискорили ці процеси.

Четверта промислова революція (Індустрія 4.0), що базується на таких технологіях, як штучний інтелект (ШІ), інтернет речей (IoT), блокчейн та біг-дата, кардинально змінює виробництво, споживання та ринок праці. Ці технології не лише підвищують продуктивність, а й створюють нові галузі економіки. Вони також вимагають удосконалення фаховості від працівників шляхом постійного навчання, адаптації до нових навичок та розвитку можливостей.

Геополітична напруга, соціальна нерівність та політична нестабільність прямо впливають на економічну діяльність підприємницьких структур. Боротьба за ринок, торговельні бар'єри та протекціонізм порушують усталені

економічні зв'язки. Зростання соціальної нерівності може призвести до внутрішніх конфліктів та зниження довіри до інституцій. Ці тенденції не існують ізольовано. Вони тісно переплетені та взаємно посилюють одна одну. Так, зокрема, технології прискорюють процеси глобалізації та одночасно створюють нові виклики для ринку праці, що може посилювати соціальну нерівність; зміна клімату вимагає технологічних інновацій для переходу на «зелену» економіку, що, у свою чергу, створює нові ринки та робочі місця; а демографічні зміни в поєднанні з технологічним прогресом стимулюють автоматизацію та зміну структури зайнятості. Тому варто зазначити, що зміни в геополітиці, прискорюють фрагментацію глобальної економіки, що змушує підприємства переглядати власну економічну політику, зокрема стратегії розвитку маркетингові й збутові стратегії та господарські комунікації.

Отже, успішний економічний розвиток залежить від комплексного розуміння вищезазначених взаємопов'язаних тенденцій та здатності держав, бізнесу та окремих людей ефективно комунікувати та адаптувати свою діяльність до мінливих умов зовнішнього середовища, сформованого під впливом процесів глобалізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як зазначає Д. Коломийчук «Сутнісною ознакою сучасності є стрімка глобалізація економіки, що супроводжується посиленням структурної взаємозалежності національних господарських комплексів, підвищенням ступеня їх відкритості, зростанням транскордонних потоків товарів, послуг, капіталів, інтенсивним обміном інформацією, технологіями тощо» [1, с. 79]. «Глобалізація виступає однією з центральних тенденцій розвитку світового співтовариства, вона створила принципово нову якість міжнародної інтеграції та взаємодії» стверджує І. Поліщук [2, с. 196]. «Сучасний етап розвитку цивілізації обумовлений взаємопов'язаністю та взаємообумовленістю усіх сфер та рівнів людської

життєдіяльності, тобто глобалізація означає залучення великої частини людства в єдину відкриту систему фінансово економічних, політичних, соціальних, культурних зв'язків на основі новітніх інформаційних засобів та телекомунікацій» зазначає Н. Майструк [3, с. 84]. Дж. Фрідман вважає, що глобалізація «це інтеграція ринків, держав і технологій, що дає змогу індивідуумам, корпораціям, націям-державам досягати будь-якої точки світу швидше, глибше й дешевше» [4, с. 9].

«Підприємництво є необхідною визначальною рисою ринку. Якщо немає підприємців, то немає й ринку, і навпаки. У підприємницькій діяльності використовуються різні засоби, види і форми комунікації. Завдання полягає в тому, щоб насамперед вміло використати різноманітні види комунікації» зазначають автори Н. Крахмальова та І. Косач [5, с. 185]. Б. Берельсон визначає комунікацію як процес обміну інформацією, передачі емоційного та інтелектуального змісту [6]. У підприємницькій діяльності використовують комунікації пов'язані з господарською діяльністю: внутрішні – постачальники, підприємство, конкуренти, покупці, посередники та зовнішні – економічний стан держави, законодавча база, міжнародне положення) [5, с. 186]. «Найважливішим інструментом збереження та засобом зміцнення ринкових позицій підприємства є здійснення ним ефективної комунікаційної політики» стверджує Р. Бородайко [7, с. 67].

Як зазначає О. Савченко «умови сучасного функціонування формують для вітчизняних суб'єктів господарювання водночас як численні можливості, так і загрози й вимоги. У такому середовищі ключовим чинником визначення свого ринкового сегменту та закріплення позицій організації на ньому є формування ефективної структури господарських зв'язків» [8, с. 226].

С. Боровська наголошує на тому, що «глобалізація світового господарства призвела до підвищення актуальності проблеми формування

комунікацій між суб'єктами міжнародних економічних відносин. Саме налагоджена комунікаційна стратегія підприємства допомагає покращити зовнішньо-економічні зв'язки та здійснювати ефективну господарську діяльність [9, с. 47]. «Дослідження інформаційних господарських комунікацій знаходиться на етапі формування його методологічної основи» стверджує О. Меленцова і зазначає, що «Технологічною основою перетворень господарських комунікацій є широке розповсюдження Інтернету та зростання кількості користувачів мережі» [10, с. 100].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Зважаючи на проведений критичний аналіз наявної наукової літератури щодо процесів глобалізації та комунікаційної політики у напрямку розвитку господарської діяльності, варто зазначити, що існує суперечливий зв'язок між глобалізацією та можливостями трансформації національних економік. Держава та підприємницькі одиниці, які здійснюють бізнес-діяльність в ній, щоденно зіштовхуються з викликами, пов'язаними з нестабільністю світової системи та необхідністю прискореної інтеграції в структури, які вже давно сформовані. Указане формує проблематику досліджень у напрямку вивчення питання стосовно розвитку глобальних господарських комунікацій в умовах сьогодення.

Мета дослідження полягає в аналізі основ розвитку та можливостей реалізації глобальних господарських комунікацій.

Зважаючи на мету, **завданнями дослідження** є: визначення ключових аспектів та завдань комунікаційної політики у сфері господарської діяльності; окреслення найбільш використовуваних технологічних рішень, які формують базові аспекти розвитку глобальних господарських комунікацій.

Матеріали і методи. Теоретичну основу дослідження формують ключові концепції, засади, наукові розробки та висновки українських та

зарубіжних науковців у сфері економіки, менеджменту та маркетингу, доповнені власними авторськими напрацюваннями.

Для досягнення мети статті та поставлених завдань, було застосовано комплекс наукових методів, які створили підґрунтя для здійснення дослідження, зокрема, методи синтезу, порівняння та узагальнення дали змогу систематизувати результати аналізу проблеми, виявити закономірності та сформувані цілісне розуміння досліджуваного питання; використання структурно-системного методу дало змогу окреслити можливості інноваційних технологічних рішень у сфері глобальних господарських комунікацій; аналітичний метод використовувався для формалізації результатів дослідження; використання графічного методу дало змогу візуалізувати дані дослідження, що значно підвищило наочність викладення матеріалу та інтерпретацію отриманих результатів.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах глобалізації та дестабілізації економічного макросередовища адаптація до змін є невід'ємною компонентою функціонування будь-якого бізнес-суб'єкта. Гіпотеза, щодо того, що у XX ст. економічний розвиток підприємництва був зумовлений виключно економічними чинниками, не витримує критичного аналізу. Науковий аналіз економічної історії демонструє, що інтенсивний розвиток економіки був результатом мультифакторної взаємодії, де ключову роль відігравали чинники, які не належать до суто економічної категорії. Ці фактори включають політичні, соціальні та технологічні детермінанти, що формували сприятливе середовище для економічного розвитку.

Політичні трансформації, геополітичні зрушення та формування нової системи міжнародних відносин, сприяли стабілізації світової торгівлі та фінансової системи. Державна політика, що включала регулювання ринків, інвестиції в інфраструктурні проєкти та розвиток соціальних програм,

виступала як ключовий драйвер економічного зростання. Інвестиції в людський капітал, що виразилися у розширенні доступу до освіти та охорони здоров'я, підвищили продуктивність праці. Крім того, трансформації у соціальній структурі, такі як емансипація жінок та формування масового середнього класу, кардинально змінили ринки праці та структуру споживання. Фундаментальні технологічні прориви, що включали розвиток електрифікації, автомобільної промисловості, а згодом – комп'ютерних технологій та інтернету, стали основою для структурних змін в економіці. Ці інновації сприяли підвищенню ефективності виробництва, зниженню трансакційних витрат та створенню нових економічних галузей.

Таким чином, теза про виняткову роль економічних факторів у розвитку економіки XX ст. є емпірично необґрунтованою. Навпаки, економічний успіх був досягнутий завдяки синергії між стабільними політичними інститутами, соціальним та технологічним прогресом, що створило необхідні умови для динамічного розвитку економіки на макрорівні та побудови сприятливо середовища для підприємницької діяльності.

Варто зазначити, що успіх будь-якого підприємства неможливий без побудови та реалізації ефективних процесів менеджменту, маркетингу, комунікаційної політики та господарської діяльності.

Комунікаційна політика у сфері господарської діяльності – це створення та підтримка зв'язків між підприємницькою одиницею та її ринком для досягнення цілей бізнесу, як-от активізація продажів і формування позитивного іміджу, шляхом інформування, переконання та нагадування про діяльність підприємства на макрорівні. Вона використовує комплекс маркетингових комунікацій, що включає рекламу, стимулювання збуту, пропаганду та особистий продаж, щоб впливати на споживачів та інші

контактні аудиторії. Ефективність комунікаційної політики підприємства визначається рівнем глобалізації розвитку його господарських зв'язків.

Комунікації відіграють важливу роль у процесі ведення міжнародної економічної діяльності, що стає актуальним не тільки для транснаціональних корпорацій, але й для всіх підприємств, що працюють на міжнародному ринку [9, с. 48]. Унаслідок комунікативної глобалізації створюються умови для взаємодії між суб'єктами глобальної економіки, спрощується доступ до інформації (знань) та її (їх) обмін, відбувається універсалізація нормативного регулювання міжнародних відносин та формування глобальних координуючих та регулюючих центрів (інститутів) впливу [11, с. 7]. Провівши аналіз праці Ф. Котлера та К. Келлера «Маркетинговий менеджмент», господарські комунікації в мережі інтернет можна класифікувати згідно принципів взаємодії сторін бізнес-процесу: організації зі споживачем – B2C, організації з організацією – B2B, споживачів з організацією – C2B, споживачів зі споживачами – C2C [12, с. 49]. На різних етапах господарського розвитку змінюється роль видів взаємодій інформаційної комунікації, що визначає її актуальну структуру, яка спочатку вибудовувалась на пріоритеті відносин B2B, потім B2C. Змінюються конституційні норми господарської системи, а відносини C2C стають визначальними в господарській практиці [10, с. 103].

Наразі цифровізація виступає як основний каталізатор глибоких трансформаційних змін у бізнес-середовищі. Вона переходить від простого тренду до фундаментальної необхідності, що змушує організації переосмислювати вже використовувані моделі роботи. Цей процес не обмежується лише впровадженням нових технологій, а передбачає повну автоматизацію господарських процесів. Наслідком інноваційних змін з використанням засобів цифровізації та елементів автоматизації, у ході

здійснення господарських комунікацій, є підвищення операційної ефективності та покращення взаємодії зі споживачами.

В умовах глобалізації економічних процесів та дестабілізації макросередовища підприємства, щоб отримати конкурентну перевагу на ринку, активно інтегрують інноваційні технологічні рішення. У табл. 1 визначено та коротко охарактеризовано найбільш поширені інноваційні технологічні рішення, які формують базові аспекти розвитку глобальних господарських комунікацій.

Таблиця 1

Інноваційні технологічні рішення у сфері глобальних господарських комунікацій

Назва	Технологічні можливості	Переваги використання
Управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM)	Автоматизація процесів продажів, маркетингу та обслуговування, забезпечуючи централізоване зберігання даних про клієнтів.	Це дає змогу персоналізувати комунікацію, прогнозувати потреби та будувати довгострокові відносини, що безпосередньо впливає на лояльність і зростання прибутку.
Планування ресурсів підприємства (ERP)	Інтеграція внутрішніх бізнес-функцій – від фінансів і управління ланцюгами постачання до виробництва та людських ресурсів.	Їх впровадження усуває розрізненість даних, покращує координацію між відділами та оптимізує використання ресурсів.
Штучний інтелект (ШІ) та аналітика даних	Аналітична обробка великих масивів даних. Алгоритми машинного навчання використовуються для виявлення закономірностей, прогнозування ринкових тенденцій і підтримки прийняття управлінських рішень.	Це дозволяє підприємствам діяти проактивно, швидше реагувати на зміни та розробляти більш ефективні стратегії.

Джерело: складено автором на основі проведеного дослідження

Упровадження цих технологій дає змогу не лише підвищити продуктивність діяльності, але й створити нові бізнес-моделі та джерела

доходу. В умовах глобалізації господарських процесів успішна цифровізація є запорукою конкурентоспроможності та зростання на ринку. Завдяки упровадженню інноваційних рішень підприємства стають більш гнучкими, клієнтоорієнтованими та готовими до викликів майбутнього.

Так, наприклад CRM-системи відіграють ключову роль в оптимізації господарських комунікацій, трансформуючи їх із розрізнених і хаотичних у структуровані та ефективні (табл. 2). Вони виходять за рамки простого зберігання контактів, стаючи центром системи менеджменту у процесі фінансово-економічної, управлінської та господарської взаємодії між усіма зацікавленими сторонами.

Таблиця 2

Ключові аспекти впливу CRM на систему господарських комунікацій

<i>Процес</i>	<i>Можливості програми</i>	<i>Переваги використання</i>
Централізація даних	Об'єднання усієї інформації про клієнтів (контакти, історію покупок, запити, листування, дзвінки) в єдину базу.	Усуває «інформаційні прогалини» між відділами – продажу, маркетингу та служби підтримки – і дозволяє будь-якому співробітнику отримати повний огляд клієнта. Це забезпечує безперервність комунікації і персоналізований підхід.
Автоматизація комунікаційної діяльності	Автоматизація рутинних завдань (надсилення електронних листів, вітальних повідомлень, нагадувань про зустрічі або платежі тощо).	Не лише заощаджує час менеджерів для більш важливих завдань, а й гарантує, що клієнт завжди отримує своєчасну та релевантну інформацію.
Персоналізація даних	Сегментація клієнтської бази за різними критеріями (інтереси, історія покупок, поведінка).	Можливість розробляти цільові маркетингові кампанії та надсилати персоналізовані пропозиції, що значно підвищує їх ефективність і залученість клієнтів.

Аналіз та прогнозування	Формування аналітичного інструментарію, який дає змогу відстежувати ефективність різних каналів комунікації, оцінювати продуктивність менеджерів і аналізувати «лійку продажів».	Формування середовища для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, прогнозування попиту і адаптації бізнес-стратегії до умов ринку.
Покращення якості обслуговування	Завдяки історії взаємодій, співробітники служби підтримки можуть швидко реагувати на запити клієнтів, усувати проблеми та надавати якісний сервіс.	Підвищує рівень задоволеності клієнтів та їхню лояльність, що є критично важливим для довгострокового успіху.

Джерело: визначено автором на основі проведеного дослідження

Таким чином, CRM-системи перетворюють комунікації в стратегічний актив, який допомагає не лише підвищити продажі, а й збудувати міцні та довірливі відносини з клієнтами, що є основою сталого розвитку будь-якого бізнесу.

Висновки та перспективи подальших досліджень. У період економічної невизначеності системна інтеграція підприємницьких структур набуває особливого значення, відкриваючи широкі перспективи для розвитку бізнесу. Вона допомагає не лише оптимізувати виробничі процеси та створювати нові джерела вартості, але й ефективно взаємодіяти із зовнішнім середовищем. Ця взаємодія стає особливо важливою в контексті розвитку глобальних господарських комунікацій.

Сучасні підприємства функціонують у взаємопов'язаному світі, де інформація та знання є критично важливими активами. Ефективна комунікація з міжнародними партнерами, постачальниками та клієнтами дозволяє акумулювати ці знання, що безпосередньо впливає на поліпшення фінансово-економічних показників.

Важливим елементом глобальних господарських комунікацій є інновації та інноваційні технології, зокрема процеси діджиталізації й автоматизації

управлінської й господарської діяльності. Тому, для отримання конкурентних переваг та виходу на міжнародні ринки, підприємства повинні активно впроваджувати інноваційні технологічні рішення. Це дасть змогу оптимізувати господарські процеси, знизити витрати, покращити взаємодію з клієнтами та швидше реагувати на зміни.

Сучасні технології, які бізнес інтегрує, включають автоматизацію процесів та програмне забезпечення. Також це аналітика даних та штучний інтелект (ШІ), що допомагає краще розуміти потреби споживача, прогнозувати попит і персоналізувати пропозиції. Хмарні технології забезпечують гнучкість і масштабність операцій, дозволяючи зберігати та обробляти дані без великих інвестицій у власну інфраструктуру. Крім того, Інтернет речей (IoT) допомагає в оптимізації логістики та управління ланцюгами постачання, збираючи дані в режимі реального часу. Інтеграція цих технологій не просто робить бізнес ефективнішим, а й створює нові можливості для інновацій, дозволяючи компаніям пропонувати унікальні продукти та послуги, що веде до зростання ринкової частки та зміцнення їхніх позицій на ринку. Застосування сучасних технологій, дозволило підприємствам виходити на нові міжнародні ринки, співпрацювати з партнерами з різних країн та залучати клієнтів з усього світу.

Тому, можна констатувати, що глобальні господарські комунікації – це ключова система взаємодії між суб'єктами світової економіки та технологіями. Їх значення полягає в тому, що вони є основою для функціонування сучасної глобальної економіки та ключовим фактором для розвитку бізнесу. Глобальні господарські комунікації стимулюють обмін знаннями, ідеями та інноваціями, що допомагає підприємствам швидше адаптуватися до змін на ринку. На макроекономічному рівні вони сприяють поглибленню міжнародного поділу

праці та стимулюють економічне зростання, роблячи світову економіку більш інтегрованою та взаємозалежною.

Зважаючи на результати проведеного дослідження, *перспективи подальших розвідок* нами вбачаються у пошуку інноваційних шляхів розвитку глобальних господарських комунікацій та розробці методологічного апарату формування основних принципів реалізації інновацій на макрорівні.

Література

1. Коломийчук Д.І. Концептуальні підходи до дослідження розвитку господарських систем в умовах глобалізації та регіоналізації. *Науковий вісник національної академії статистики, обліку та аудиту*. 2017. № 4. С. 79-89.

2. Поліщук І. Глобалізація як провідна тенденція розвитку сучасних міжнародних відносин. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2023. № 1 (15). С. 194-204. DOI: <https://doi.org/10.29038/2524-2679-2023-01-195-204>

3. Майструк Н.О. Глобальні комунікації та їх вплив на формування сучасних транскультурних феноменів. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. 2011. № 1 (9). С. 83-88.

4. Friedman J. Oligopoly Theory. Cambridge: Cambridge University Press. 1989. 345 p.

5. Крахмальова Н.А., Косач І.В. Значення комунікацій в підприємницькій діяльності. Освітньо-інноваційна інтерактивна платформа «Підприємницькі ініціативи»: мат-ли II Всеукр. наук. інт.-конф., 7 грудня 2017 р. Київ : КНУТД, 2017. С. 185-192.

6. Berelson B. Content Analysis in Communication Research. Glencoe, Ill.: The Free Press, 1952. 220 p.

7. Бородайко Р. Управління комунікаційною політикою підприємства в сучасних економічних умовах. *Актуальні проблеми менеджменту та публічного управління в умовах інноваційного розвитку економіки*: мат-ли Всеукр. наук.-практ. інт.-конф., 15 травня 2020 р., Ч. 2. Тернопіль: ТНЕУ, 2020. С. 67-71.

8. Савченко О.Р. Господарські зв'язки підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 39. С. 226-230. <https://doi.org/10.32843/infrastruct39-37>

9. Боровська С.Д. Формування комунікацій в умовах глобалізації світового господарства. *Актуальні питання розвитку світової економіки та міжнародного співробітництва*: мат-ли міжн. наук.-практ. інт.-конф., 28 лютого 2022 р. Харків: Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова. 2022. С. 47-49.

10. Меленцова О.В. Трансформація інституту господарських комунікацій у цифровій економіці. *Економічна теорія та право*. 2018. № 4 (35) С. 99-110.

11. Ананьєв М.Ю. Глобалізація і економічний розвиток. *Формування ринкової економіки*. 2011. Вип. 26. Ч. 2. С. 3-14.

12. Kotler P., Keller K. Marketing management. 14th ed. New Jersey: Prentice Hall. 2012. 812 p.

References

1. Kolomyichuk, D.I. (2017). Kontseptualni pidkhody do doslidzhennia rozvytku hospodarskykh system v umovakh hlobalizatsii ta rehionalizatsii [Conceptual approaches to studying the development of economic systems in the context of globalization and regionalization]. *Naukovyi visnyk natsionalnoi akademii statystyky, obliku ta audytu*, 4, 79-89 [in Ukrainian].

2. Polishchuk, I. (2023). Hlobalizatsiia yak providna tendentsiia rozvytku suchasnykh mizhnarodnykh vidnosyn [Globalization as a leading trend in the development of modern international relations]. *Mizhnarodni vidnosyny, suspilni komunikatsii ta rehionalni studii*, 1(15) 194-204. DOI: <https://doi.org/10.29038/2524-2679-2023-01-195-204> [in Ukrainian].

3. Mastruk, N.O. (2011). Hlobalni komunikatsii ta yikh vplyv na formuvannia suchasnykh transkulturnykh fenomeniv [Global communications and their impact on the formation of contemporary transcultural phenomena]. *Visnyk NTUU «KPI». Politolohiia. Sotsiolohiia. Pravo*, 1(9), 83-88 [in Ukrainian].

4. Friedman, J. (1989). *Oligopoly Theory*. Cambridge: Cambridge University Press.

5. Krakhmalova, N.A., & Kosach, I.V. (2017). Znachennia komunikatsii v pidpryiemnytskii diialnosti [The importance of communication in business]. *Proceedings of the II All-Ukrainian Scientific Conference: Educational and innovative interactive platform «Entrepreneurial Initiatives»* (7 December, 2017). Kyiv: KNUTD, 185-192 [in Ukrainian].

6. Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe, Ill.: The Free Press.

7. Borodaiko, R. (2020). Upravlinnia komunikatsiinoiu politykoiu pidpryiemstva v suchasnykh ekonomichnykh umovakh [Current issues of management and public administration in the context of innovative economic development]. *Proceedings of the All-Ukrainian scientific and practical international conference «Management of corporate communication policy in modern economic conditions»* (15 May, 2020). Ternopil: TNEU, 67-71[in Ukrainian].

8. Savchenko, O.R. (2020). Hospodarski zv'iazky pidpriemstva [Economic ties of the enterprise]. *Infrastruktura rynku*, 39, 226-230 <https://doi.org/10.32843/infrastruct39-37> [in Ukrainian].

9. Borovska, S.D. (2022). Formuvannia komunikatsii v umovakh hlobalizatsii svitovoho hospodarstva [Formation of communications in the context of globalization of the world economy]. *Proceedings of the International Scientific and Practical Conference «Current issues in the development of the global economy and international cooperation»* (28 February, 2022). Kharkiv: Kharkiv National University of Municipal Economy named after O.M. Beketov, 47-49 [in Ukrainian].

10. Melentsova, O.V. (2018). Transformatsiia instytutu hospodarskykh komunikatsii u tsyfrovii ekonomitsi [Transformation of the Institute of Economic Communications in the Digital Economy]. *Ekonomichna teoriia ta pravo*, 4 (35), 99-110 [in Ukrainian].

11. Ananiev, M.Yu. (2011). Hlobalizatsiia i ekonomichni rozvytok [Globalization and economic development]. *Formuvannia rynkovoï ekonomiky*, 26, 2, 3-14 [in Ukrainian].

12. Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing management*. 14th ed. New Jersey: Prentice Hall.