

ECONOMICS AND MANAGEMENT OF ENTERPRISE

DOI: 10.15587/2706-5448.2024.303323

TOWARDS A SUSTAINABLE SUPPLY CHAIN: CONTRIBUTION TO HOSPITAL WASTE MANAGEMENT IN AN ALGERIAN HOSPITAL

pages 6–14

Rania Berrachedi, Postgraduate Student, Department of Transportation Engineering, Laboratory of Transports and Environment Engineering, Mentouri Brothers University Constantine, Constantine, Algeria, e-mail: mounira.kelilba@student.umc.edu.dz, ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-4730-400X>

Rachid Chaib, Professor, Department of Transportation Engineering, Laboratory of Transports and Environment Engineering, Mentouri Brothers University Constantine, Constantine, Algeria, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8680-1906>

Hafida Kahoul, PhD, Department of Transportation Engineering, Laboratory of Transports and Environment Engineering, Mentouri Brothers University Constantine, Constantine, Algeria, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7580-6218>

Ion Verzea, Professor, Gheorghe Asachi Technical University of Iasi, Iasi, Romania, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5012-2888>

The object of research is medical waste management. Healthcare activities protect health, cure patients and save lives. However, they generate waste that is harmful to public health and the environment. As a result, the management of this healthcare waste is becoming increasingly important in the field of public health and the environment. One of the most problematic places is, poor management of these issues that can put healthcare workers, medical waste workers, patients and their families, and the entire population at risk. On the other hand, poor treatment or inadequate disposal of this waste can also cause risks. From now on, the rational elimination of this pollution is one of the essential conditions for respecting hygiene rules, not only inside establishments, but also in the general environment. In this unfavorable context, we are trying through this contribution to achieve adequate management using reverse logistics practices with the main objective of resolving healthcare waste management problems while taking into account the reality of things in situ. For this purpose, an approach guided by data, carried out directly in the field, by direct contact with the different categories of health personnel interviewed, through findings, observations, audits, questionnaire and knowledge of the causes was used. This approach is based on the audit of compliance with the supply chain in the management of hospital waste in the different departments of the Constantine University Hospital (Algeria). As a result of the research it is shown that the situation is very poor given that the logistics chain is completely faulty or no step is respected. Thus, the least respected stage is storage, where no service exceeds 25 %, this is due to the fact that no clinic has an intermediate waste storage area. And the most respected is treatment stage that does not exceed 75 %. This allowed to detect the inadequacies recorded at the level of the study establishment, and even improvements are suggested for sustainable management of healthcare waste at the level of Algerian health establishments.

Keywords: healthcare waste management, public health, priority preventive actions, reverse logistics, risk management.

References

1. *Medical waste management manual* (2011). International Committee of the Red Cross (ICRC). Geneva.
2. Ahcene, A., Rachid, C., Rabeh, K. (2022). Attitude and cultural level of the health staff on hospital waste management system: a case study of UHC Constantine-Algeria. *International Journal of Environment and Waste Management*, 30 (3), 252. doi: <https://doi.org/10.1504/ijewm.2022.10053291>
3. Vaught, L. (2018). *Medical waste disposal and the importance of color coding*. Available at: <https://www.medsharps.com/medicalwaste-disposal-and-the-importance-of-color-coding>
4. Taleb, M., Bouzerara, R., Chaib, R. (2022). Contribution to the Evaluation of the Influence of the Health Epidemic on the Quality of Life at Work (QWL): a Case Study. *Polish Journal of Environmental Studies*, 31 (6), 5229–5239. doi: <https://doi.org/10.15244/pjoes/150018>
5. Chaib, R., Akni, A. (2020). Hospital waste: effects on public health and environment. *International Journal of Environment and Waste Management*, 26 (3), 349–361. doi: <https://doi.org/10.1504/ijewm.2020.10028734>
6. Govindan, K., Nosrati-Abarghoee, S., Nasiri, M. M., Jolai, F. (2022). Green reverse logistics network design for medical waste management: A circular economy transition through case approach. *Journal of Environmental Management*, 322, 115888. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2022.115888>
7. Kargar, S., Pourmehdi, M., Paydar, M. M. (2020). Reverse logistics network design for medical waste management in the epidemic outbreak of the novel coronavirus (COVID-19). *Science of the Total Environment*, 746, 141183. doi: <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.141183>
8. Luo, X., Liao, W. (2022). Collaborative Reverse Logistics Network for Infectious Medical Waste Management during the COVID-19 Outbreak. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19 (15), 9735. doi: <https://doi.org/10.3390/ijerph19159735>
9. Khan, M. T., Shah, I. A., Ihsanullah, I., Naushad, Mu., Ali, S., Shah, S. H. A., Mohammad, A. W. (2021). Hospital wastewater as a source of environmental contamination: An overview of management practices, environmental risks, and treatment processes. *Journal of Water Process Engineering*, 41, 101990. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jwpe.2021.101990>
10. Odonkor, S. T., Mahami, T. (2020). Healthcare waste management in Ghanaian hospitals: Associated public health and environmental challenges. *Waste Management & Research*, 38 (8), 831–839. doi: <https://doi.org/10.1177/0734242x20914748>
11. Ali, M., Wang, W., Chaudhry, N., Geng, Y. (2017). Hospital waste management in developing countries: A mini review. *Waste Management & Research: The Journal for a Sustainable Circular Economy*, 35 (6), 581–592. doi: <https://doi.org/10.1177/0734242x17691344>
12. Mol, M. P. G., Zolnikov, T. R., Neves, A. C., dos Santos, G. R., Tolentino, J. L. L., de Vasconcelos Barros, R. T., Heller, L. (2022). Healthcare waste generation in hospitals per continent: a systematic review. *Environmental Science and Pollution Research*, 29 (28), 42466–42475. doi: <https://doi.org/10.1007/s11356-022-19995-1>
13. Janik-Karpinska, E., Brancaloni, R., Niemcewicz, M., Wojtas, W., Foco, M., Podogrocki, M., Bijak, M. (2023). Healthcare Waste – A Serious Problem for Global Health. *Healthcare*, 11 (2), 242. doi: <https://doi.org/10.3390/healthcare11020242>

14. Parida, V. K., Sikarwar, D., Majumder, A., Gupta, A. K. (2022). An assessment of hospital wastewater and biomedical waste generation, existing legislations, risk assessment, treatment processes, and scenario during COVID-19. *Journal of Environmental Management*, 308, 114609. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2022.114609>
15. *National Health Care Waste Management Plan PNGDSM 2010-2014, E4375* (2010). World Health Organization.
16. Andeobu, L. (2023). Medical Waste and Its Management. *The Palgrave Handbook of Global Sustainability*. Cham: Springer International Publishing, 761–789. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-031-01949-4_53
17. Sanito, R. C., Bernuy-Zumaeta, M., You, S.-J., Wang, Y.-F. (2022). A review on vitrification technologies of hazardous waste. *Journal of Environmental Management*, 316, 115243. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2022.115243>
18. Samant, M., Pandey, S. C., Pandey, A. (2018). Impact of hazardous waste material on environment and their management strategies. *Microbial biotechnology in environmental monitoring and cleanup*. IGI Global, 175–192. doi: <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-3126-5.ch011>
19. *Limiter les risques, c'est possible, les déchets dangereux des ménages* (2008). ADEME, 6288.
20. *Guidelines for establishing national waste management strategies: Moving from Challenges to Opportunities* (2013). United Nations Environment Programme.
21. Hammadi, N. (2009). *Enquête sur la gestion des déchets hospitaliers: La bombe à retardement*. Liberté.
22. Das, A. K., Islam, Md. N., Billah, Md. M., Sarker, A. (2021). COVID-19 pandemic and healthcare solid waste management strategy – A mini-review. *Science of The Total Environment*, 778, 146220. doi: <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.146220>
23. Ranjbari, M., Shams Esfandabadi, Z., Shevchenko, T., Chassagnon-Haned, N., Peng, W., Tabatabaei, M., Aghbashlo, M. (2022). Mapping healthcare waste management research: Past evolution, current challenges, and future perspectives towards a circular economy transition. *Journal of Hazardous Materials*, 422, 126724. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jhazmat.2021.126724>
24. Ansari, M., Ehrampoush, M. H., Farzadkia, M., Ahmadi, E. (2019). Dynamic assessment of economic and environmental performance index and generation, composition, environmental and human health risks of hospital solid waste in developing countries; A state of the art of review. *Environment International*, 132, 105073. doi: <https://doi.org/10.1016/j.envint.2019.105073>
25. Mustafa, M., Lahu, A. (2022). Hospital waste and their impact on environmental pollution and human health. *International Journal of Ecosystems and Ecology Science (IJEES)*, 12 (4), 143–150. doi: <https://doi.org/10.31407/ijeec.12.417>
26. Singh, N., Ogunseitan, O. A., Tang, Y. (2021). Medical waste: Current challenges and future opportunities for sustainable management. *Critical Reviews in Environmental Science and Technology*, 52 (11), 2000–2022. doi: <https://doi.org/10.1080/10643389.2021.1885325>
27. Zamparas, M., Kapsalis, V. C., Kyriakopoulos, G. L., Aravossis, K. G., Kanteraki, A. E., Vantarakis, A., Kalavrouziotis, I. K. (2019). Medical waste management and environmental assessment in the Rio University Hospital, Western Greece. *Sustainable Chemistry and Pharmacy*, 13, 100163. doi: <https://doi.org/10.1016/j.scp.2019.100163>
28. Benard, R., Dulle, F. (2017). Application of ICT tools in communicating information and knowledge to artisanal fishermen communities in Zanzibar. *Knowledge Management & E-Learning: An International Journal*, 9 (2), 239–253. doi: <https://doi.org/10.34105/j.kmel.2017.09.014>
29. Jensen, M. B., Johnson, B., Lorenz, E., Lundvall, B. Å. (2007). Forms of knowledge and modes of innovation. *Research Policy*, 36 (5), 680–693. doi: <https://doi.org/10.1016/j.respol.2007.01.006>
30. Berkenkotter, C., Huckin, T. N. (2016). *Genre knowledge in disciplinary communication: Cognition/culture/power*. Routledge, 208. doi: <https://doi.org/10.4324/9781315538747>
31. Paletz, S. B. F., Peng, K. (2009). Problem Finding and Contradiction: Examining the Relationship Between Naive Dialectical Thinking, Ethnicity, and Creativity. *Creativity Research Journal*, 21 (2-3), 139–151. doi: <https://doi.org/10.1080/10400410902858683>
32. Kincheloe, J. L., McLaren, P., Steinberg, S. R. (2011). *Critical pedagogy and qualitative research*. The SAGE handbook of qualitative research.

DOI: 10.15587/2706-5448.2024.307356

DEVELOPMENT OF MANAGERIAL ECONOMICS AS A COMPONENT OF ECONOMIC THEORY

pages 15–20

Tetiana Ostapenko, PhD, Associate Professor, Department of Management of Foreign Economic Activity of Enterprises, National Aviation University, Kyiv, Ukraine, e-mail: ostapenko@ukr.net, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2032-1365>

The object of research is managerial economics, which is considered as a component of economic theory. The scientific problem is that there are such concepts as management and managerial economics, which are tangential and somewhat overlapping. Managerial economics is included in the structure of the economic system as a separate component. It is also proven that managerial economics is a systemic entity and has the following levels: global, macro-, meso-, micro- and nano-. The study defined these levels and outlined the use of the global (international) and macro levels. Analysis of these categories is necessary for understanding the governance and governance conditions of global and national economies. The essence of the obtained results is that the existing system of managing international relations is inflexible and difficult to solve the global problems of humanity. And the management of national economies must correspond to the strategic development plans of a particular nation. These obtained results can be explained by the immobility of management structures and the need to revise the global economic order. At the state level, there should be levers for regulating economic relations.

It was noted in the work that society is a set of people united at a certain stage of historical development by one or another economic relations that determine all other social relations. The economic life of society consists of various phenomena and processes, the essence of which must be sought in social production. The concept of «managerial economics» is often used to characterize the regulation of social production. There are different approaches to defining the content of managerial economics. First, managerial economy is considered as regulation by a set of industries and types of material production. Secondly, a system of regulation of productive forces and production relations is usually associated with managerial economics. Thirdly, managerial economics regulates the conditions for achieving equilibrium and cyclicity of social production.

Keywords: managerial economics, system of managerial economics, international relations, macro level of economic relations.

References

1. Maier, D. M., Raukh, D. E.; Filipenko, A. (Ed.) (2003). *Osnovni problemy ekonomiky rozvytku*. Kyiv: Vyd-vo «Lybid», 684.
2. Bykova, V. H. (2008). *Otsinka upravlinnia ta finansovo-ekonomichnym potentsialom pidpriemstv zahalnodержavnogo znachennia*. Dnipropetrovsk: Nauka i osvita, 108.
3. Verkhohliadova, N. I., Ivannikova, N. A., Lavrinchenko, O. V. (2007). *Upravlinnia trudovym potentsialom pidpriemstv 6 monohrafiia*. Dnipropetrovsk: Porohy, 284.
4. Hlovkova, L. S. (2009). *Sukupnyi ekonomichnyi potentsial korporatsii: formuvannia ta rozvytok*. Zaporizhzhia: Vyd-vo KPU, 340.
5. Hryhoriava, L. V. (2011). *Formuvannia struktury marketynhovoho potentsialu pidpriemstv lehkoi promyslovosti*. Ternopil: TzOV «Ternohraf», 344.
6. Hudzynskyi, O. D., Sudomyr, S. M., Hurenko, T. O. (2010). *Upravlinnia formuvanniam konkurentospromozhnogo potentsialu pidpriemstva (teoretyko-metodolohichnyi aspekt)*. Kyiv: IPZ DSZU, 212.
7. Shubalyi, O. (2023). Transformatsiia pryntsyviv povedinkovoi ta upravlinskoi ekonomiky v umovakh viiny, yevrointehratsii ta adaptatsii zmin klamatu. *Ekonomichnyi forum*, 1 (3), 40–47. doi: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2023-3-5>
8. Kravchenko, M., Holiuk, V. (2022). Management decisions making: essence and current development trends. *Economy and Society*, 40, 37–40. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-37>
9. Fahrurrozi, M. (2021). Managerial Economics s\in Managerial Decision Making. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 12 (5/11), 69–77.
10. Samuelson, I., Marks, G., Zagorsky, J. (2021). *Managerial Economics*. Hoboken: Wiley, 365.
11. Storoianska, I. Z., Benovska, L. Ya. (2022). Povedinkovi faktory u pryiniatti finansovo-ekonomichnykh rishen subiektamy ekonomiky v umovakh nevyznachenosti. *Finansy Ukrainy*, 6, 112–128.
12. Bitiuk, I. (2023). National economic interests: principles of management diagnostics of the economic security of the country in the conditions of the information economy. *Entrepreneurship and Trade*, 38, 13–18. <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2023-38-02>
13. Khmarska, I., Kucheriava, K., Klimova, I. (2022). Features of the post-war recovery of the economy of Ukraine. *Economy and Society*, 42. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-31>
14. Koliadenko, C. B. (2023). National Economic Interests of Ukraine: Concepts of Changes in the Information Economy and Activation of Regional Cluster Formation. *Problems of Modern Transformations. Series: Economics and Management*, 9, 23–31. doi: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-9-03-08>
15. Finahina, O., Buriak, E., Zaporozhets, O. (2021). Klastrena polityka Ukrainy: tsilovi interesy rehioniv ta rozvytok upravlinskoho sere-dovyshcha. *Zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho derzhavnogo tekhnolohichnogo universytetu. Seriya Ekonomichni nauky*, 62 (1), 70–79.

DOI: 10.15587/2706-5448.2024.307653

MODELING THE DESIGN OF MARKETING RESEARCH OF THE BRANDS' SOCIAL RESPONSIBILITY

pages 21–24

Liubov Vasylyshyna, PhD, Associate Professor, Department of Marketing, State University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine, e-mail: lvasylyshyna@knu.edu.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8025-7786>

Kateryna Yahelska, Doctor of Economic Sciences, Professor, Department of Marketing, State University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3760-003X>

The object of the research is the brands' social responsibility. The process of marketing research on the brands' social responsibility is considered. The phenomenon of brands' social responsibility has been studied and the need for a detailed study of its directions has been proven. The influence of socially responsible actions of brands on increasing their level of awareness and loyalty is substantiated. Trends in the development of brands' social responsibility at the current stage have been determined. It has been established that the brands' social responsibility is related to environmental initiatives, social justice, ethical responsibility, sponsorship and charity, economic responsibility, and the implementation of innovations. The directions of brands' social responsibility are characterized on the example of companies Johnson&Johnson, Google and Coca-Cola, which are primarily related to environmental initiatives. The most popular areas of brands' social responsibility have been established by means of a survey, which gives grounds for asserting the priority of environmental initiatives, sponsorship and charity. Attention is focused on the role of marketing research in the brands' social responsibility. The main types of marketing research design are characterized – exploratory, evaluative and reproducible. A structural model of marketing research on the brands' social responsibility is proposed. This model takes into account all stages of the process of researching the brands' social responsibility – from the conditions for the implementation of social initiatives to the formation of the strategy of brands' social responsibility. The practical value of the proposed model of marketing research on the brands' social responsibility will allow to study social initiatives more deeply and in detail and choose the most priority ones. This, in turn, will create prerequisites for increasing brand loyalty and forming an effective communication strategy.

Keywords: marketing research, brand social responsibility, communication strategy, company image, consumer behavior.

References

1. *Top-10 sotsial'no vidpovidal'nykh kompanii* (2023). Available at: <https://farmak.ua/publication/top-10-sotsialno-vidpovidalnih-kompanij/>
2. Sawant, N., Naik, S. (2022). Impact of Corporate Social Responsibility Activities Communicating About a Brand. *International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology*, 10 (12), 1645–1653. doi: <https://doi.org/10.22214/ijraset.2022.48310>
3. Sornaganesh, V. (2022). Social Responsibility of Corporate in Boosting Brand Image of an Organisation. *Technoarete Journal on Accounting and Finance*, 1 (1), 16–19. doi: <https://doi.org/10.36647/tjaf/01.01.a004>
4. Tan, P. L., Rasoolimanesh, S. M., Manickam, G. (2022). How corporate social responsibility affects brand equity and loyalty? A comparison between private and public universities. *Heliyon*, 8 (4), e09266. doi: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09266>
5. Araújo, J., Pereira, I. V., Santos, J. D. (2023). The Effect of Corporate Social Responsibility on Brand Image and Brand Equity and Its Impact on Consumer Satisfaction. *Administrative Sciences*, 13 (5), 118. doi: <https://doi.org/10.3390/admsci13050118>
6. Fatma, M., Khan, I. (2023). Corporate Social Responsibility and Brand Advocacy among Consumers: The Mediating Role of Brand

Trust. *Sustainability*, 15 (3), 2777. doi: <https://doi.org/10.3390/su15032777>

7. Fisenko, T., Baliun, O. (2022). Social responsibility of brands in Ukraine (on the basis of sports events organizing). *Printing Horizon*, 1 (11), 155–179. doi: [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2022.1\(11\).261724](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2022.1(11).261724)
8. Yevtushenko, V. (2021). Diagnostic technique of social responsibility of ukrainian companies. *Actual Problems of Economics*, 4 (238), 49–69. doi: <https://doi.org/10.32752/1993-6788-2021-1-238-49-69>
9. Grohmann, B., Bodur, H. O. (2014). Brand Social Responsibility: Conceptualization, Measurement, and Outcomes. *Journal of Business Ethics*, 131 (2), 375–399. doi: <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2279-4>
10. Zvonar, V. P. (2018). *Sotsialna vidpovidalnist yak sotsioekonomichnyi fenomen: teoriia ta ukraïnski realii*. Kyiv: Instytut demohrafii ta sotsialnykh doslidzhen imeni M. V. Ptukhy NAN Ukrainy, 288.
11. Kuzmin, O., Stanasyuk, N., Ugolkova, O. (2021). Social responsibility of business: concepts, typology and formation factors. *Management and Entrepreneurship in Ukraine: The Stages of Formation and Problems of Development*, 2 (6), 56–64. doi: <https://doi.org/10.23939/smeu2021.02.056>
12. Chervinska, N. (2022). *Building a Purpose-Driven Brand: Top Strategies and Insights*. Available at: <https://blog.depositphotos.com/ua/yak-rozvyvaty-sotsialno-vidpovidalnyj-brend.html>
13. Pylypiuk, S. (2019). *Yak i navishcho brendy staiut sotsialno vidpovidalnymi*. Available at: <https://www.redbull.com/ua-uk/social-responsibility-proshak>
14. 16 Brands Doing Corporate Social Responsibility Successfully (2024). *Digital Marketing Institute*. Available at: <https://digital-marketinginstitute.com/blog/corporate-16-brands-doing-corporate-social-responsibility-successfully>
15. Pamplona, F. (2022). *Typy doslidnytskoho dyzainu: ohliad*. Available at: <https://mindthegraph.com/blog/uk/типи-дослідницького-проекування/>
16. *Typy dyzain doslidzhen, yaki varto znaty kozhnomu dyzaineru* (2022). Available at: <https://wezom.com.ua/ua/blog/typy-dizajn-issledovaniy-kotorye-sleduet-znat-kazhdomu-dizajneru>
17. Yahelska, K., Vasylyshyna, L., Shkurov, Y. (2023). Development of information and communication technologies to study consumer behavior in the process of brand management. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 3 (13 (123)), 34–41. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2023.279615>
18. Chervinska, L., Chervinska, T., Kalina, I., Koval, M., Shulyar, N., Chernyshov, O. (2023). Social responsibility of business in times of war. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 6 (53), 405–416. doi: <https://doi.org/10.55643/fcaptop.6.53.2023.4187>

DOI: 10.15587/2706-5448.2024.307797

DETERMINATION OF THE IMPACT OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE SYSTEM OF STRATEGIC MANAGEMENT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

pages 25–32

Zarina Poberezhna, Doctor of Economic Sciences, Professor, Department of Economics and Business Technologies, National Aviation University, Kyiv, Ukraine, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6245-038X>, e-mail: zarina_zw@ukr.net

Oleksandr Trukhan, PhD, Associate Professor, Department of Management and Administration, Zhytomyr Institute PJSC «Higher

Educational Institution «MAUP», Zhytomyr, Ukraine, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7986-0297>

Arkadii Bileush, Postgraduate Student, Department of Management and Administration, Zhytomyr Institute PJSC «Higher Educational Institution «MAUP», Zhytomyr, Ukraine, ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-6814-8362>

Anton Kniaziev, Postgraduate Student, Department of Management, Public Administration and Administration, State University of Infrastructure and Technologies, Kyiv, Ukraine, ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-4158-7819>

The object of research is the process of using innovative technologies in the system of strategic management of social responsibility of enterprises. The main problem solved during the research was the need for a more effective integration of the principles of social responsibility in the business strategy, which will help enterprises to adapt to the global challenges and demands of modern society. The study of new technological approaches in this area allowed to identify the most effective tools for increasing transparency, responsibility and sustainable development of companies. As a result of the conducted research, the content of the concept «innovative technologies in the system of strategic management of social responsibility of enterprises» was clarified, which is proposed to be understood as a modern approach to the integration of technological innovations into strategic management, aimed at improving the social indicators of the enterprise. These technologies are found to include a wide range of tools such as Big Data, Artificial Intelligence (AI), Internet of Things (IoT), Blockchain, and others that help businesses effectively implement and monitor social programs and initiatives. It is substantiated that the use of innovative digital technologies in the system of strategic management of social responsibility of enterprises opens wide opportunities and generates significant advantages. Namely, increasing transparency and openness; optimization of resources and costs; increasing internal efficiency; strengthening of reputation and brand; automation of enterprise processes; innovativeness and competitive advantages; stimulating innovation. A model for determining the relationship between the level of profitability of enterprises by type: large, medium, and small enterprises and by the number of employees and their labor costs is proposed, which allows to establish the required number of employees for each type of enterprise. This enables the enterprise to function effectively, reducing labor costs, but not reducing the positive impact on supporting the social sector of the population, creating jobs and remaining a socially responsible enterprise. The possibility of using the latest digital technologies in the social responsibility management of enterprises is summarized.

Keywords: social responsibility, strategic management, innovative technologies, information technologies, digitalization of strategic management.

References

1. Filippova, S. V. (2017). Social responsibility in the management strategy of a domestic enterprise: problematic issues of mechanism integration. *Economics: time realities*, 2 (30), 5–17.
2. Antokhov, A. A. (2018). Innovative strategies of social responsibility of business. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, 18, 6–10.

3. Khaminich, S. (2023). Innovative management methods in the socially-oriented system of the enterprise. *Eastern Europe: Economy, Business and Management*, 2 (39), 53–60. doi: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.39-9>
4. Kamishnikova, E. (2019). Essence and structure of organizational provision of strategic corporate social responsibility management. *Problems and prospects of economics and management*, 4 (20), 61–69.
5. Pavlyuk, T. I., Havlyuk, E. I. (2023). Sotsialna vidpovidalnist yak skladova stratehii rozvytku biznesu na pidpriemstvakh Ukrainy. *Collection of scientific papers «SCIENTIA». Scientific method: reality and future trends of researching*, 56–58.
6. Nicole, S. J., Lada, S., Ansar, R., Abdul Adis, A.-A., Fook, L. M., Chekima, B. (2022). Corporate Social Responsibility and Strategic Management: A Bibliometric Analysis. *Sustainability*, 14 (17), 10526. doi: <https://doi.org/10.3390/su141710526>
7. Arefieva, O., Poberezhna, Z., Petrovska, S., Arefiev, S., Kopcha, Y. (2024). Devising approaches to modeling enterprise business processes under conditions of modern digital technologies. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 1 (13 (127)), 69–79. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2024.298143>
8. Heikkurinen, P. (2018). Strategic corporate responsibility: a theory review and synthesis. *Journal of Global Responsibility*, 9 (4), 388–414. doi: <https://doi.org/10.1108/jgr-06-2018-0020>
9. Poberezhna, Z. (2024). Formation of a system for optimizing business processes of aviation enterprises based on their automation. *Proceedings of the 2nd International Workshop on Advances in Civil Aviation Systems Development. ACASD 2024. Lecture Notes in Networks and Systems*, Vol. 992. Cham: Springer, 325–338. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-031-60196-5_24
10. Filyppova, S., Filippov, V. (2020). Social responsibility in strategic enterprise management: key tasks of integration according to the imperatives of sustainable development. *Economics of the Transport Complex*, 35, 177–202. doi: <https://doi.org/10.30977/etk.2225-2304.2020.35.0.177>
11. Martyniuk, O. (2020). The impact of digital technologies on the development of business social responsibility. *Economics: Time Realities*, 4 (50), 78–86. doi: <https://doi.org/10.15276/etr.04.2020.11>
12. Kamishnikova, E. V. (2014). Strategic approach to managing corporate social responsibility of the enterprise. *Teoretychni i praktichni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti*, 1 (10), 81–85.
13. Lingur, L. (2020). Integrated approaches of csr information system formation for small and medium business enterprises. *Economy and Society*, 22. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-38>
14. Tiahunova, N., Tiahunova, Z. (2020). The influence of digital transformation of business on social responsibility of trade enterprises. *Problems of systemic approach in the economy*, 4 (78), 177–183. doi: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-4-24>
15. Smerichevskiy, S., Mykhalchenko, O., Poberezhna, Z., Kryvovyazyuk, I. (2023). Devising a systematic approach to the implementation of innovative technologies to provide the stability of transportation enterprises. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 3 (13 (123)), 6–18. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2023.279100>
16. *State Statistics Service of Ukraine*. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

ECONOMIC CYBERNETICS

DOI: 10.15587/2706-5448.2024.305280

THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND MACHINE LEARNING IN E-COMMERCE MARKETING

pages 33–38

Anton Zhuk, Postgraduate Student, Department of Mathematical Sciences, Zaporizhzhia National University, Zaporizhzhia, Ukraine, e-mail: antonzhuk.ukraine@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-2726-8862>

Oleh Yatskyi, Postgraduate Student, Department of Mathematical Sciences, Zaporizhzhia National University, Zaporizhzhia, Ukraine, ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-4270-2522>

The object of this research is the use of artificial intelligence (AI) and machine learning (ML) in e-commerce marketing strategies. Traditional e-commerce marketing approaches often lack a personalized customer experience and find it difficult to adapt to changing consumer behavior. The integration of artificial intelligence and machine learning offers a solution to these problems, enabling real-time marketing initiatives and data analysis.

Studies have shown that the use of artificial intelligence and machine learning in e-commerce marketing has led to improved customer relationship management, increased operational efficiency, and more customer-centric advertising strategies. In addition, technologies such as visual search, virtual personal shoppers, and real-time product targeting have changed the e-commerce landscape by providing interactive and personalized shopping experiences. Artificial intelligence and machine learning algorithms analyze vast amounts of customer data to

identify patterns, preferences and trends, enabling e-commerce businesses to conduct targeted marketing campaigns and optimize product offerings. Using advanced technologies, companies can streamline operations, increase customer satisfaction and stay ahead of the competition in the digital marketplace. This data suggests that integrating artificial intelligence and machine learning into e-commerce marketing strategies can benefit businesses by improving customer engagement, increasing sales, and gaining a competitive advantage. However, a successful implementation requires access to quality data, a robust AI infrastructure, and ongoing monitoring and optimization to ensure effectiveness and relevance in a dynamic marketplace.

Keywords: artificial intelligence, machine learning, e-commerce marketing, personalized customer experience.

References

1. Fedorko, R. et al. (2022). *Artificial Intelligence and Machine Learning in the Context of E-commerce: A literature Review*. Prešov: University of Presov.
2. Kalia, P. (2021). Artificial Intelligence in E-Commerce. A Business Process Analysis. In *Artificial Intelligence*. CRC Press. doi: <https://doi.org/10.1201/9781003095910-2>
3. Li, J. (2022). E-Commerce Fraud Detection Model by Computer Artificial Intelligence Data Mining. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2022, 1–9. doi: <https://doi.org/10.1155/2022/8783783>
4. Singh, R. (2021). A Study of Artificial Intelligence and E-Commerce Ecosystem – A Customer's Perspective. *International journal of research in engineering, science and management*, 4 (2), 78–87. Available at: <https://journal.ijresm.com/index.php/ijresm/article/view/507>

5. Micu, A., Geru, M., Capatina, A., Constantin, A., Rusu, R., Panait, A. A. (2019). Leveraging e-Commerce Performance through Machine Learning Algorithms. *Annals of Dunarea de Jos University of Galati. Fascicle I. Economics and Applied Informatics*, 25 (2), 162–171. doi: <https://doi.org/10.35219/cai1584040947>
6. Sangeetha, K. (2023). A Study on Artificial Intelligence in E-commerce Industry. *International Journal of Creative Research Thoughts*, 11 (10), 135–167.
7. Soni, D. V. (2020). Emerging roles of Artificial Intelligence in e-commerce. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, 4 (5), 223–225.
8. Khrais, L. T. (2020). Role of Artificial Intelligence in Shaping Consumer Demand in E-Commerce. *Future Internet*, 12 (12), 226. doi: <https://doi.org/10.3390/fi12120226>
9. Kar, R., Haldar, R. (2016). Applying Chatbots to the Internet of Things: Opportunities and Architectural Elements. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 7 (11), 147–154. doi: <https://doi.org/10.14569/ijacsa.2016.071119>
10. Dhavare, U., Kulkarni, U. (2015). Natural Language Processing using Artificial Intelligence. *International Journal of Emerging Trends and Technology in Computer Science*, 4 (2).
11. Gupta, S., Borkar, D., De Mello, C., Patil, S. (2015). An ECommerce website based Chatbot. *International Journal of Computer Science and Information Technology*, 6 (2), 1483–1485.
12. Pannu, A. (2015). Artificial Intelligence and its Application in Different Areas. *Internal Journal of Engineering and Innovation Technology*, 4 (10).

DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE FORCES AND REGIONAL ECONOMY

DOI: 10.15587/2706-5448.2024.307743

SCIENCE PARKS: ANALYSIS OF INTERNATIONAL EXPERIENCE AND DEVELOPMENT PROSPECTS IN UKRAINE

pages 39–46

Viktoriia Prokhorova, Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of Department of Economics and Management, Ukrainian Engineering Pedagogics Academy, Kharkiv, Ukraine, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2552-2131>, e-mail: vkprokhorova@gmail.com

Yuliia Us, PhD, Professor, Department of Economics and Management, Ukrainian Engineering Pedagogics Academy, Kharkiv, Ukraine, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2523-405X>

Boris Yukhnov, PhD, Associate Professor, Department of Economics and Management, Ukrainian Engineering Pedagogics Academy, Kharkiv, Ukraine, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8463-1744>

Serhii Rudas, Assistant, Department of Pedagogy, Methods and Management of Education, Ukrainian Engineering Pedagogics Academy, Kharkiv, Ukraine, ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-4591-5041>

Veronika Slastianykova, Department of Pedagogy, Methods and Management of Education, Ukrainian Engineering Pedagogics Academy, Kharkiv, Ukraine, ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-4491-7054>

The object of the research is the issues related to the creation of science parks in Ukraine at a new level in the process of its post-war reconstruction. In this paper, the main focus is on the analysis of the very concept of «science park» and the experience of some international ones, which are most suitable for the domestic plans for the transformation of the Ukrainian economy and its social infrastructure. Also researched the initiative of the Kharkiv city government to create the so-called «science quarter», which would absorb all the best that exists in the world in the field of science parks, and would have its own «highlight». As a result of this study, it was established that the creation and functioning of science parks is an important component of the modern world economy, which should be given serious attention in the process of post-war transformation of the Ukrainian economy. Moreover, the process of developing a strategy for the construction of such science parks should be started now, without waiting for the end of the war. A good example of this is the start of work on the project to create a science park in Kharkiv called

«Science Quarter» as part of the development of a city recovery plan with the help of specialists from various international organizations, universities, banks and funds. The article analyses the activities of some similar science parks in Poland, which can be used as a guide in this process, and provides recommendations for the improvement and enhancement of certain basic elements of the future Kharkiv science park. As a result, it was concluded that thanks to the hard work of the city authorities with the support of international institutions, active work is being done to develop a city reconstruction strategy at a fundamentally new level in Kharkiv, within which a significant place is given to the implementation of the «Science Quarter» project. The success of the latter will depend not only on the experienced team of specialists implementing this project and the receipt of the necessary funding, but also, first of all, on the success of our defenders in repelling Russian aggression.

Keywords: post-war reconstruction of the country, science parks, «Science Quarter», Kharkiv science park.

References

1. Liashenko, V. I., Zemliankin, A. I., Pidorycheva, I. Yu., Berezhna, T. F. (2012). Perspektyvy rozvytku naukovykh parkiv yak elementiv infrastruktury innovatsiinoho pidpriemnytstva v Ukraini. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy*, 1 (21), 89–109.
2. Petryshyn, H. P., Solan, S. B. (2013). Naukovi parky: funktsionalno-tekhnichni ta terytorialno-prostorovi napriamy rozvytku. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». Seriya: Arkhitektura*, 757, 239–247. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPARX_2013_757_40
3. Pidorycheva, I. Yu. (2017). Naukovi parky: svitova praktyka ta realii pravovoho rehuliuвання yikh diialnosti v Ukraini. *Problemy ta perspektyvy rozvytku naukovykh parkiv Ukrainy*. Kyiv, 66–71.
4. Cherniuk, V. (2016). Naukovi parky v Ukraini – stan ta problemy diialnosti. *Teoriia i praktyka intelektualnoi vlasnosti*, 1, 68–75.
5. Chudaeva, I. B. (2011). Scientific parks: essence, functions and prospects of creation. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, 21.1, 352–361.
6. Pro naukovi parky (2009). *Zakon Ukrainy No. 1563-ІKh. 25.06.2009*. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1563-17#Text> Last accessed: 11.02.2024
7. Liashenko, V., Pidorycheva, I., Buravchenko, S., Stetsenko, O. (2021). Developing Science Parks: Global Experience and Possible Guidelines for the Donbas Region's Innovative Economic Recovery.

- Economic Herald of the Donbas*, 2 (64), 4–26. doi: [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2021-2\(64\)-4-26](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2021-2(64)-4-26)
8. Prysytla, O. (2022). The role of science parks in the formation of the national innovation system. *State and Regions. Series: Economics and Business*, 1 (124), 46–49. doi: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2022-1-7>
 9. Shulikin, D. (2021). Naukovi parky: chy ne vyiniaty palytsi z kolis? *Svit*, 33–34. Available at: <https://svit.kpi.ua/2021/09/13/%D0%BD%D0%B0%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%96-%D0%BF%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B8-%D1%87%D0%B8-%D0%BD%D0%B5-%D0%B2%D0%B8%D0%B9%D0%BD%D1%8F%D1%82%D0%B8-%D0%BF%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%86%D1%96-%D0%B7-%D0%BA%D0%BE/>
 10. Naukovyi kvartal. *Kharkiv Investment Agency*. Available at: <https://kharkivinvest.org/uk/project/science-neighbourhood/> Last accessed: 27.02.2024
 11. Kulish, P. (2024). Biuro Normana Fosteru prezentovalo plan rozvytku naukovykh parkiv u Kharkovi. *Hvara media*. Available at: <https://gwaramedia.com/biuro-normana-fosteru-prezentovalo-plan-rozvytku-naukovykh-parkiv-u-kharkovi/> Last accessed: 23.02.2024
 12. Ihor Terekhov proviv onlain-zustrich z fakhivtsiamy komandy Fosteru (2024). *Ofitsiyni sait Kharkivskoi miskoi rady, miskoho holovy, vykonavchoho komitetu*. Available at: <https://www.city.kharkiv.ua/uk/news/igor-terekhov-proviv-onlayn-zustrich-z-fakhivtsyami-komandi-fosteru--55380.html> Last accessed: 22.02.2024
 13. «Kharkiv: Restart» – prezentatsiia mista dlia investoriv (2023). *Ofitsiyni sait Kharkivskoi miskoi rady, miskoho holovy, vykonavchoho komitetu*. Available at: <https://www.city.kharkiv.ua/uk/news/-54670.html> Last accessed: 27.02.2024
 14. Kharkiv IT Cluster zavital do Ukrainiskoi inzhenerno-pedahohichnoi akademii (2024). *Ofitsiyni sait Kharkiv IT Cluster*. Available at: <https://it-kharkiv.com/kharkiv-it-cluster-zavitav-do-ukrayinskoyi-inzhenerno-pedagogichnoyi-akademiyi/> Last accessed: 08.03.2024

**ECONOMICS AND MANAGEMENT OF ENTERPRISE**

DOI: 10.15587/2706-5448.2024.303323

НА ШЛЯХУ ДО СТАЛОГО ЛАНЦЮГА ПОСТАЧАННЯ: ВНЕСОК У ПОВОДЖЕННЯ З ЛІКАРНЯНИМИ ВІДХОДАМИ В АЛЖИРСЬКІЙ ЛІКАРНІ (стор. 6–14)**Rania Berrachedi, Rachid Chaib, Hafida Kahoul, Ion Verzea**

Об'єктом дослідження є управління медичними відходами. Медична діяльність захищає здоров'я, лікує пацієнтів і рятує життя. Однак при цьому утворюються відходи, які є шкідливими для здоров'я населення та довкілля. Як наслідок, управління цими медичними відходами набуває все більшого значення у сфері охорони здоров'я та навколишнього середовища. Одним з найбільш проблемних місць є погане управління цими питаннями, яке може поставити під загрозу працівників охорони здоров'я, працівників, які займаються медичними відходами, пацієнтів та їхні сім'ї, а також все населення. З іншого боку, неналежне поводження з цими відходами або їх неналежна утилізація також можуть спричинити ризики. Відтепер раціональне усунення цього забруднення є однією з найважливіших умов дотримання правил гігієни не лише всередині закладів, а й у навколишньому середовищі. У цьому несприятливому контексті ми намагаємося за допомогою цього дослідження досягти адекватного управління з використанням практик зворотної логістики з головною метою – вирішити проблеми управління медичними відходами, беручи до уваги реальний стан речей на місці. Для цього було використано підхід, який ґрунтується на даних, отриманих безпосередньо на місцях, шляхом прямого контакту з різними категоріями опитаного медичного персоналу, на основі висновків, спостережень, аудитів, анкетування та знання причин. Цей підхід ґрунтується на аудиті дотримання ланцюга постачання в управлінні лікарняними відходами в різних відділеннях Університетської лікарні Костянтина (Алжир). В результаті дослідження було виявлено, що ситуація є дуже поганою, оскільки логістичний ланцюг є повністю несправним або жоден з етапів не виконується. Так, найменш дотриманим етапом є зберігання, де жодна послуга не перевищує 25 %, це пов'язано з тим, що жодна клініка не має проміжного майданчика для зберігання відходів. А найбільш дотриманим є етап переробки, який не перевищує 75 %. Це дозволило нам виявити недоліки, зафіксовані на рівні досліджуваного закладу, і навіть запропонувати покращення для сталого управління медичними відходами на рівні алжирських закладів охорони здоров'я.

Ключові слова: поводження з медичними відходами, громадське здоров'я, пріоритетні профілактичні заходи, зворотна логістика, управління ризиками.

DOI: 10.15587/2706-5448.2024.307356

РОЗВИТОК УПРАВЛІНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК СКЛАДОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ (стор. 15–20)**Остапенко Т. Г.**

Об'єктом дослідження є управлінська економіка, що розглядається як складова економічної теорії. Науковою проблемою є те, що існують такі поняття, як управління та управлінська економіка, які є дотичними та дещо перетинаються. Управлінська економіка включається до структури економічної системи як окрема складова. Також засвідчено, що управлінська економіка є системним утворенням та має такі рівні: глобальний, макро-, мезо-, мікро- та нано-. У дослідженні проведено визначення цих рівнів та було окреслено використання глобального (міжнародного) та макrorівня. Аналіз цих категорій необхідний для розуміння управління та умов керування глобальною та національною економікою. Сутність отриманих результатів полягає у тому, що існуюча система керування міжнародними відносинами є негнучкою та важкою для вирішення глобальних проблем людства. А управління національними економіками має відповідати стратегічним планам розвитку тієї чи іншої нації. Ці отримані результати можуть бути пояснені неможливістю управлінських структур та потребою перегляду всесвітнього економічного порядку. На рівні держави мають бути важелі для регулювання економічних відносин.

В роботі було зауважено, що суспільство являє собою сукупність людей, об'єднаних на певному ступені історичного розвитку одними чи іншими економічними відносинами, що визначають всі інші суспільні відносини. Економічні життя суспільства складається з різноманітних явищ та процесів, сутність яких необхідно шукати у суспільному виробництві. Поняття «управлінська економіка» часто використовується для характеристики регулювання суспільного виробництва. Існують різні підходи до визначення змісту управлінської економіки. По-перше, управлінська економіка розглядається як регулювання сукупністю галузей та видами матеріального виробництва. По-друге, з управлінською економікою зазвичай асоціюється система регулювання продуктивними силами та виробничими відносинами. По-третє, управлінська економіка регулює умови досягнення рівноваги та циклічності суспільного виробництва.

Ключові слова: управлінська економіка, система управлінської економіки, міжнародні відносини, макrorівень економічних відносин.

DOI: 10.15587/2706-5448.2024.307653

МОДЕЛЮВАННЯ ДИЗАЙНУ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БРЕНДІВ (стор. 21–24)**Василишкіна Л. М., Ягельська К. Ю.**

Об'єктом дослідження є соціальна відповідальність брендів. Розглянуто процес маркетингових досліджень соціальної відповідальності брендів. Досліджено феномен соціальної відповідальності брендів і доведено необхідність детального дослідження її напрямів. Обґрунтовано вплив соціально відповідальних дій брендів на підвищення їх рівня обізнаності і лояльності. Визначено тенденції розвитку соціальної відповідальності брендів на сучасному етапі. Встановлено, що соціальна відповідальність брендів пов'язана з екологічними ініціативами, соціальною справедливістю, етичною відповідальністю, спонсорством та благодійністю, економічною

відповідальністю, впровадженням інновацій. Охарактеризовано напрями соціальної відповідальності брендів на прикладі компаній Johnson&Johnson, Google та Coca-Cola, які, насамперед, пов'язані з екологічними ініціативами. Встановлено найбільш популярні напрями соціальної відповідальності брендів шляхом опитування, що дає підстави стверджувати про пріоритетність екологічних ініціатив, спонсорства та благодійності. Акцентовано увагу на ролі маркетингових досліджень соціальної відповідальності брендів. Охарактеризовано основні типи дизайну маркетингових досліджень – пошукові, оцінювальні та відтворювальні. Запропоновано структурну модель маркетингових досліджень соціальної відповідальності брендів. Дана модель враховує всі етапи процесу дослідження соціальної відповідальності брендів – від умов для впровадження соціальних ініціатив до формування стратегії соціальної відповідальності брендів. Практичне значення запропонованої моделі маркетингових досліджень соціальної відповідальності брендів дозволить більш глибоко та деталізовано вивчати соціальні ініціативи та обирати більш пріоритетні. Це, в свою чергу, створить передумови для підвищення лояльності до брендів і формування ефективної комунікаційної стратегії.

Ключові слова: маркетингові дослідження, соціальна відповідальність бренду, комунікаційна стратегія, імідж компанії, поведінка споживачів.

DOI: 10.15587/2706-5448.2024.307797

ВИЗНАЧЕННЯ ВПЛИВУ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ (стор. 25–32)

Побережна З. М., Трухан О. Л., Білеуш А. І., Князєв А. П.

Об'єктом дослідження обрано процес використання інноваційних технологій в системі стратегічного управління соціальною відповідальністю підприємств. Основна проблема, що вирішувалася в процесі дослідження, полягала в необхідності більш ефективної інтеграції принципів соціальної відповідальності у бізнес-стратегії, що допоможе підприємствам адаптуватися до глобальних викликів та вимог сучасного суспільства. Вивчення нових технологічних підходів в цій сфері дозволило виявити найефективніші інструменти для підвищення прозорості, відповідальності та сталого розвитку компаній. В результаті проведеного дослідження уточнено зміст поняття «інноваційні технології в системі стратегічного управління соціальною відповідальністю підприємств», яке пропонується розуміти, як сучасний підхід до інтеграції технологічних інновацій у стратегічне управління, спрямований на покращення соціальних показників підприємства. Встановлено, що ці технології включають в себе широкий спектр інструментів, таких як Big Data, штучний інтелект (AI), Інтернет речей (IoT), блокчейн та інші, які допомагають підприємствам ефективно впроваджувати та моніторити соціальні програми та ініціативи. Обґрунтовано, що використання інноваційних цифрових технологій у системі стратегічного управління соціальною відповідальністю підприємств відкриває широкі можливості та генерує значні переваги. А саме, підвищення прозорості та відкритості; оптимізація ресурсів та витрат; підвищення внутрішньої ефективності; зміцнення репутації та бренду; автоматизація процесів підприємства; інноваційність та конкурентні переваги; стимулювання інновацій. Запропоновано модель визначення взаємозв'язку між рівнем рентабельності підприємств за видами: великі, середні, малі підприємства та за кількістю найманих працівників, витратами на їх оплату праці, що дозволяє встановити необхідну кількість працівників для кожного виду підприємства. Це дає змогу ефективно функціонувати підприємству, скорочуючи витрати на оплату праці, але не зменшуючи позитивного впливу на підтримку соціального сектору населення, створюючи робочі місця та залишаючись соціально відповідальним підприємством. Узагальнено можливості використання в управлінні соціальною відповідальністю підприємств новітніх цифрових технологій.

Keywords: соціальна відповідальність, стратегічне управління, інноваційні технології, інформаційні технології, цифровізація стратегічного управління.

ECONOMIC CYBERNETICS

DOI: 10.15587/2706-5448.2024.305280

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА МАШИННОГО НАВЧАННЯ В МАРКЕТИНГУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ (стор. 33–38)

Жук А. В., Яцький О. В.

Об'єктом цього дослідження є використання штучного інтелекту (ШІ) та машинного навчання (МН) у маркетингових стратегіях електронної комерції. Традиційним маркетинговим підходом у сфері електронної комерції часто бракує персоналізованого клієнтського досвіду, і їм важко адаптуватися до мінливої поведінки споживачів. Інтеграція штучного інтелекту та машинного навчання пропонує вирішення цих проблем, уможливаючи маркетингові ініціативи в режимі реального часу та аналіз даних.

Дослідження показали, що використання штучного інтелекту та машинного навчання в маркетингу електронної комерції призвело до поліпшення управління взаємовідносинами з клієнтами, підвищення операційної ефективності та більш клієнтоорієнтованих рекламних стратегій. Крім того, такі технології, як візуальний пошук, віртуальні персональні покупці та таргетування товарів у реальному часі, змінили ландшафт електронної комерції, забезпечивши інтерактивний та персоналізований досвід покупок. Алгоритми штучного інтелекту та машинного навчання аналізують величезні обсяги даних про клієнтів для виявлення закономірностей, уподобань і тенденцій, що дозволяє підприємствам електронної комерції проводити цілеспрямовані маркетингові кампанії та оптимізувати товарні пропозиції. Використовуючи передові технології, компанії можуть оптимізувати операції, підвищити рівень задоволеності клієнтів і випередити конкурентів на цифровому ринку. Ці дані свідчать про те, що інтеграція штучного інтелекту та машинного навчання в маркетингові стратегії електронної комерції може принести користь бізнесу, покращивши залучення клієнтів, збільшивши продажі та отримавши конкурентну перевагу. Однак для успішного впровадження потрібен доступ до якісних даних, надійна інфраструктура штучного інтелекту, а також постійний моніторинг та оптимізація для забезпечення ефективності та актуальності на динамічному ринку.

Ключові слова: штучний інтелект, машинне навчання, маркетинг електронної комерції, персоналізований клієнтський досвід.

DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE FORCES AND REGIONAL ECONOMY

DOI: 10.15587/2706-5448.2024.307743

НАУКОВІ ПАРКИ: АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ (стор. 39–46)

Прохорова В. В., Ус Ю. В., Южнов Б. Ю., Рудась С. В., Сластьяникова В. І.

Об'єктом дослідження є питання, які пов'язані зі створенням в Україні на новому рівні наукових парків в процесі її повоєнної відбудови. В даній роботі основну увагу акцентовано на аналізі самого поняття «науковий парк» та досвіду діяльності деяких міжнародних з них, які максимально підходять до вітчизняних планів трансформації української економіки й її соціальної інфраструктури. Також досліджено ініціативу харківської міської влади щодо створення «наукового кварталу», який би вбирав в себе все найкраще, що існує в світі в сфері наукових парків, і мав би свою «родзинку». В результаті цього дослідження констатовано, що створення та функціонування наукових парків є важливою складовою сучасної світової економіки, на що необхідно звернути серйозну увагу в процесі повоєнної трансформації української економіки. І процес розробки стратегії побудови таких наукових парків потрібно починати вже зараз, не чекаючи завершення війни. Гарним прикладом цього є початок роботи над проектом створення у Харкові наукового парку під назвою «Науковий квартал» в рамках розробки за допомогою спеціалістів різних міжнародних організацій, університетів, банків та фондів плану відновлення міста. В роботі проведено аналіз діяльності деяких подібних наукових парків у Польщі, на які можна орієнтуватися в цьому процесі, та надані рекомендації щодо поліпшення та вдосконалення певних базових елементів майбутнього харківського наукового парку. У підсумку зроблено висновок про те, що в Харкові завдяки наполегливій праці міської влади за підтримки міжнародних інституцій проводиться активна робота з розробки стратегії відбудови міста на принципово новому рівні, в рамках якої значне місце відводиться реалізації проекту «Наукового кварталу». Успішність останнього буде залежати не тільки від досвідченої команди фахівців – реалізаторів цього проекту та надходження необхідного фінансування, а й, в першу чергу, від успіхів наших захисників у відбитті російської агресії.

Ключові слова: повоєнна відбудова країни, наукові парки, «Науковий квартал», харківський науковий парк.