

6. Business Process Model and Notation (BPMN). [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: URL: <https://www.omg.org/spec/BPMN/2.0/PDF>.

7. Ovidiu S.Noran. Business Modelling: UML vs IDEF. [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: <https://web.archive.org/web/20060113085843/http://www.cit.gu.edu.au/~noran/Docs/UMLvsIDEF.pdf><https://web.archive.org/web/20060113085843/http://www.cit.gu.edu.au/~noran/Docs/UMLvsIDEF.pdf>

8. Informatsiini tekhnolohii v biznesi. Chastyna 1: Navch. posib. / [Shevchuk I. B., Starukh A. I., Vaskiv O. M. ta in.]; za zah. red. I. B. Shevchuk. Lviv: Vydavnytstvo NNVK «ATB», 2020. 455 s.

9. Ivanchenko N. O., Kudrytska Zh. V., Rekachynska K.V. Biznes-modeli v umovakh tsyfrovyykh transformatsii. [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: URL: http://econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/31_70_3/31_70_3_2/33.pdf

10. Kozak Yu. H. Matematychni metody ta modeli dlia mahistriv z ekonomiky. Praktychni zastosuvannia: navch. posib. / Yu. H. Kozak, V. M. Matskul; M-vo osvity i nauky Ukrainy, Odes. nats. ekon. un-t. — 2-he vyd. — Kyiv: Tsentr uchb. lit., 2017. — 253 s.: rys.,tabl. — Bibliohr.: s. 251–252. — ISBN 978-617-673-492-5.

Стаття надійшла до редакції 18.09.2023.

УДК [339.137.2:005.392-048.34]:330.526.33

JEL Classification: F12, L91, M11, O16

DOI 10.33111/EE.2023.51.KuzmenkoO_HruzinB

O. Kuzmenko

*PhD in Economics, Associate Professor,
Department of Business Economics
and Entrepreneurship,
Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman*

ORCID: 0000-0003-4954-2815

O. M. Кузьменко

*к. е. н., доцент кафедри бізнес-
економіки та підприємництва,
Київський національний
економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

B. Hruzin

*logistics manager of the international
transportation
department LLC «SILPO-FOOD»*

ORCID: 0009-0004-1146-2814

Б. В. Грузін

*менеджер з логістики
відділу міжнародних перевезень,
ТОВ «Сільпо-ФУД»*

ЛОГІСТИЧНА СТРАТЕГІЯ ТА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

АНОТАЦІЯ. У статті розглянуто актуальність підвищення конкурентоспроможності торговельних підприємств і вплив логістики на

цей процес. Досліджено, що логістична стратегія може мінімізувати витрати на постачання та розподіл, зробити компанії більш конкурентоспроможними. Автори наголошують на ролі логістики у взаємодії з постачальниками та вдосконаленні цінової політики. Підкреслено, що в умовах конкуренції рівень обслуговування стає ключовим фактором. Зазначено, що логістика сприяє інтеграції та покращенню взаємодії між функціональними сферами бізнесу. У дослідженні доведено, що вибір оптимальної логістичної стратегії сприяє скороченню витрат і підвищенню якості обслуговування, що сприяє успішному розвитку підприємств на ринку та підвищенню його рівня конкурентоспроможності.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: конкурентоспроможність, логістика, логістична стратегія, управління, торговельне підприємство.

LOGISTICS STRATEGY AND INCREASING THE COMPETITIVENESS OF A TRADE ENTERPRISE

ANNOTATION. The article considers the urgent task of increasing the competitiveness of trade enterprises in the modern market. The authors note that this task is becoming extremely important for domestic entrepreneurs, as competition is intensifying significantly, and the survival of these enterprises requires the improvement of their competitive advantages.

The authors also consider the influence of the logistics strategy on the competitiveness of trade enterprises. It is noted that logistics is a key factor in all activities of these enterprises, and the study of this influence helps to develop effective strategies to increase their competitiveness. In the article, the authors also discuss the importance of improving interaction with suppliers and consumers to optimize logistics processes. Better harmonization of specifications and coordination of pricing can reduce costs and make businesses more competitive, it said.

In this paper, the authors emphasize the importance of optimizing logistics processes at various stages of the supply chain, including effective inventory and distribution management. It is noted that these processes can significantly affect the competitive advantage of enterprises. Through this article, the authors call on enterprises to provide a high level of service as one of the key components of a competitive strategy, because in modern conditions, service plays an important role in meeting the needs of consumers. It is also noted that logistics can integrate and improve interaction between different functional areas of business, which helps to reduce the cost of products and increase the market position of enterprises.

The article concludes with the conclusion that the creation of an effective logistics system helps enterprises to reduce costs and increase profits, as well as to improve service quality and reduce the cost of goods, which are important factors for success in the market.

KEY WORDS: competitiveness, logistics, logistics strategy, management, trade enterprise.

Вступ. Завдання підвищення рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств стає питанням виживання вітчизняних

підприємств. З урахуванням зазначеного вище вирішення питань діагностики, формування та розвитку конкурентоспроможності учасників роздрібного ринку набуває особливої актуальності на сучасному етапі. Оскільки вся діяльність торговельного підприємства прямо чи опосередковано пов'язана з логістичними операціями, то важливо дослідити вплив логістичної стратегії на конкурентоспроможність підприємства торгівлі.

Компанії по всьому світу впливають на економіку, покращуючи відносини з постачальниками та координуючи дії на арені продажів. Покращена взаємодія з постачальниками може мінімізувати витрати на запаси, краща гармонізація специфікацій може мінімізувати потребу в подальшому вдосконаленні продукції постачальників, а краща координація ціноутворення може зробити компанію та її постачальників більш конкурентоспроможними та прибутковими. Економія може бути реалізована на іншому кінці логістичного ланцюга — у процесі розподілу. Відмінності в ефективності розподілу можуть істотно вплинути на загальну цінову перевагу компанії. Висока вартість фізичного зберігання запасів порівняно з низькою вартістю розосередженої доставки дає багатьом компаніям можливість зменшити витрати на виконання за рахунок об'єднання цих запасів. У висококонкурентному сучасному бізнесі логістика починає відігравати одну з головних ролей побутових послуг. На Заході навіть почали використовувати в цьому сенсі термін «логістичні послуги».

Сервіс став важливою частиною маркетингової стратегії західних компаній, ще більше посилюючи взаємодію між логістикою та маркетингом, що є ключовим фактором конкурентоспроможності компаній, адже в умовах жорсткої конкуренції рівень сервісу — головний аргумент для споживачів. У сучасних умовах реалізація конкурентної переваги в сфері послуг полягає в наданні більшої кількості послуг і підвищенні їх якості. Перелічені функції є прямими об'єктами логістичних стратегій. Можна побачити, що логістика має позитивний потенціал для інтеграції, здатна зв'язати та покращити взаємодію між основними функціональними сферами бізнесу, такими як постачання, виробництво, маркетинг, розподіл та організація продажів. Завдяки раціональному управлінню матеріальними ресурсами та запасами готової продукції в процесі постачання, виробництва та збуту логістика допомагає знизити загальну собівартість і ціну готової продукції, тим самим покращуючи ринкову стратегічну позицію підприємства. Логістичні стратегії забезпечують ефективне узгодження обсягів закупівель матеріалів і обсягів виробництва готової продукції з прогнозованими (на основі дослідження ринку) обсягами реалізації.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження логістичної стратегії як ефективного механізму підвищення конкурентоспроможності підприємства торгівлі.

Результати. Логістика відіграє життєво важливу роль у досягненні основної мети регіональної економічної інтеграції та зростання. Потреба в високому рівні обслуговування клієнтів спонукає керівництво до створення добре продуманої та синхронізованої логістичної стратегії, яка максимізує ефективність, акцентує увагу на клієнтах і розповсюджує інформацію в мережі. Підвищення своєчасності розподілу в логістичних мережах неминуче веде до підвищення задоволеності клієнтів. Тому виробничі компанії, які прагнуть бути лідерами в обслуговуванні клієнтів, повинні підтримувати ці види компетенції незалежно від сектору, в якому вони конкурують, а надійні логістичні системи мають вирішальне значення для підтримки високого рівня обслуговування клієнтів.

Важливо також знати деякі проблеми та обмеження, пов'язані з обслуговуванням клієнтів. Bowersox та ін. (2014) розкривають три обмеження: характеристика задоволеності; той факт, що щасливі клієнти не будуть автоматично лояльними постійними клієнтами; а також рішення, що це те, що задовольняє одного клієнта, може не повністю задовольнити іншого [1].

Метою логістики є доставка продукції вчасно та за мінімальних витрат на транспортування, виробництво, збут та упаковку, зберігання. Об'єктом вивчення логістики є матеріальні та інформаційні потоки.

Логістика скорочує період між закупівлями сировини та матеріалів, реалізацією готового продукту споживачеві, забезпечуючи скорочення матеріальних запасів, підвищення та прискорення якості інформаційного потоку, збільшує рівень сервісу на підприємстві. Управління логістичними формами та методами дозволяють скоротити всі види запасів, матеріальних ресурсів у сфері виробництва та продукції, прискорюється оборотність коштів підприємства та знижується собівартість продукції. У разі застосування логістичного підходу, за деякими оцінками, дозволяємо підприємству збільшити прибуток більш ніж на 30 %. У табл. 1 подано властивості логістичної системи.

Вчені розробили логістичні концепції, які успішно застосовуються у багатьох підприємствах. Впровадження цих концепцій дало значну конкурентну перевагу і дозволило стати підприємствам провідними у галузі виробництва.

У зв'язку зі становленням ринкових відносин останнім часом логістика стала широко поширюватися і застосовуватися. Логіс-

тика стала інструментом таких відомих корпорацій як Proctor & Gamble, IBM, Ford Motors, General Motors, Johnson & Johnson і та ін. [2].

Таблиця 1

ВЛАСТИВОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ

Взаємозв'язок елементів	Між елементами логістичної системи існують зв'язки організаційного характеру, технологічні та виробничі зв'язки
Складність	Наявність великої кількості елементів (ланок)
Ієрархічність	Підпорядкованість елементів нижчого рівня елементам вищого рівня
Цілісність	Елементи логістичної системи повинні працювати як єдине ціле для реалізації здатності до об'єднання і спільної роботи
Структурованість	Передбачає наявність певної організації структури логістичної системи, що складається із взаємопов'язаних об'єктів і суб'єктів управління

У наш час ймовірність диференціації продукції за властивостями та якістю скорочується. З цієї причини конкурентна перевага може виникати зі спроможності підприємства за допомогою логістичної діяльності добиватися відмінностей у сегментації ринку, а також змін в економічному оточенні, ринкових вимогах та власних та чужих тактичних маневрах. Політика підприємства, спрямовану отримання доходів від логістичної діяльності, зазвичай веде до збільшення прибутку.

Логістика відповідає таким вимогам, які сприяють підвищенню ефективності роботи компанії, тим самим підвищуючи її конкурентоспроможність:

1. Підтримувати зв'язок між логістикою та корпоративною стратегією. Це перша і найважливіша умова для досягнення логістичними додатками високих прибутків.

2. Удосконалити організацію матеріального обігу. Ця вимога передбачає організацію логістичних операцій у такий спосіб, щоб усі функції, пов'язані з закупівлею, транспортуванням, складуванням, складуванням і продажем, можна було контролювати під егідою однієї бізнес-одиниці.

3. Доступ до необхідної інформації та сучасних технологій її обробки. Наприклад, використання електронних мереж обміну даними зі споживачами може збільшити конкурентоспроможність і частку ринку.

Розроблення логістичної стратегії підприємства передбачає ефективне функціонування його діяльності на перспективу, будучи частиною корпоративної або функціональної стратегії самого підприємства, незалежно від змін зовнішнього середовища. Роль стратегії відображено докладно в зарубіжній науковій літературі, однак стосовно логістики представників єдиної методики розроблення логістичної стратегії не існує.

Кожне підприємство під час її розроблення використовує власні підходи.

Нині в теорії логістики досліджено такі аспекти логістичної стратегії на підприємствах:

1. Визначено поняття «логістична стратегія».
2. Розроблено базові стратегії у логістиці, а також виокремлено специфічні види, такі як «худа» і «динамічна».
3. Встановлено функціональні логістичні стратегії в логістичній системі, наприклад, стратегія закупівель, стратегія постачання, цінові стратегії.

Проведений аналіз розроблення та реалізації логістичної стратегії показав, що методика застосування логістичних стратегій на підприємствах має фрагментарний характер, що підтверджує недостатнє опрацювання алгоритму їх впровадження. Сучасні автори правильно зазначають, що на практиці неможливе застосування якоїсь єдиної логістичної стратегії. Тільки їх сукупність може дати позитивний ефект — збільшення прибутку [4].

Серед логістичних стратегій можна виокремити базові, які широко використовуються на практиці, в бізнесі, у побудові цілісної логістичної системи. Логістичні стратегії визначають ті дії, реалізація яких дасть змогу домогтися необхідних логістичною стратегією показників. Наприклад, для мінімізації загальних логістичних витрат показником може бути «якість логістичного сервісу». Однак чим вищі вимоги споживачів до якості логістичного сервісу, тим вищими мають бути логістичні витрати, що забезпечують цей рівень. Тому природним обмеженням є базовий рівень якості споживчого сервісу. Під час розроблення логістичної стратегії керівництву підприємства необхідно виокремити внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на неї [1]. До внутрішніх факторів належать такі: рівень кваліфікації співробітників, фінансові ресурси, технологія виробництва, маркетинг, постачальники ресурсів та інші, до зовнішніх ринкові умови, конкуренти, науково-технічний прогрес, економічний клімат тощо. Види стратегій та шляхи їх реалізації на торговельних підприємствах зображено в табл. 2.

**ВИДИ СТРАТЕГІЙ ТА ШЛЯХИ ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ
НА ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ**

Стратегії		
Вид стратегії	Стратегія мінімізації загальних логістичних витрат	Стратегія поліпшення якості логістичного сервісу
Шляхи реалізації	1. Скорочення (оптимізація) операційних логістичних витрат в окремих логістичних функціях	1. Поліпшення якості виконання логістичних операцій (транспортування, складування, пакування тощо)
	2. Оптимізація рівня запасів у логістичній системі	2. Логістична підтримка перед- і післяпродажного сервісу
	3. Вибір оптимального варіанта транспортування	3. Створення системи управління якістю логістичного сервісу

Розглянемо логістику як чинник підвищення конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність підприємства визначається за конкурентоспроможністю вироблених товарів.

Конкурентоспроможність характеризує динаміку і можливість пристосування до умов ринкової конкуренції. У разі входу на ринок конкурентоспроможності підприємства залежать від таких умов:

- конкурентоспроможність товарів підприємства на зовнішньому і внутрішньому ринках;
- вигляд виробленого товару;
- ємність ринку;
- легкість доступу ринку;
- однорідність ринку;
- конкурентоспроможність галузі;
- можливість технічних нововведень у галузі;
- конкурентоспроможність країни та регіону.

Існує безліч способів підвищити конкурентоспроможність. Вибір методів підвищення конкурентоспроможності залежить від конкретного підприємства та економічної ситуації, що склалася.

Найпоширенішим методом є розширення лінійки послуг і товарів. Також можливий метод концентрації виробництва родинних видів продукції не більше від одного регіону.

Поняття, конкурентоспроможність досить складне й охоплює кілька різних областей. Відповідно, фактори, що впливають на зміну конкурентоспроможності підприємства, необхідно розглядати у комплексі. Вчені Великобританії з'ясували, що більш ніж

70 % вартості продукту становлять витрати, пов'язані з транспортуванням, зберіганням та упаковкою товару. Усі ці операції забезпечують рух матеріального потоку.

Застосування логістики у сферах виготовлення та обігу допомагає:

- 1) зменшити кількість запасів по всьому шляху руху матеріального потоку;
- 2) зменшити час пересування товарів з логістичного ланцюга;
- 3) знизити витрати на транспорт;
- 4) скоротити витрати ручної праці;
- 5) знизити витрати на операції з вантажем.

За даними дослідження, від 2–5 % у загальних витратах часу, що відводяться на складування та виробничі операції, доставку становлять витрати на часі власного виробництва. Отже, понад 95 % операції відводиться на логістичну діяльність. Тому логістика розглядається як фактор збільшення конкурентоспроможності підприємства. У зв'язку з цим вважається актуальним пошук способу контролю витрат і показників, які найбільш коректно відображають зв'язок логістики з основними економічними та фінансовими індикаторами підприємства [3].

Серед основних факторів конкурентоспроможності підприємства можна виділити такі (рис. 1).

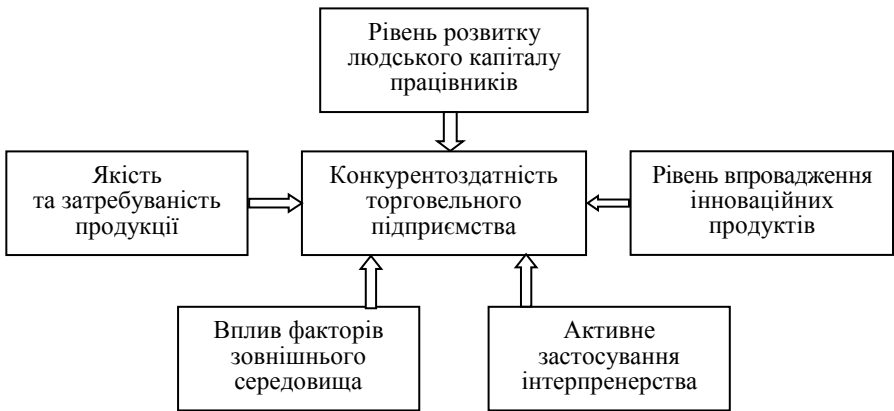


Рис. 1. Фактори конкурентоспроможності підприємства

До конкурентних переваг компанії можна віднести впровадження нових технологій, освоєння нових ринків, використання нового та модернізація існуючого обладнання, інших засобів виробництва, розробка принципово нових або інших методів контролю виробництва, трудового потенціалу та управління продажами [4].

Коли проходить процес становлення конкурентних переваг компанії, його слід коригувати відповідно до принципів актуалізації, цінності, інформаційної забезпеченості, багатоаспектності, незворотності [3].

Звертаючи увагу на принцип цінності, варто зазначити, що він наголошує на оцінці конкурентних переваг відповідно до їх впливу саме на рівень конкурентоспроможності.

Щодо багатоаспектності, тоді зміст цього принципу полягає у багатокритеріальному підході до вибору і реалізації найбільш економічно доцільних переваг.

Наступний принцип — незворотності — полягає у неможливості швидкого усунення небажаних наслідків від помилково прийнятих і взятих у роботу управлінських рішень, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності.

За коригування системи управління конкурентними перевагами відповідає принцип актуалізації, завдяки якому відбувається постійний моніторинг змін у мікро- та макросередовищах та імплементація результатів спостережень до системи.

Зміст принципу інформаційної забезпеченості полягає у відслідковуванні логіки прийняття рішень та контролю за використанням конкурентних переваг відповідно до наявності твердого інформаційного підґрунтя. Базою формування інформації про переваги є усі внутрішні ресурси підприємства, а також інша інформація, яка доступна підприємству.

За умови виконання таких вимог становлення конкурентних переваг компанії повинно бути прискорюючим фактором:

1) функціонування форми відтворення, за якої усі ланки підприємства працюють у рівноцінних умовах (встановлене гармонійне співвідношення власних і залучених інвестицій, а відсоткова ставка зафіксована на позначці не вищій, ніж норматив окупності кредиту);

2) контроль за інвестиційним портфелем та застосування за призначенням тих відтворювальних елементів, що важливі до подальшого реінвестування;

3) підхід до розвитку компаній за принципом соціальної відповідальності, що дозволяє не лише залучати, а й вирощувати висококваліфікований персонал, забезпечувати для останнього достойні умови праці та соціальний захист;

4) заохочення творчого підходу до виконання поставлених завдань та усіляка мотивація у реалізації нестандартних рішень, забезпечення недоторканності інтелектуальної власності державою та стимулювання інноваційного підходу.

Реалізація продукції є початковим етапом становлення конкурентних переваг, а саме — підхід до формування клієнтської бази, умов придбання товарів, оцінка споживчих цінностей товару та рівня задоволеності клієнтів від споживання тим чи тим продуктом.

Коли відбувається аналіз конкурентних переваг, розглядається вплив таких факторів, як напрями розвитку ринків та їх потенціалу; можливості розвитку на даних ринках за умови незмінності факторів, а також оцінка впливу чинників, що можуть змінюватися; прогноз зміни тенденцій розвитку ринків та дій конкурентів; оцінка впливу можливих інновацій на середовище; аналіз рівня задоволеності потреб споживачів і виявлення тих потреб, що ще не були задоволені або на які є доволі великий або прогресуючий попит.

Для оцінки доцільності витрат на захоплення та утримання певної частки ринку необхідно проаналізувати потенціал ринку на предмет привабливості. Це дасть уявлення про вплив на конкурентні переваги під час позиціонування та розвитку компанії на ринку.

Товари та послуги повинні не лише відповідати смакам та потребам споживачів на даний момент, а й задовольняти вимоги споживачів у майбутньому, у такий спосіб зберігаючи довгий час рівень конкурентоспроможності продукту, що виробляється. Задля цього підприємства повинні відслідковувати тенденції розвитку продуктів конкурентів та інновації, що дозволяють покращити запропоновані рішення потреб у майбутньому.

Важливо зазначити, що логістична стратегія повинна бути узгоджена з іншими операційними підходами, а також із загальними характеристиками бізнес-стратегії організації та відповідати критеріям стратегії. Для конкретних компаній, що працюють уздовж ланцюга поставок, необхідно розробити стратегію, яка задовольняє вимоги як споживачів, так і інших партнерів ланцюга поставок [5]. Фактична продуктивність, досягнута за попереднє десятиліття, продуктивність, досягнута завдяки фактично ідентичним операціям у всій компанії, продуктивність, досягнута багатьма іншими компаніями, контрольні показники, прийняті цілі, встановлені в логістичній стратегії, загальні стандарти, а також визнані галузеві стандарти є, безумовно, найзагальнішими. Творцям логістичної стратегії потрібна основа для порівняння національних показників у часі, а також із глобальними аналогами. Така інформація містить ключові фактори ефективності логістики, показники вартості та якості логістичної роботи, а також показники для вимірювання впливу законодавчої та

фінансової реформи в галузі на економічне зростання та індустріалізацію.

Висновки. У цій статті було обґрунтовано, що створення дієвої логістичної системи дає змогу торговельному підприємству скоротити витрати на перевезення продукції та її зберігання, скоротити наявні матеріальні запаси, забезпечити своєчасне надходження сировини на виробництво, скоротити часовий інтервал між придбанням сировини та напівфабрикатів і постачанням готової продукції споживачеві. Логістична система знижує рівень загальних витрат і допомагає отримати максимальний прибуток.

Підвищення якості обслуговування, зниження собівартості на товар дасть змогу підприємству успішно розвиватися в умовах ринкової конкуренції.

Література

1. Bowersox, D. J., & Daugherty, P. J. (1987). Emerging patterns of logistical organization. *Journal of Business Logistics*, 8(1), 46.
2. Carbone, V., Rouquet, A., & Roussat, C. (2018). A typology of logistics at work in collaborative consumption. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 48(6), 570–585.
3. Fernandes, D. W., Moori, R. G., & Filho, V. A. V. (2018). Logistic service quality as a mediator between logistics capabilities and customer satisfaction. *Revista de Gestão*, 25(4), 358–372.
4. Mogaka, C. O., & Arani, W. (2020). Logistics strategy as a competitive tool for firm performance: The moderating effect of customer service effectiveness. *Journal of Sustainable Development of Transport and Logistics*, 5(1), 56–65. doi:10.14254/jsdtl.2020.5-1-6.
5. Шишкін В. О., Бахметова Я. Ю. Перспективи використання логістичної стратегії як умова забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics»*. № 14. (2019). С. 296–300.

References

1. Bowersox, D. J., & Daugherty, P. J. (1987). Emerging patterns of logistical organization. *Journal of Business Logistics*, 8(1), 46.
2. Carbone, V., Rouquet, A., & Roussat, C. (2018). A typology of logistics at work in collaborative consumption. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 48(6), 570–585.
3. Fernandes, D. W., Moori, R. G., & Filho, V. A. V. (2018). Logistic service quality as a mediator between logistics capabilities and customer satisfaction. *Revista de Gestão*, 25(4), 358–372.
4. Mogaka, C. O., & Arani, W. (2020). Logistics strategy as a competitive tool for firm performance: The moderating effect of customer service effectiveness. *Journal of Sustainable Development of Transport and Logistics*, 5(1), 56–65. doi:10.14254/jsdtl.2020.5-1-6.

5. 5. Shishkin V. O., Bakhmetova Y. Yu. Prospects for the use of logistics strategy as a condition for ensuring the competitiveness of the enterprise. «Modern Economics», an electronic scientific publication on economic sciences. No. 14. (2019). P. 296–300.

Стаття надійшла до редакції 01.09.2023.

УДК 336.74:339(447)

JEL Classification E42

DOI 10.33111/EE.2023.51.RaidaO_StanchevaM_PetrenkoL

O. Raida

Master program student of the of Business Economics and Entrepreneurship Department, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

ORCID: 0009-0004-1615-8547

M. Stancheva

Master program student of the of Business Economics and Entrepreneurship Department, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

ORCID: 0006-0797-3181

L. Petrenko

Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of Business Economics and Entrepreneurship Department, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

ORCID: 0000-0001-7851-9644

Райда О. І.

студент магистратури кафедри бізнес-економіки і підприємництва, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Станчева М. В.

студентка магистратури кафедри бізнес-економіки і підприємництва, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Петренко Л. А.

д.е.н., професор, професор кафедри бізнес-економіки та підприємництва, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЙНІНГУ КРИПТОВАЛЮТИ З ВИКОРИСТАННЯМ «ЗЕЛЕНОЇ» ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ

АНОТАЦІЯ. У статті представлено результати аналізу наукових позицій щодо перспектив розвитку майнінгу криптовалюти з використанням «зеленої» електроенергії. Стаття спрямована на оцінку поточних даних про використання електроенергії для майнінгу