

УДК 004.330.341.1:339.13:338.43

П. Г. Перерва,

д. е. н., професор, професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин,
Національний технічний університет "ХПІ"

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6256-9329>

О. П. Косенко,

д. е. н., професор, професор кафедри маркетингу, Національний технічний університет "ХПІ"

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4028-7697>

Т. О. Кобєлева,

д. е. н., професор, професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин,
Національний технічний університет "ХПІ"

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6618-0380>

DOI: 10.32702/2306-6792.2026.9.18

РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМ З КРЕАТИВНО-ІННОВАЦІЙНОЮ СКЛАДОВОЮ В ТОРГІВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ ТА АГРОБІЗНЕСІ

P. Pererva,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Business Economics
and International Economic Relations, National Technical University "KhPI"

O. Kosenko,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Marketing,
National Technical University "KhPI"

T. Kobieliava,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Business Economics
and International Economic Relations, National Technical University "KhPI"

DEVELOPMENT OF INFORMATION SUPPORT FOR SYSTEMS WITH A CREATIVE AND INNOVATIVE COMPONENT IN TRADE ENTREPRENEURSHIP AND AGRIBUSINESS

У статті розглянуто теоретичні та прикладні аспекти розвитку інформаційного забезпечення систем управління з креативно-інноваційною складовою в торговельному підприємстві та агробізнесі в умовах цифровізації економіки. Виявлено ключові проблеми функціонування інформаційного забезпечення, зокрема розпорошеність інформаційних потоків, низький рівень їх інтеграції та недостатню орієнтацію на креативні управлінські рішення. Обґрунтовано напрями розвитку інформаційного забезпечення систем із креативно-інноваційною складовою, реалізація яких сприятиме зростанню конкурентоспроможності, адаптивності та сталого розвитку підприємств торгівлі й аграрного сектору. Запропоновано напрями розвитку інформаційного забезпечення систем із креативно-інноваційною складовою, які передбачають поглиблення цифровізації управління, побудову інтегрованих інформаційних платформ, застосування управлінської аналітики, використання великих даних та впровадження інтелектуальних систем підтримки прийняття рішень. Доведено, що реалізація запропонованих підходів сприятиме підвищенню адаптивності та гнучкості підприємств, активізації інноваційної діяльності, формуванню стійких конкурентних переваг і забезпеченню сталого розвитку торговельного підприємства й агробізнесу в умовах цифрової економіки.

The article provides a comprehensive study of the development of information support for management systems with a creative and innovative component in trade entrepreneurship and agribusiness under the conditions of the digital transformation of the economy. It is substantiated that information support acts as a key integrative element of modern management systems, forming an information base for strategic and operational decision-making, fostering innovation activity, and ensuring enterprises' adaptation to dynamic changes in the external environment. Special attention is paid to the growing role of creativity and innovation as determining factors of competitiveness for enterprises in the trade and agricultural sectors, as well as to the necessity of their systematic information support. Modern approaches to the formation of information support for management are analyzed, particularly in the context of using digital platforms, information and communication technologies, management analytics, and intelligent data processing systems. Specific features of the functioning of information systems in trade entrepreneurship and agribusiness are identified, which are caused by high market competitiveness, seasonality of production processes, dependence on natural and climatic factors, logistics risks, and fluctuations in demand. It is shown that traditional approaches to information support do not fully meet the requirements of the creative and innovative development of enterprises. The main problems in the development of information support for management systems are identified, including the fragmentation of information flows, an insufficient level of integration of internal and external data, limited use of big data analytics, weak orientation of information resources toward supporting creative managerial decisions, and the lack of a systematic approach to the application of innovative digital tools. It is substantiated that these problems restrain the realization of enterprises' innovative potential and reduce the efficiency of management processes. Directions for the development of information support for systems with a creative and innovative component are proposed. These directions include deepening the digitalization of management, building integrated information platforms, applying management analytics, using big data, and implementing intelligent decision support systems in trade entrepreneurship and agribusiness under the conditions of the digital economy.

Ключові слова: інформаційне забезпечення, управління, логістичні процеси, торгівля, мале підприємництво, креативний потенціал, розвиток, агропідприємництво, креативно-інноваційні системи, мережеві структури

Key words: information support, management, logistics processes, trade, small business, creative potential, development, agribusiness entrepreneurship, creative and innovative systems, network structures.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Сучасний етап розвитку економіки характеризується глибокою цифровою трансформацією, яка істотно змінює підходи до управління підприємницькою діяльністю, зокрема у сфері торгівельного підприємництва та агробізнесу [1, 5]. Зростання рівня конкуренції, прискорення інноваційних процесів, підвищення вимог споживачів до якості продукції та сервісу, а також нестабільність зовнішнього середовища зумовлюють необхідність використання нових управлінських інструментів, ключове місце серед яких посідає інформаційне забезпечення систем управління [2, 3, 6]. Саме воно формує інформаційну основу для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, спрямованих на підвищення ефективності й адаптивності бізнесу.

Особливої актуальності набуває розвиток інформаційного забезпечення систем, у яких вагому роль відіграє креативно-інноваційна складова. Креативність у поєднанні з інноваційними підходами дає змогу підприємствам не лише реагувати на зміни ринку, а й випереджати їх, формуючи нові споживчі цінності, бізнес-моделі та канали взаємодії із ринковим середовищем [7, 8]. У торгівельному підприємстві це проявляється у впровадженні цифрових платформ, персоналізованих маркетингових рішень, аналітики великих даних, автоматизації ланцюгів постачання [10]. В агробізнесі — у використанні систем точного землеробства, аграрних інформаційних платформ, інтелектуальних систем моніторингу та прогнозування [11, 120].

Водночас ефективна реалізація креативно-інноваційного потенціалу неможлива без якісно побудованого інформаційного забезпечення, яке інтегрує внутрішні та зовнішні інформа-

ційні потоки, сучасні цифрові технології, аналітичні інструменти й управлінські знання. Недостатня систематизація інформації, фрагментарність інформаційних ресурсів або їхня низька адаптованість до інноваційних процесів істотно знижують результативність управління та інноваційної діяльності підприємств.

Попри значну кількість наукових досліджень, присвячених інформаційному менеджменту та інноваційному розвитку, питання формування та розвитку інформаційного забезпечення саме систем із креативно-інноваційною складовою в торгівельному підприємстві та агробізнесі залишаються недостатньо систематизованими [9]. Це зумовлює необхідність подальшого наукового пошуку, спрямованого на уточнення змісту, структури та механізмів розвитку інформаційного забезпечення в умовах цифровізації економіки.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Аналіз сучасних наукових досліджень свідчить про наявність значного масиву публікацій, присвячених інформаційному забезпеченню інноваційної діяльності підприємств, однак їх результати залишаються фрагментарними щодо поєднання креативно-інноваційної складової в торгівлі та агробізнесі.

Так, у роботі Альошина В. [1] розкрито теоретико-методичні засади інформаційного забезпечення інноваційної діяльності агропромислових підприємств, визначено роль цифрових технологій та штучного інтелекту у трансформації бізнес-моделей, проте недостатньо уваги приділено інтеграції креативних підходів та міжгалузевій взаємодії інформаційних систем.

У дослідженнях [2, 6, 9] обґрунтовано значення інформаційного забезпечення як чинника підвищення ефективності агробізнесу, зокрема через розвиток маркетингової інформації, баз даних і знань, але акцент зроблено переважно на виробничо-збутових аспектах без урахування інноваційно-креативних механізмів управління.

Сільченко В. [3] розглядає інформаційне забезпечення систем управління інноваційною діяльністю аграрних підприємств, визначаючи його функції та структуру, однак у роботі обмежено висвітлено питання цифрової трансформації та використання сучасних інтелектуальних технологій.

У сфері торгівлі дослідження Гриновець М., Кучер Л., Кучер А. [4] та інших авторів [5, 7] присвячені інформаційному забезпеченню

бізнес-процесів і обліку в умовах діджиталізації, де акцент зроблено на автоматизації та програмних рішеннях, але недостатньо розглянуто роль креативних інновацій у формуванні конкурентних переваг торговельних підприємств.

Харченко В. та Харченко Г. [8] досліджують інформаційне забезпечення комерціалізації інноваційних продуктів на основі PESTEL-аналізу, що дозволяє враховувати зовнішнє середовище, проте поза увагою залишається внутрішня креативна складова формування інноваційних рішень. У більш широкому контексті розвитку інноваційних систем агробізнесу (Гончаренко Я., Бакай Ю. [12]) обґрунтовано необхідність формування комплексної системи науково-інформаційного забезпечення, однак питання інтеграції з торговельними мережами та цифровими платформами розглядаються недостатньо.

Сучасні дослідження цифрової трансформації агробізнесу підкреслюють важливість використання інноваційних інформаційних технологій для підвищення ефективності управління та конкурентоспроможності, але вони здебільшого орієнтовані на технологічний аспект і не охоплюють креативно-інноваційні підходи до формування інформаційних систем [6, 7].

У міжнародних дослідженнях значна увага приділяється інтелектуальним системам, онтологічному управлінню знаннями та використанню штучного інтелекту для підтримки інноваційних процесів, однак ці підходи рідко адаптовані до специфіки торговельного підприємства та агробізнесу як взаємопов'язаних сфер [10, 11].

Таким чином, аналіз наукових публікацій свідчить, що, незважаючи на значну кількість досліджень у сфері інформаційного забезпечення інноваційної діяльності, недостатньо розкритими залишаються питання інтеграції креативно-інноваційної складової, міжгалузевій взаємодії торгівлі та агробізнесу, а також використання комплексних цифрових платформ і інтелектуальних систем для підтримки прийняття управлінських рішень. Це обумовлює необхідність подальших досліджень у зазначеному напрямі.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою статті є дослідження теоретико-методичних засад та обґрунтування напрямів розвитку інформаційного забезпечення систем з креативно-інноваційною складовою у торгівлі

вельному підприємстві та агробізнесі з метою підвищення ефективності управлінських рішень,

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

У результаті проведеного дослідження розвитку інформаційного забезпечення систем з креативно-інноваційною складовою в торговельному підприємстві та агробізнесі встановлено, що сучасні трансформаційні процеси в економіці обумовлюють необхідність переходу від фрагментарних інформаційних рішень до інтегрованих цифрових систем, здатних забезпечувати генерацію, обробку та використання

знань у режимі реального часу. Узагальнення теоретичних підходів і результатів емпіричних досліджень дозволило визначити, що ключовою передумовою підвищення ефективності функціонування підприємств є поєднання інформаційного забезпечення з креативними механізмами формування інноваційних рішень, що відповідає положенням, сформульованим в анотації щодо необхідності інтеграції інтелектуальних і цифрових компонентів управління.

Доведено, що інформаційне забезпечення у досліджуваних сферах повинно розглядатися як багаторівнева система, яка включає інфраструктурний, аналітичний та когнітивний рівні (табл. 1).

Таблиця 1. Багаторівнева структура інформаційного забезпечення систем з креативно-інноваційною складовою в торговельному підприємстві

Рівень	Економічна сутність	Значення для галузі	Особливості використання
Торговельне підприємство			
<i>Інфра-структурний</i>	Формує основу інформаційних потоків через цифрові платформи, торговельні IT-системи, мережеві та телекомунікаційні рішення, що забезпечують збір і передачу даних	Забезпечує оперативне отримання інформації про продажі, запаси, попит, поведінку споживачів та логістичні процеси	Характеризується високою динамічністю даних, інтеграцією онлайн- та офлайн-каналів, використанням POS-систем, CRM і електронної комерції
<i>Аналітичний</i>	Забезпечує обробку, систематизацію та аналіз даних із використанням бізнес-аналітики, великих даних і прогнозних моделей	Підвищує обґрунтованість управлінських рішень щодо асортиментної політики, ціноутворення та управління попитом	Орієнтований на аналіз споживчих трендів, персоналізацію пропозицій, прогнозування обсягів продажу
<i>Когнітивний</i>	Перетворює інформацію та результати аналізу в знання для формування креативних управлінських рішень з використанням ШІ та експертних систем	Є ключовим для створення інноваційних бізнес-моделей, нових форматів торгівлі та підвищення конкурентоспроможності	Використовується для розробки інноваційних маркетингових стратегій, управління клієнтським досвідом, автоматизованого прийняття рішень
Агробізнес			
<i>Інфра-структурний</i>	Забезпечує збір і передачу виробничих та природно-кліматичних даних за допомогою сенсорів, GPS, IoT-технологій і цифрових платформ	Створює інформаційну основу для контролю виробничих процесів, ресурсного забезпечення та стану агроєкосистем	Відзначається сезонністю, територіальною розосередженістю та високою залежністю від природних факторів
<i>Аналітичний</i>	Забезпечує аналіз агропродовольчих даних, прогнозування врожайності, оптимізацію витрат і ресурсів	Сприяє підвищенню ефективності використання земельних, матеріальних і фінансових ресурсів	Широко застосовуються інструменти агроаналітики, прогнозні моделі, обробка великих масивів даних
<i>Когнітивний</i>	Орієнтований на трансформацію даних та результатів аналізу в управлінські знання й інноваційні рішення з використанням ШІ й експертних систем	Виступає ключовим для реалізації креативно-інноваційної складової, впровадження точного землеробства та інноваційних агротехнологій	Застосовується для підтримки стратегічного планування, адаптації виробництва до змін клімату та підвищення стійкості агробізнесу

Джерело: авторська розробка.

Інфраструктурний рівень забезпечує збір і передачу даних за допомогою цифрових платформ, сенсорних технологій та мережових рішень; аналітичний рівень передбачає використання інструментів обробки великих даних, бізнес-аналітики та прогнозування; когнітивний рівень орієнтований на підтримку прийняття управлінських рішень із використанням елементів штучного інтелекту та експертних систем. При цьому встановлено, що саме когнітивний рівень є ключовим для реалізації креативно-інноваційної складової, оскільки забезпечує трансформацію даних у знання та інновації.

Обґрунтовано, що в умовах цифровізації економіки торговельне підприємництво та агробізнес дедалі більше інтегруються в єдині ланцюги створення вартості, що вимагає формування спільного інформаційного простору. У ході дослідження виявлено, що існуючі інформаційні системи в цих сферах функціонують переважно ізольовано, що знижує ефективність взаємодії між виробниками, постачальниками та торговельними мережами. Запропоновано підхід до формування інтегрованих інформаційних платформ, які забезпечують синхронізацію даних про виробництво, логістику, запаси та попит, а також створюють передумови для впровадження інноваційних бізнес-моделей, зокрема на основі платформної економіки та сервісів спільного використання.

Економічна сутність запропонованого підходу до розвитку інформаційного забезпечення систем з креативно-інноваційною складовою полягає у трансформації інформації з допоміжного ресурсу управління у ключовий фактор створення вартості, який безпосередньо впливає на формування доходів, оптимізацію витрат і забезпечення довгострокових конкурентних переваг торговельних та аграрних підприємств. На відміну від традиційного розуміння інформаційного забезпечення як інструменту обліку, контролю та підтримки прийняття рішень, у межах запропонованого підходу інформаційні потоки розглядаються як стратегічний актив, що генерує інновації через поєднання даних, знань і креативних компетенцій.

З економічної точки зору запропонований підхід базується на інтеграції трьох взаємопов'язаних компонентів: інформаційного капіталу, інтелектуального (людського) капіталу та цифрової інфраструктури. Інформаційний капітал формується як сукупність даних про ринки, споживачів, виробничі процеси та логістичні ланцюги, що накопичуються

та обробляються у цифрових системах. Інтелектуальний капітал забезпечує інтерпретацію цих даних, формування нових знань і генерацію інноваційних ідей. Цифрова інфраструктура виступає середовищем, у якому відбувається інтеграція та взаємодія зазначених елементів. Саме синергія цих складових створює додану вартість, що проявляється у підвищенні продуктивності, скороченні трансакційних витрат, зростанні швидкості реакції на ринкові зміни та формуванні нових джерел доходів.

Принципово важливою характеристикою підходу є орієнтація на креативно-інноваційний механізм перетворення інформації. Це означає, що інформаційні системи не лише акумулюють та аналізують дані, але й стимулюють створення нових бізнес-моделей, продуктів і сервісів. У торговельному підприємстві це проявляється у розвитку персоналізованих пропозицій, цифрових платформ взаємодії зі споживачами, використанні аналітики поведінки клієнтів. В агробізнесі — у впровадженні точного землеробства, прогнозуванні врожайності, оптимізації логістики постачання та інтеграції з торговельними каналами збуту. Таким чином, економічна сутність підходу полягає у створенні умов для переходу від лінійних моделей створення вартості до мережових, платформних моделей, де ключову роль відіграють інформаційні взаємодії.

Наукова новизна запропонованого підходу полягає, по-перше, у поєднанні інформаційного забезпечення з креативно-інноваційною складовою як єдиної системи, що функціонує не лише на рівні окремого підприємства, але й у межах міжгалузевої взаємодії торгівлі та агробізнесу. На відміну від існуючих досліджень, де ці аспекти розглядаються ізольовано, запропонований підхід передбачає їх інтеграцію у спільному цифровому середовищі. По-друге, новизна полягає у виділенні когнітивного рівня інформаційного забезпечення як ключового елементу, що забезпечує генерацію інновацій через використання інтелектуальних технологій. По-третє, обґрунтовано необхідність переходу до платформної моделі організації інформаційних систем, яка забезпечує відкритість, масштабованість і взаємодію різних учасників ринку.

Відмінність запропонованого підходу від існуючого стану полягає у зміні функціональної ролі інформаційного забезпечення. У традиційних моделях воно виконує переважно сервісну функцію — підтримує облік, контроль і

аналіз. У запропонованій концепції інформаційне забезпечення набуває стратегічного характеру, виступаючи джерелом інновацій та інструментом формування конкурентних переваг. Крім того, на відміну від існуючих підходів, що орієнтовані на внутрішні процеси підприємства, запропонована модель враховує зовнішні інформаційні взаємодії та інтеграцію у глобальні цифрові екосистеми.

Ще однією принциповою відмінністю є акцент на динамічності та адаптивності інформаційних систем. Якщо традиційні системи характеризуються жорсткою структурою та обмеженою гнучкістю, то запропонований підхід передбачає використання модульних цифрових платформ, здатних швидко адаптуватися до змін середовища. Це забезпечує підприємствам можливість оперативно реагувати на виклики, знижувати ризики та використовувати нові можливості для розвитку.

Таким чином, запропонований підхід формує нову парадигму інформаційного забезпечення, у якій інформація, знання та креативність виступають основними драйверами економічного зростання. Його реалізація дозволяє перейти від підтримуючої ролі інформаційних систем до їх активного використання як інструменту створення вартості, що принципо-

во відрізняє його від існуючих підходів і визначає його наукову та практичну значущість.

В результаті проведеного дослідження встановлено, що креативно-інноваційна складова інформаційного забезпечення проявляється у використанні новітніх цифрових технологій, таких як штучний інтелект, машинне навчання, блокчейн та Інтернет речей. Їх застосування дозволяє не лише підвищити точність прогнозування та оптимізувати бізнес-процеси, але й створює можливості для генерації нових продуктів і послуг, формування індивідуалізованих пропозицій для споживачів і підвищення рівня їх залученості. Разом з тим, ефективність впровадження таких технологій значною мірою залежить від рівня розвитку людського капіталу та організаційної культури підприємств, зокрема їх здатності до сприйняття інновацій.

У процесі дослідження визначено основні бар'єри розвитку інформаційного забезпечення в торговельному підприємстві та агробізнесі, серед яких домінують недостатній рівень цифрової інфраструктури, обмежений доступ до фінансових ресурсів, низький рівень цифрових компетенцій персоналу та відсутність ефективних механізмів інтеграції інформаційних систем (табл. 2).

Таблиця 2. Бар'єри розвитку інформаційного забезпечення в торговельному підприємстві та агробізнесі

Назва бар'єру	Економічна сутність	Форма прояву	Методи подолання
<i>Недостатній рівень цифрової інфраструктури</i>	Обмеженість інвестицій у цифрові активи та технологічну базу підприємств	Відсутність сучасних IT-рішень, слабе інтернет-покриття, застаріле програмне забезпечення	Розвиток цифрової інфраструктури, підтримка впровадження сучасних інформаційних технологій
<i>Обмежений доступ до фінансових ресурсів</i>	Недостатні фінансове забезпечення процесів цифровізації та інновацій	Неможливість інвестування в IT-системи, програмні продукти, цифрове обладнання	Стимулювання інноваційної діяльності, удосконалення інституційного середовища, фінансова підтримка
<i>Низький рівень цифрових компетенцій персоналу</i>	Дефіцит людського капіталу з необхідними цифровими знаннями та навичками	Неефективне використання інформаційних систем, опір цифровим змінам	Розвиток цифрових компетенцій, навчання персоналу в межах стратегії цифрової трансформації
<i>Відсутність ефективних механізмів інтеграції інформаційних систем</i>	Низький рівень узгодженості та взаємодії між інформаційними потоками	Фрагментованість даних, дублювання інформації, ускладнення управлінських рішень	Формування комплексної стратегії цифрової трансформації, інтеграція інформаційних систем

Джерело: авторська розробка.

Ефективне подолання, вказаних в табл.2 бар'єрів, можливе тільки за умови формування комплексної стратегії цифрової трансформації, яка передбачає розвиток інституційного середовища, стимулювання інноваційної діяльності та підтримку впровадження сучасних інформаційних технологій.

Обґрунтовано, що важливим результатом розвитку інформаційного забезпечення є підвищення адаптивності підприємств до змін зовнішнього середовища. Встановлено, що використання інтегрованих інформаційних систем дозволяє оперативно реагувати на коливання попиту, зміну ринкових умов і ризики, пов'язані з глобальними викликами, зокрема воєнними та економічними кризами. При цьому креативно-інноваційна складова забезпечує формування нестандартних управлінських рішень, що підвищує конкурентоспроможність підприємств.

Узагальнення результатів дослідження дозволило сформувати концептуальну модель розвитку інформаційного забезпечення систем з креативно-інноваційною складовою, яка базується на принципах інтегрованості, адаптивності, інтелектуалізації та клієнтоорієнтованості. Визначено, що її реалізація сприятиме підвищенню ефективності функціонування торговельних і аграрних підприємств, забезпечить зростання доданої вартості та формування стійких конкурентних переваг.

Таким чином, отримані результати підтверджують положення анотації щодо визначальної ролі інформаційного забезпечення як інструменту розвитку креативно-інноваційних процесів у торговельному підприємстві та агробізнесі. Водночас вони розширюють наукові уявлення про механізми інтеграції цифрових технологій, інформаційних ресурсів і креативного потенціалу підприємств, що створює підґрунтя для подальших досліджень у напрямі формування інтелектуалізованих систем управління в умовах цифрової економіки.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Узагальнюючи результати дослідження, встановлено, що розвиток інформаційного забезпечення систем з креативно-інноваційною складовою є ключовим чинником підвищення ефективності торговельного підприємства та

агробізнесу в умовах цифровізації. Доведено, що відбувається перехід від традиційних інформаційних систем до інтегрованих цифрових платформ, які забезпечують не лише обробку даних, але й формування знань, інноваційних рішень і нових бізнес-моделей.

Обґрунтовано, що економічна ефективність інформаційного забезпечення визначається рівнем його інтеграції з креативно-інноваційними процесами, що дозволяє підприємствам підвищувати гнучкість, адаптивність і конкурентоспроможність. Визначено доцільність розгляду інформаційного забезпечення як стратегічного ресурсу, що поєднує інформаційний, інтелектуальний і цифровий капітал. Встановлено, що важливою умовою є формування єдиного інформаційного простору взаємодії між суб'єктами торгівлі та агробізнесу, що забезпечує узгодженість виробничих, логістичних і збутових процесів. Разом з тим виявлено наявність обмежень, серед яких недостатній рівень цифрової інфраструктури, фрагментарність інформаційних систем і низький рівень цифрових компетенцій. Це зумовлює необхідність комплексного підходу до цифрової трансформації підприємств. Отримані результати підтверджують, що інтеграція креативно-інноваційної складової в інформаційне забезпечення сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємств і формуванню стійких конкурентних переваг.

Подальші дослідження доцільно спрямувати на розробку економіко-математичних моделей оцінювання ефективності інформаційного забезпечення, вивчення механізмів інтеграції підприємств у цифрові платформи, а також дослідження ролі людського капіталу та інституційного середовища у забезпеченні цифрової трансформації.

Література

1. Альошин В. Інформаційне забезпечення аудиту безперервності діяльності агробізнесу в умовах воєнного стану: теоретичні та практичні аспекти // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2025. № 3. С. 108—113. DOI: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3\(2\)-17](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3(2)-17)
2. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с. 401 с.
3. Сільченко В. Трансформація інформаційного забезпечення управління малим агробізнесом в умовах цифровізації: проблемні ас-

пекти та напрями розвитку // Економічний простір. 2026. № 210, с.294—298. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.210.294-298>

4. Гриновець М., Кучер Л., Кучер А. Інформаційне забезпечення рефлексивного управління бізнес-процесами агропідприємств в умовах діджиталізації // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2024. № 2. С. 490—496. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-328-73>

5. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч. посібник для інж.-техн.вузів. Харків: "Основа", 1993. 288 с.

6. Економіка та організація інноваційної діяльності: підруч. / за ред. П.Г.Перерви, С.А.-Меховича, М.І.Погорелова. Харків: НТУ "ХПІ", 2008. 1080 с.

7. Перерва П.Г. Управління інноваційною діяльністю підприємства // Маркетинг: підручник / За ред. О.А.Старостіної. К.: Знання, 2009. С. 461—518.

8. Харченко В., Харченко Г. Інформаційне забезпечення перспективного розвитку аграрного підприємництва // Економіка та суспільство. 2021. № 23. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-23-20>

9. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. The definition of industry park electrical products // Scientific bulletin of Polissia. Part 2. № 3 (11). 2017. P. 43—50. DOI: [https://doi.org/10.25140/10.25140/2410-957620173\(11\)43-50](https://doi.org/10.25140/10.25140/2410-957620173(11)43-50)

10. Pererva, P., Nagy, S. and Maslak, M. (2018), "Organization of marketing activities on the intrapreneurship", MIND Journal, vol. (5). DOI: [10.13140/RG.2.2.17332.10883](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.17332.10883)

11. Kocziszky, G., Pererva, P.G., Szakaly, D. and Somosi Veres, M. (2012), Technology transfer, NTU "KhPI", Kharkiv-Miskolc.

12. Гончаренко Я., Бакай Ю. Актуальні питання законодавчого забезпечення у сфері державної підтримки суб'єктів агробізнесу під час воєнного стану // Аналітично-порівняльне правознавство. 2023. № 1. С. 276—282. DOI: <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2023.01.44>

References:

1. Alyoshyn, V. (2025), "Information support of audit of agribusiness continuity under martial law: theoretical and practical aspects", Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky, vol. 3, pp. 108—113. [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3\(2\)-17](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3(2)-17)

2. Starostina, A.O. (2009), Marketynh: teoriia, svitovyi dosvid, ukrainska praktyka: pidruchnyk

[Marketing: theory, world experience, Ukrainian practice: textbook], Znannia. Kiev, Ukraine.

3. Silchenko, V. (2026), "Transformation of information support for small agribusiness management under digitalization: problem aspects and development directions", Ekonomichniy prostir, vol. 210, pp. 294—298. <https://doi.org/10.30838/EP.210.294-298>

4. Hrynovets, M., Kucher, L. and Kucher, A. (2024), "Information support of reflexive management of business processes of agricultural enterprises under digitalization", Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky, vol. 2, pp. 490—496. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-328-73>

5. Pererva, P.G., Mekhovych, S.A. and Pohorelov, M.I. (2008), Ekonomika ta orhanizatsiia innovatsiinoi diialnosti: pidruchnyk [Economics and organization of innovation activity: textbook], NTU "KhPI", Kharkiv, Ukraine.

6. Pererva, P. G. (1993), Upravlinnia marketynhom na mashynobudivnomu pidpryemstvi [Marketing management at a machine-building enterprise], Osнова, Kharkiv, Ukraine.

7. Pererva, P. G. (2009), "Management of innovation activity of the enterprise", Marketynh [Marketing], Znannia. Kyiv, Ukraine, pp. 461—518.

8. Kharchenko, V. and Kharchenko, H. (2021), "Information support for перспективного development of agrarian entrepreneurship", Ekonomika ta suspilstvo, vol. 23. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-23-20>

9. Kosenko, A.P., Kobieliava, T.O. and Tkachova, N.P. (2017), "The definition of industry park electrical products", Scientific Bulletin of Polissia, vol. 2 (3), pp. 43—50. DOI: [https://doi.org/10.25140/10.25140/2410-957620173\(11\)43-50](https://doi.org/10.25140/10.25140/2410-957620173(11)43-50)

10. Pererva, P., Nagy, S. and Maslak, M. (2018), "Organization of marketing activities on the intrapreneurship", MIND Journal, vol. (5). DOI: [10.13140/RG.2.2.17332.10883](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.17332.10883)

11. Kocziszky, G., Pererva, P.G., Szakaly, D. and Somosi Veres, M. (2012), Technology transfer, NTU "KhPI", Kharkiv-Miskolc.

12. Honcharenko, Ya. and Bakai, Yu. (2023), "Current issues of legislative support in the field of state support of agribusiness entities during martial law", Analitichno-porivnialne pravoznavstvo, vol. 1. <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2023.01.44>

Отримано редакцією журналу / Received: 19.04.26

Процеженовано / Revised: 30.04.26

Дата публікації / Published: 12.05.26