

УДК: 330.341.1:338.24(477)

ВПЛИВ ЕНТРОПІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ГЛОКАЛІЗАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

РЕПІНА Інна¹, ТЕПЛЮК Марія², ДЗЮБА Дмитро³

¹Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
<https://orcid.org/0000-0001-9141-0117>

²Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
<https://orcid.org/0000-0001-6823-336X>

³Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
<https://orcid.org/0009-0005-0691-9522>

У статті розглядаються теоретичні аспекти глокалізації та її вплив на розвиток підприємств в умовах цифровізації. Авторами доведено, що глокалізація як процес інтеграції глобальних і локальних ринків стає ключовим фактором успішного розвитку підприємств, особливо в умовах зростаючої невизначеності та складності функціонування бізнес-організацій, викликаних цифровими трансформаціями. Дослідження фокусується на ентропійних процесах, що супроводжують цифровізацію та її впливом на стратегічне планування, та управління підприємствами, що є актуальним в умовах сьогодення. Розглядаються переваги глокалізаційних стратегій, що дозволяють адаптувати глобальні підходи до специфіки локальних ринків, що сприяє зміцненню конкурентоспроможності підприємств і дає можливість до бізнес-проспериті. Крім того, стаття аналізує глобальні та локальні динаміки, що впливають на розвиток сучасних бізнес-стратегій, та наголошує на важливості адаптації до культурних, соціальних та економічних особливостей різних регіонів, що в сучасних турбулентних умовах є можливістю для розвитку бізнесу. Застосування глокалізаційного підходу сприймається як необхідна умова задля забезпечення сталого розвитку підприємств в епоху цифрової економіки. В умовах цифровізації, ентропія, що збільшується, призводить до зростання рівня невизначеності, що вимагає від підприємств гнучкості та здатності швидко адаптуватися до змін, що в свою чергу наголошує на важливості розробки стратегій, які враховують вплив цифровізації на структуру та динаміку ринку, а також допомагають мінімізувати ризики, пов'язані з ентропійними процесами. Відповідні ринкові запити потребують не тільки адаптації до нових технологічних умов, але й створення стійких бізнес-моделей, здатних ефективно працювати в умовах підвищеної ентропії та постійних цифрових перетворень.

Ключові слова: глокалізація, цифровізація, ентропійні процеси, ринкова інтеграція, стратегічне планування, конкурентоспроможність, локальні ринки, глобальні стратегії, цифрова економіка.

<https://doi.org/10.31891/mdes/2024-12-30>

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

Протягом останніх років саме процеси глобалізації стали ключовим драйвером для розвитку підприємства, має значний вплив на формування ринкового середовища, та є фактором трансформаційних змін у діяльність підприємств. Разом з тим, з бурхливим розвитком технологій та перманентними змінами світової економіки, можна стверджувати, що міжнародні економічні відносини змінюються відносно потреб та пріоритетів підприємств. Наразі суб'єкти господарювання надають більше переваги саме локальним економічним інтересам населення, враховуючи глобальні тренди по всьому світу.

Оскільки, сучасні підприємства функціонують у середовищі, де поєднання глобалізації та локалізації, відоме як глокалізація, стає одним із ключових факторів їх розвитку. Умови глобального ринку вимагають від підприємств гнучкості та адаптивності в умовах ринкової турбулентності, що вимагає перегляду традиційних стратегій менеджменту. На сьогоднішній день, саме цифровізація економіки додає нових викликів, зокрема, збільшує складність та невизначеність бізнес-процесів, що зумовлює зростання ентропії в організаційних системах. Саме в умовах турбулентності ринкового середовища, на перший план виходять ентропійні процеси, а саме: непередбачуваність та хаос, можуть суттєво вплинути на ефективність стратегічного планування та управління підприємствами. Доцільно зазначити, що водночас, глокалізаційний підхід дозволяє адаптувати глобальні стратегії до специфіки локальних ринків, що є важливим фактором виживання та розвитку підприємств в умовах цифрової економіки. Актуальність даної наукової проблематики обумовлена необхідністю дослідження впливу ентропійних процесів на формування та реалізацію глокалізаційних стратегій, що забезпечують підприємствам конкурентні переваги. Вивчення відповідних аспектів дозволить розробити результативні підходи до управління трансформаційними процесами, що сприятиме стабільному розвитку підприємств у цифрову епоху.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Термін «глокалізація» залишається предметом досліджень та концептуального розвитку багатьох науковців, зокрема: Григора О.О., який зробив значний внесок у його визначення та

популяризацію. Хитра О.В. та Терещенко Т.В. досліджували аспекти глокалізації у міжнародному бізнесі, акцентуючи увагу на рушійних силах та синергетичному ефекті від поєднання глобальних і локальних стратегій. Вивчення стратегії соціально-економічного розвитку на рівні держави та регіонів, а також її вплив на конкурентоспроможність територій, було предметом досліджень Пробоїва О.А., який також висвітлив взаємозв'язок між соціальними та економічними компонентами розвитку. У контексті інноваційного розвитку підприємств важливими є дослідження Єрмакової О.А., Шкурупія О.В. та Дейнеки Т.А., які розробили підходи до створення інноваційно-територіальних систем, що враховують глокалізаційний підхід. Крім того, цифровізація як ключовий елемент сучасної економіки відкриває нові можливості для підприємств, але водночас ускладнює управлінські процеси. Впровадження цифрових технологій значно впливає на розвиток підприємств, підсилюючи важливість інтеграції глокалізаційних принципів у їх діяльність. Відповідний фактор стає критичним для адаптації стратегій у цифровому середовищі, що постійно змінюється і перебуває під впливом ентропійних процесів.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою цієї статті є дослідження впливу ентропійних процесів на глокалізаційний розвиток підприємств в умовах цифровізації.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

У сучасних умовах глобальної економіки підприємства стикаються з необхідністю одночасно враховувати глобальні тенденції та специфіку локальних ринків, що спричиняє актуалізацію концепції глокалізації. Саме глокалізація передбачає інтеграцію глобальних стратегій відповідно до місцевих умов, що дозволяє підприємствам не лише зберігати, а й зміцнювати свою конкурентоспроможність на різних ринках.

Однак, стрімкий розвиток цифрових технологій, що викликає глибокі зміни у всіх сферах економічної діяльності, супроводжується зростанням складності та невизначеності, які можна розглядати через призму ентропії. В ході аналізу наукових джерел нами було встановлено, що саме ентропійні процеси, які виникають у результаті цифровізації, підвищують рівень невизначеності у стратегічному управлінні підприємствами, зокрема у питаннях поєднання глобальних та локальних підходів. Відповідні тенденції створюють додаткові виклики для бізнесу, змушуючи підприємства шукати нові підходи до управління та адаптації в умовах цифрової економіки. Водночас, успішне впровадження глокалізаційних стратегій може стати ключовим фактором для забезпечення сталого розвитку підприємств.

Для більш детально розуміння тематики нашого дослідження, зазначимо, що під поняттям «глокалізація» слід розуміти глобальний світогляд, пристосований до локальних умов. Концепція глокалізації має свої витоки з Японії, де вона розвинулася на основі терміну «дочакука», що походить від слова «дочаку», яке означає «жити на своїй землі». Спочатку даний термін описував адаптацію методів ведення сільського господарства до специфічних місцевих умов, а вже в 1980-х роках поняття почало активно застосовуватися в маркетингу, а згодом було запозичене й іншими науковими дисциплінами, зокрема соціологією. Тобто, на нашу думку, під поняттям «глокалізація», не слід розуміти лише як злиття глобального та локального, але і створення адаптованих, місцевих стратегій в умовах глобальних ринків з врахування культурних, економічних та соціальних особливостей різних регіонів.

Останніми роками відбулися значні зміни у глобальному бізнес-середовищі, де саме глокалізація зумовить глобальні тенденції імплементувати на локальних ринках. Це пов'язано із зростанням культурної свідомості споживачів, зміною їх очікувань та вимог, а також з регулюванням національних урядів. Доцільно відзначити, що Глокалізація охоплює дві взаємопов'язані тенденції у світовій економіці:

- уніфікацію - коли представники різних країн, національностей і культур копіюють способи споживання і при цьому формують єдиний попит на товари та послуги.
- Диференціацію - збереження культурних особливостей та національних ідентичностей під впливом мультикультурних змін.

Відповідна діалектика зумовлює постулат, що для задоволення потреб споживачів, транснаціональним компаніям потрібно перш за все орієнтуватися не на загальносвітові стандарти споживання, а на місцеві культурні особливості. Тобто глокалізація має глобальний критерій, але її реалізація в різних регіонах є індивідуальною [1-2].

Здебільшого саме глокалізаційний розвиток підприємства має ряд суттєвих переваг, а саме: дозволяє адаптувати продукцію чи послуги до запитів споживачів тої чи іншої місцевості, а також знижує валютні ризики, та є стійким до всесвітніх економічних криз, оскільки підприємство стає менш залежним від глобальних ринків, та найголовніше підвищує рівень конкурентоспроможності підприємства, оскільки компанія швидше реагує на будь які зміни у ринковому середовищі та пристосовується до них, випереджаючи своїх конкурентів, що надає перевагу та пріоритетність у виборі споживачів.

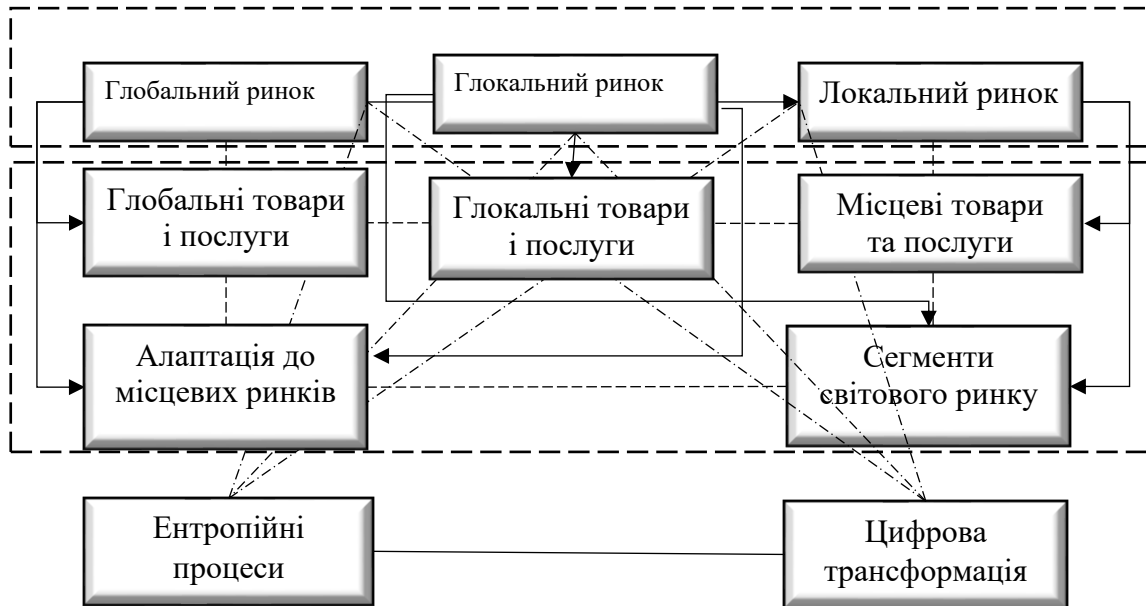


Рис. 1 Інтеграція глобальних і локальних ринків в умовах цифровізації

Джерело: сформовано авторами

Доцільно зазначити, що глокалізація суттєво впливає на стратегії розвитку підприємств в умовах цифровізації, оскільки змушує бізнес адаптувати свої підходи до управління та розвитку з урахуванням культурних і соціальних особливостей не лише на рівні окремих країн, але й локальних територій [3]. У цьому контексті глокалізація перестає бути просто інтеграцією глобальних процесів, а трансформується в багатовимірний підхід, що дозволяє підприємствам адаптувати свої продукти та послуги до місцевих умов, водночас успішно конкуруючи на глобальному рівні. В економічній складовій глокалізації можна виділити три основні напрями досліджень з акцентом на глобальну та локальну динаміку, а саме:

- глобальну економічну картографію (макрорівень);
- аналіз просторового розподілу економічної діяльності (мезорівень);
- вивчення корпоративних стратегій транснаціональних корпорацій (мікрорівень) [4].

Глокалізацію слід аналізувати в контексті функціонування глобальних міст, формування розвитку центрів глобалізації та їх каналів, планування урбанізованих територій, впливу потоків мігрантів та формування діаспор на економіку держави-донора. Якщо розглядати глокалізацію, як управлінську стратегію, то слід виділити такі аспекти, як глобальний продукт, традиційна глокалізація, збут продукції через національні платформи е-комерції, витіснення брендів підробками локального виробництва, тощо. Саме глокальні компанії формуються шляхом подолання ефектів глобалізації, посилення конкуренції, обмеження міжнародної торгівлі та зменшення транспортних, інформаційних витрат. Головна перевага подібних компаній у їх здатності бути так званими «компаніями-хамелеонами», які адаптуються до умов ринку, на якому вони функціонують. Стратегія глокалізації бізнесу характеризує поєднання глобальної і локальної активності компанії, яка спрямована на ефективну конкуренцію і роботу з клієнтами шляхом використання цифрових продуктів в незалежності від того де саме знаходиться потенційний клієнт компанії [5].

Розглянемо основні чинники актуальності використання глокальної стратегії в умовах цифровізації:

- Сучасні ринки характеризуються високим рівнем різноманітності та насиченості, що змушує глобальні компанії постійно шукати нові місцеві можливості. Водночас, місцеві виробники прагнуть виходити на світовий ринок, використовуючи цифрові інструменти для розширення своїх можливостей.

- Глокалізований попит відображає потребу не лише в масових стандартизованих продуктах, але й у продуктах, адаптованих до місцевих споживачів, що особливо актуально в умовах цифрової економіки, де швидка адаптація стає ключовим фактором успіху.

- Зростаючий тренд персоналізації товарів та послуг під впливом цифрових технологій змінює підходи до маркетингу, де індивідуальні уподобання клієнтів визначають стратегії бізнесу, перевершуючи традиційні методи сегментації та таргетування аудиторій.

- Глобальним та місцевим підприємствам необхідно впроваджувати гібридні стратегії конкурентного середовища, оскільки цифровізація та ентропійні процеси підсилюють динамічність конкурентних переваг, змушуючи бізнеси швидко адаптуватися до нових викликів.

- Розвиток інтернету та соціальних мереж значно зменшує географічні обмеження між локальними ринками, посилюючи взаємодію глобальних і локальних стратегій в умовах зростаючої ентропії.

Глокальна стратегія конкуренції набуває особливої важливості, коли глобальні компанії прагнуть виходу на локальні ринки, адаптуючи свої глобальні продукти до специфічних потреб місцевих споживачів. Це адаптування може проявлятися у двох основних аспектах: по-перше, у модифікації глобальних брендів, враховуючи особливості локальних ринків, смакові переваги та вимоги споживачів, а по-друге, у локалізації виробництва продуктів із застосуванням цифрових технологій [6].

Водночас, місцеві виробники, використовуючи свої локальні продукти та цифрові інструменти, прагнуть отримати конкурентні переваги в спеціалізованих сегментах глобального ринку. Глобальні компанії, адаптуючи свої продукти до місцевих умов, стандартизують ключові характеристики своїх товарів, такі як бренд, упаковка, якість та інші споживчі властивості. Однак ці компанії індивідуально визначають цінову політику, розробляють рекламні стратегії, аналізують канали продажу і впроваджують маркетингові комунікації відповідно до специфіки кожного локального ринку. Однією з основних стратегій реалізації глокалізації для глобальних компаній є стратегія глокального маркетингу, яка спрямована на оптимізацію бізнес-процесів компаній, включаючи аналіз потенційних конкурентів і врахування потреб та пріоритетів місцевих споживачів.

Тобто, глобальні та локальні компанії в сучасному світі при сильній диференціації ринків, розробляють та впроваджують глокалізаційну стратегію бізнесу від впливом динамічного конкурентного середовища, що є в край важливим в сучасних умовах цифровізації.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Дослідження показало, що цифровізація суттєво трансформує глокалізаційні стратегії підприємств, та не лише зумовлює можливість адаптації глобальних компаній до місцевих ринків, але й створює нові можливості для персоналізації та інтеграції з локальними умовами. Ентропійні процеси, що виникають в умовах цифровізації, вносять значну невизначеність у стратегічне планування. Підприємства повинні постійно адаптувати свої стратегії, щоб ефективно впоратися з динамічними змінами конкурентного середовища. Глокальна стратегія забезпечує підприємствам можливість успішно конкурувати на глобальному ринку, забезпечуючи баланс між глобальною стандартизацією і локальною адаптацією, що дозволяє компаніям не лише зберігати свою ідентичність, але й відповідати специфічним потребам локальних споживачів. Подальші наукові дослідження можуть зосередитися на вивченні впливу нових цифрових технологій, таких як штучний інтелект та великі дані, на глокалізацію, що дозволить краще зрозуміти, як ці технології змінюють стратегії адаптації та управління на локальних ринках.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Григор, О. О. (2019). Тенденції глобалізаційного та глокалізаційного розвитку. Теорія і практика сучасної економіки: збірник матеріалів XX міжнародної науково-практичної конференції, 22 жовтня 2019 р. (с. 21-23). Черкаси: ЧДТУ. URL:

https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/1611/1/%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%20%D0%95%D0%9F_2019_%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80_21.pdf

2. Єрмакова, О. А. (2022). Програмні заходи інноваційного розвитку підприємництва на засадах глокалізації. Глокалізаційні аспекти інноваційного розвитку економіки: збірник матеріалів всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених, 20 жовтня 2022 р. (с. 24-25). Одеса: ОНЕУ. URL: https://www.researchgate.net/profile/Lesia-Pron-2/publication/366055131_Instrumenti_regionalnoi_innovacijnoi_politiki_v_umovah_decentralizacii/link/s/6488eab57fcc811dcdcca764/Instrumenti-regionalnoi-innovacijnoi-politiki-v-umovah-decentralizacii.pdf#page=24

3. Пробоїв, О. А. (2021). Теоретичні підходи й особливості формування стратегії соціально-економічного розвитку країни через призму регіоналізації та глокалізації. Економічний простір, (165), 44-51. URL: <http://srd.pgasa.dp.ua:8080/bitstream/123456789/5968/1/Proboyiv.pdf> (дата звернення: 13.03.2024).

4. Теплоук, М., Сагайдак, М., Петришина, Т., Фокіна-Мезенцева, К., Фоменко, Б., & Васильєв, І. (2023). Управління відповідальним споживанням та сталим виробництвом підприємства в умовах глокалізації. *Acta Innovations*, (48), 75-91. (дата звернення: 14.03.2024).

5. Хитра, О. В., & Терещенко, Т. В. (2023). Глокалізація як визначальний чинник організації зовнішньоекономічної діяльності в умовах євроінтеграції. Світове господарство і міжнародні економічні відносини, 9 червня 2023 р. Хмельницький. URL: <https://irlykhuml.univer.km.ua/server/api/core/bitstreams/5d66e28d-bfa0-453d-9169-aa50c46ad858/content>

6. Шкурупій, О. В., & Дейнека, Т. А. (2020). Роль інноваційного розвитку країни у вирішенні суперечностей глокалізації. Розвиток агропродовольчого ринку в умовах глобалізації економіки: збірник матеріалів II всеукраїнської науково-практичної конференції, 31 березня 2020 р. (с. 7-10). Полтава: ПДАА. URL: http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/8870/1/%D0%A8%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%83%D0%BF%D1%96%D0%B9_%D0%94%D0%B5%D0%B9%D0%BD%D0%B5%D0%BA%D0%B0_%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84_%D0%9F%D0%94%D0%90%D0%90.pdf

REFERENCES:

1. Hryhor, O. O. (2019). Tendentsii hlobalizatsiinoho ta hlokalizatsiinoho rozvytku. Teoriia i praktyka suchasnoi ekonomiky: zbirnyk materialiv KhKh mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsii, 22 zhovtnia 2019 r. (s. 21-23). Cherkasy: ChDTU. URL: https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/1611/1/%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%20%D0%95%D0%9F_2019_%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80_21.pdf

2. Iermakova, O. A. (2022). Prohramni zakhody innovatsiinoho rozvytku pidpriemnytstva na zasadaх hlokalizatsii. Hlokalizatsiini aspekty innovatsiinoho rozvytku ekonomiky: zbirnyk materialiv vseukrainskoi naukovopraktychnoi konferentsii molodykh vchenykh, 20 zhovtnia 2022 r. (s. 24-25). Odesa: ONEU. URL: https://www.researchgate.net/profile/Lesia-Pron-2/publication/366055131_Instrumenti_regionalnoi_innovacijnoi_politiki_v_umovah_decentralizacii/links/6488eab57fcc811dcdcca764/Instrumenti-regionalnoi-innovacijnoi-politiki-v-umovah-decentralizacii.pdf#page=24

3. Proboiv, O. A. (2021). Teoretychni pidkhody y osoblyvosti formuvannia stratehii sotsialno-ekonomichnogo rozvytku krainy cherez pryzmu rehionalizatsii ta hlokalizatsii. Ekonomichnyi prostir, (165), 44-51. URL: <http://srd.pgasa.dp.ua:8080/bitstream/123456789/5968/1/Proboyiv.pdf> (data zvernennia: 13.03.2024).

4. Tepliuuk, M., Sahaidak, M., Petryshyna, T., Fokina-Mezentseva, K., Fomenko, B., & Vasyliev, I. (2023). Upravlinnia vidpovidalnym spozhyvanniam ta stalym vyrobnytstvom pidpriemstva v umovakh hlokalizatsii. *Acta Innovations*, (48), 75-91. (data zvernennia: 14.03.2024).

5. Khytra, O. V., & Tereshchenko, T. V. (2023). Hlokalizatsiia yak vyznachalni chynnyk orhanizatsii zovnishnoekonomichnoi diialnosti v umovakh yevrointehratsii. Svitove hospodarstvo i mizhnarodni ekonomichni vidnosyny, 9 chervnia 2023 r. Khmelnytskyi. URL: <https://irlykhuml.univer.km.ua/server/api/core/bitstreams/5d66e28d-bfa0-453d-9169-aa50c46ad858/content>

6. Shkurupii, O. V., & Deineka, T. A. (2020). Rol innovatsiinoho rozvytku krainy u vyrishenni superechnosti hlokalizatsii. Rozvytok ahroprodovolchoho rynku v umovakh hlobalizatsii ekonomiky: zbirnyk materialiv II vseukrainskoi naukovopraktychnoi konferentsii, 31 bereznia 2020 r. (s. 7-10). Poltava: PDAA. URL: http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/8870/1/%D0%A8%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%83%D0%BF%D1%96%D0%B9_%D0%94%D0%B5%D0%B9%D0%BD%D0%B5%D0%BA%D0%B0_%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84_%D0%9F%D0%94%D0%90%D0%90.pdf

THE IMPACT OF ENTROPIC PROCESSES ON GLOCALIZATION DEVELOPMENT OF ENTERPRISES
IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

RIEPINA Inna, TEPLIUK Mariia, DZIUBA Dmytro
Kyiv National University of Economics named after V. Hetman

The article examines the theoretical aspects of glocalization and its impact on the development of enterprises in the conditions of digitalization. The authors prove that glocalization as a process of integration of global and local markets becomes a key factor in the successful development of enterprises, especially in the conditions of growing uncertainty and complexity of the functioning of business organizations caused by digital transformations. The research focuses on the entropic processes accompanying digitization and its impact on strategic planning and business management, which is relevant in today's environment. The advantages of glocalization strategies, which allow adapting global approaches to the specifics of local markets, are considered, which helps to strengthen the competitiveness of enterprises and provides an opportunity for business prosperity. In addition, the article analyzes global and local dynamics affecting the development of modern business strategies, and emphasizes the importance of adapting to the cultural, social and economic characteristics of different regions, which in today's turbulent conditions is an opportunity for business development. The application of the glocalization approach is perceived as a necessary condition for ensuring the sustainable development of enterprises in the era of the digital economy. In the context of digitalization, the increasing entropy leads to a growing level of uncertainty, which requires companies to be flexible and able to quickly adapt to changes, which in turn emphasizes the importance of developing strategies that take into account the impact of digitalization on the structure and dynamics of the market, and also help minimize the risks associated with entropic processes. Corresponding market demands require not only adaptation to new technological conditions, but also the creation of sustainable business models capable of working effectively in conditions of increased entropy and constant digital transformations.

Keywords: glocalization, digitization, entropy processes, market integration, strategic planning, competitiveness, local markets, global strategies, digital economy.