

Піка А. В., бакалавр, Коваль О. М., доц.

Київський національний університет технологій та дизайну

ВПЛИВ ВІЙНИ НА ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В БІЗНЕСІ

Анотація. Стаття присвячена аналізу інноваційних підходів у бізнесі в умовах війни, зосереджуючи увагу на реаліях та можливостях для розвитку співпраці. Військові конфлікти вносять значні корективи в економічну діяльність, але одночасно відкривають нові горизонти для інновацій. Досліджуються сучасні практики адаптації бізнес-моделей, використання цифрових технологій, а також формування партнерств між державним та приватним секторами. У статті представлені успішні приклади бізнесів, які змогли не лише вижити, але й розвинутися в складних умовах.

Ключові слова: інноватика, бізнес, співпраця, війна, економічні адаптації, цифрові технології, бізнес-моделі, державний сектор, приватний сектор, успішні практики.

Pika A. V., Koval O. M.

Kyiv National University of Technologies and Design

INNOVATION IN BUSINESS: THE IMPACT OF WAR ON INNOVATION PROCESSES IN BUSINESS

Abstract. The article is devoted to the analysis of innovative approaches in business in the conditions of war, focusing on the realities and opportunities for the development of cooperation. Military conflicts make significant adjustments to economic activity, but at the same time open new horizons for innovation. Modern practices of adapting business models, using digital technologies, and forming partnerships between the public and private sectors are studied. The article presents successful examples of businesses that were able not only to survive, but also to develop in difficult conditions.

Key words: innovation, business, cooperation, war, economic adaptations, digital technologies, business models, public sector, private sector, successful practices.

Вступ. В умовах війни бізнеси стикаються з численними викликами, які радикально змінюють традиційні моделі ведення справ. Політична та економічна нестабільність, зміни в споживчій поведінці, а також обмежений доступ до ресурсів вимагають швидкої адаптації та впровадження нових підходів. Сьогоднішні реалії вимагають від компаній не лише збереження конкурентоспроможності, але й здатності до інновацій.

Одним із ключових аспектів виживання в умовах кризи є інноваційний підхід до бізнесу. У цей складний час підприємства повинні використовувати всі доступні ресурси для розробки нових продуктів, оптимізації процесів і зниження витрат. Дослідження показують, що компанії, які активно впроваджують інновації, здатні швидше відновлюватися після криз і навіть знаходити нові ринки.

Також важливою є співпраця між різними секторами – державним і приватним. Урядові програми підтримки, а також партнерства з іншими компаніями можуть стати важливими факторами успіху. Спільні ініціативи, обмін досвідом та ресурсами, а також підтримка стартапів і нових технологій можуть значно підвищити ефективність бізнесу в умовах війни. Інноваційні рішення можуть допомогти підприємствам не лише пережити складні часи, але й вийти на нові рівні розвитку. Проаналізуються конкретні приклади компаній, які змогли адаптувати свої стратегії та досягти успіху завдяки впровадженню інноваційних практик і формуванню ефективних партнерств.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Сучасний світ бізнесу стає все більш складним і конкурентним, особливо в умовах глобальних викликів, таких як війна.

В Україні, яка переживає військовий конфлікт, інноватика набуває особливого значення, оскільки нові технології та бізнес-моделі можуть стати ключем до відновлення економіки та адаптації до нових реалій. Проблема полягає в необхідності адаптації інноваційних стратегій у бізнесі до умов війни, що вимагає швидких рішень, креативного підходу та нових форм співпраці.

Виділення невирішених частин загальної проблеми. Хоча багато досліджень підкреслюють важливість інновацій у бізнесі, недостатньо уваги приділяється конкретним механізмам реалізації інноваційних стратегій в умовах війни. Також не вистачає практичних прикладів успішного впровадження інновацій в українських підприємствах під час конфлікту, що залишає пробіл у знаннях.

Постановка завдання. Метою цього дослідження є аналіз реалій інноватики в бізнесі в Україні під час війни, а також визначення напрямів розвитку співпраці між підприємствами з урахуванням нових викликів.

Результати досліджень. Сучасна економічна діяльність усіх організацій характеризується високою динамічністю і нестабільністю. А це негативно впливає на їх прибутковість, адже вони не завжди можуть оперативно адаптуватися до змін зовнішнього середовища. Щоб привести у відповідність внутрішні можливості розвитку бізнесу в сучасних умовах до потреб ринку, одним з найбільш обґрунтованих напрямів діяльності є створення та впровадження інновацій [8].

Як свідчить практика, майже усі конкурентоспроможні та успішні підприємства своїм успіхом зобов'язані саме інноваціям. Шляхом регулярного впровадження у господарську діяльність і просування на ринку нових товарів, послуг і технологій можливо забезпечити вищий рівень задоволення споживачів, підтримувати постійну зацікавленість до виробника послуги – інноватора. Поряд з цим розробка і комерціалізація інноваційних технологій є складною і ризикованою справою [9].

Інноваційні технології дозволяють забезпечити високий рівень безпеки праці шляхом застосування нових методів та інструментів. Інформаційні технології дозволяють збирати та аналізувати великі обсяги даних про безпеку праці, що дозволяє підвищити ефективність аудиту та виявляти проблемні зони в робочих процесах. Комунікаційні технології забезпечують швидкий та ефективний обмін інформацією між спеціалістами з безпеки праці, що дозволяє швидко реагувати на можливі небезпеки та проблеми.

Крім того, в сучасному світі збільшується кількість робочих місць, пов'язаних з використанням високотехнологічного обладнання та інструментів, що може призвести до збільшення ризиків для безпеки праці. Тому важливо застосовувати інноваційні, інформаційні та комунікаційні технології для забезпечення безпеки праці на таких робочих місцях.

Щоб організації успішно та ефективно розвивались, підвищували свою конкурентоспроможність і займали лідерські позиції, їм необхідно дотримуватись двох напрямків своєї діяльності – розробляти та впроваджувати інновації у бізнес і реалізовувати заходи маркетингової концепції, що спрямовані на комерціалізацію інновацій [10].

В науковій літературі поняття «інновації» трактується по-різному, залежно від об'єкта та предмета свого дослідження.

Якщо узагальнити усі визначення вітчизняних і зарубіжних вчених, то інновація є кінцевим результатом нововведення, спрямованим на досягнення відповідного ефекту та створення нових або удосконалених конкурентоспроможних товарів, послуг, технологій, які повинні задовольняти потреби споживачів. Ці нововведення охоплюють

всі сфери господарської діяльності організацій, сприяють її розвитку і підвищенню прибутку [11].

Існує класифікація інновацій в аспекті маркетингу за певними категоріями. Маркетингові концепції розвитку кожної конкретної організації мають свої відмінності залежно від сфери діяльності і напрямку ведення бізнесу, тому інновації в концепції маркетингу розрізняють [13]:

1. Залежно від форми створюваного блага:
 - інновація як продукт;
 - інновація як послуга;
 - інновація як технологія.
2. Залежно від подальшого використання в організації:
 - для подальшого використання в господарській діяльності;
 - споживча.

Якщо говорити про інновації як складову маркетингової політики, тоді слід розуміти використання поліпшених чи нових методів та інструментів маркетингу, якими користуються організації під час створення та розповсюдження продукту (технології, послуги, управлінського рішення тощо) аби більш ефективно задовольнити потреби і запити споживачів та виробників галузі [14].

З цього можна класифікувати інновації в залежності від складових маркетингової концепції [8]:

- інновації в певній сфері, тобто в маркетингових дослідженнях, сегментації, позиціонуванні;
- інновації в продукті, тобто в маркетинговій товарній політиці;
- інновації в ціні, тобто в маркетинговій ціновій політиці;
- інновації в технології, тобто в маркетинговій політиці комунікацій;
- комбінування цих складових маркетингових інновацій.

Саме інновації в системі маркетингу випереджають всі інші види інновацій у контексті часового впровадження. Це обумовлено тим, що після того як виробники послуг зрозуміли важливість реалізації маркетингової політики у своїх організаціях, вони почали шукати нові шляхи задоволення вимог споживачів. Поряд з цим виникає необхідність у розробці і впровадженні нових методів та інструментів маркетингу [13].

На всіх етапах розвиток людського суспільства здійснювався на основі широкого впровадження досягнень науково-технічного прогресу в усі сфери життя суспільства – у виробництво, навчання, побут, забезпечуючи збільшення обсягів виробництва матеріальних цінностей і послуг, поліпшення їх якості, підвищення продуктивності праці, його безпеки.

В основі постійного руху людства по шляху прогресу лежить прагнення людей удосконалити ту або іншу сторону суспільного життя, поліпшити її. І процес цей не переривався ні на мить, тому що ціль суспільного розвитку надзвичайно приваблива й перспективна [1].

Зусиллями людей багатьох поколінь, продуктом їх розумової й фізичної діяльності протягом декількох тисячоріч створювалися різноманітні товарно-матеріальні цінності, що відрізняються від своїх попередників споживчою й виробничою новизною, освоювалися нові географічні райони.

Усе це можна назвати одним досить ємним терміном – новації, які проникають у виробництво, життя й побут людей.

Однак ніякі новації не проникнуть у громадське життя, не стануть надбанням людей, якщо в кожному конкретному випадку не з'явиться людина або група осіб, об'єднаних спільним інтересом, які на свій страх і ризик не візьмуться за реалізацію нової

ідеї й перетворення її в повсякденну реальність. Отже, перша й найважливіша умова суспільного розвитку є наявність особливої групи людей, здатних запровадити в життя різні ідеї й відкриття, яких тепер називають підприємцями.

У зв'язку з ростом потенційних вітчизняних і закордонних інвесторів у сфері виробництва й послуг, виникає потреба в розробці й використанні методів ділового планування й інвестиційного аналізу, що відповідають сучасним вимогам і найважливішим тенденціям у міжнародному бізнесі.

Вирішальною умовою розвитку підприємства відповідно до прийнятої економічної стратегії є інвестування необхідного обсягу засобів у розроблені проекти. Економічний ріст і інвестиції взаємозалежні між собою взаємообумовлені: інвестиції створюють матеріальну основу для поступового розвитку підприємства, результати якого є джерелом засобів для нових капітальних вкладень. Інвестування – основна форма практичного здійснення економічної стратегії підприємства. Без приросту активів або відновлення їх складу комерційні організації не можуть успішно розвиватися в довгостроковому періоді. Інвестиційна політика підприємства – найважливіша складова частина його загальної стратегії розвитку [2].

Інвестиції – це сукупність інтелектуальних цінностей, вкладених в об'єкти підприємницької й інших видів діяльності з метою одержання прибутку або досягнення позитивного соціального ефекту. Інвестиції можуть здійснюватися у формі [12]:

- коштів і цільових банківських вкладів;
- паїв, акцій, і інших цінних паперів;
- технологій, машин і встаткування;
- ліцензій, товарних знаків і інтелектуальних цінностей;
- будь-якого іншого майна й майнових прав;
- кредитів.

Інвестиційна діяльність – це вкладення інвестицій (інвестування) і сукупність практичних дій по їхній реалізації на певних умовах – одержання прибутку й (або) досягнення іншого корисного ефекту. Здійснюють її вповноважені органи по керуванню державним майном або майновими правами, фізичні особи, іноземні держави й міжнародні організації.

Кожний проект незалежно від його складності, обсягу робіт, обмежень по ресурсах і т. п. проходить у своєму розвитку від стану, коли “проекту ще ні”, до стану, коли “проекту вже ні”, що характеризують початок і кінець проекту.

Проміжок часу між моментом появи проекту й моментом його ліквідації називається життєвим циклом проекту (або проектним циклом).

У процесі життєвого циклу здійснюються різні види робіт, які можна підрозділити на два великі блоки: основна діяльність по проекту; забезпечення проекту.

Сучасні інноваційні технології можуть використовуватися для поліпшення умов та забезпечення безпеки працівників на робочому місці. Нижче наведено деякі з них [3]:

- Віртуальна реальність та ігри-симулятори: Віртуальна реальність та ігри-симулятори можуть бути використані для навчання працівників з безпеки на робочому місці. Це може допомогти підвищити рівень свідомості працівників щодо ризиків, пов'язаних з їх роботою, та навчити їх правильної поведінки у випадку аварійних ситуацій.

- Робототехніка: Робототехніка може бути використана для автоматизації небезпечних робочих процесів, що можуть підвищити ризик травм та забезпечити безпеку працівників. Наприклад, автономні робочі станції можуть виконувати роботу, яка раніше була виконувана людьми в небезпечних умовах, зменшуючи ризики виникнення травм.

- Сенсорна техніка: Сенсорна техніка може бути використана для виявлення небезпечних умов на робочому місці, таких як висока температура, забруднення повітря, вібрація та інші фактори, які можуть впливати на здоров'я працівників.

- Інтернет речей: Інтернет речей може бути використаний для збору даних щодо стану обладнання та навколишнього середовища на робочому місці. Це дозволяє швидко виявляти проблеми та запобігати небезпечним ситуаціям.

- Штучний інтелект (AI) та машинне навчання (ML) – це дві з основних галузей комп'ютерних наук, що досліджують, як комп'ютери можуть здійснювати інтелектуальні завдання, зокрема, навчання та прийняття рішень на основі даних.

Штучний інтелект включає в себе різноманітні технології, такі як машинне навчання, нейронні мережі, глибинне навчання, природну мову та багато іншого. Машинне навчання є однією з технік, яка допомагає системам штучного інтелекту навчатися на основі даних та здійснювати прогнозування та прийняття рішень.

Машинне навчання зазвичай використовується для аналізу великої кількості даних та відшукування закономірностей у цих даних. Це може допомогти вирішити складні завдання, такі як визначення патологій на медичних зображеннях, передбачення ризиків кредитного дефолту або розпізнавання образів на зображеннях.

Штучний інтелект та машинне навчання мають багато застосувань в охороні здоров'я, фінансах, автоматизації виробництва, маркетингу та інших галузях. В охороні праці, ці технології можуть допомогти визначити потенційні ризики та запобігти небезпечним ситуаціям. Наприклад, системи моніторингу можуть автоматично виявляти небезпечні умови на робочому місці та сповіщати про них працівників. Крім того, машинне навчання може використовуватися для прогнозування травм, що дозволяє приймати заходи з попередження їх виникнення. Наприклад, система машинного навчання може аналізувати дані про травми на певному робочому місці та виокремлювати фактори, які можуть спричинити травму. На основі цих даних можуть бути прийняті заходи щодо зниження ризику виникнення травм.

Також машинне навчання може використовуватися для моніторингу здоров'я працівників. Наприклад, в системі моніторингу можуть бути зібрані дані про пульс, температуру тіла, рівень стресу тощо. За допомогою машинного навчання можна аналізувати ці дані та виявляти відхилення від норми, що дозволяє приймати заходи для запобігання можливих проблем зі здоров'ям працівників.

Окрім того, машинне навчання може використовуватися для автоматизації процесу оцінки ризику та визначення заходів з попередження виникнення небезпечних ситуацій на робочому місці. За допомогою машинного навчання можна аналізувати дані про попередні небезпечні ситуації, їх причини та наслідки, що дозволяє виробляти рекомендації щодо запобігання їх виникнення.

Узагалі, машинне навчання та інші інноваційні технології можуть допомогти забезпечити більш безпечні та здорові умови праці, а також знизити ризик виникнення небезпечних ситуацій на робочому місці.

Інновації як складова маркетингової концепції є тією перехідною концепцією, яка дозволить поєднати інтереси усіх суб'єктів ринку. Адже, на сучасному етапі розвитку суспільства потреби змінюються практично кожен день, а тому потрібно винаходити щось нове – інноваційне – те, що ці потреби будуть враховувати.

З іншого боку, для того, щоб споживачі могли зрозуміти важливість таких інновацій, які задовольняють не лише їх власні вимоги, а й потреби суспільства в цілому, організації мають донести цю думку до свідомості широкої аудиторії. А єдиний шлях досягнення цього – інструменти маркетингу. Тому і тут можна побачити зв'язок інновацій з системою маркетингу [13].

І, ще варто звернути увагу на те, що виробництво та розповсюдження інновацій, які необхідні споживачам, є прибутковими і для виробників цих послуг. Тобто, дотримання концепції маркетингу в інноваційній діяльності організації дозволить в повній мірі задовольнити потреби громадськості та безпосередньо самої організації.

Таким чином, інновації як складова концепції маркетингу сучасного бізнесу є провідною концепцією, яка допоможе вітчизняним організаціям активізувати та модернізувати свою діяльність і перейти на якісно новий рівень розвитку. Це допоможе їм вийти з тієї кризи, в якій вони знаходяться зараз, а також стати більш конкурентоспроможними і успішними не тільки в Україні, а й на національному ринку.

Висновки. В умовах війни інновації стають ключовим фактором виживання і розвитку бізнесу. Адаптація до нових умов, використання цифрових технологій та зміцнення співпраці між різними секторами можуть суттєво підвищити стійкість компаній. Успішні приклади показують, що навіть у складні часи бізнес має можливості для зростання, якщо готовий інвестувати в інновації та співпрацю.

Завдяки наявним багатьом інноваційно-технологічним розробкам, ведення бізнесу стало набагато більшим зручнішим і ефективнішим. Досить часто успіх реалізації запланованих проєктів залежить від оперативності управління ними, а інформаційно-комунікаційні технології значно полегшують процеси управління організаціями та підприємствами в оптимальні терміни. Завдяки відповідним комунікаторам менеджери можуть швидко віддавати накази і контролювати їх виконання (наприклад, сучасні платформи та хмарні обчислення дозволяють розміщувати великі об'єми інформації та здійснювати швидкий доступ до необхідних даних).

Незалежно від того, чи сприятимуть соціальному прогресу чи комерційному лідерству, для того, щоб розкрити сутність процесів економічного зростання, яке обіцяє діджиталізація, компанії та уряди повинні діяти швидко, рішуче та стратегічно за трьома важливими вимірами.

По-перше, критично важливим аспектом виступає правильно розроблена стратегія, яка чітко визначає основні конкурентні пріоритети підприємства на основі запровадження інформаційних технологій. Найбільш успішні підприємства чітко розуміють своє призначення та місце у мінливому ринковому середовищі, усвідомлюючи яким чином вони створюють додану вартість. В результаті цього, вони залишаються вірними своїм унікальним специфікам, здатні запроваджувати інноваційні розробки для нарощування власних потужностей, які, водночас, переосмислюються і здатні знаходити напрями диверсифікації виробництва (надання послуг), щоб процвітати в сучасному цифровому світі. Правильна сформована стратегія має бути сміливою у відношенні планування прибутковості підприємства, але, водночас, базуватись на практичній складовій, визначаючи можливість здійснення реальних перетворень і стимулювання реалізації сталого та інклюзивного зростання.

По-друге, важливо, щоб уряди в центрі поставили користувача інформаційних систем і технологій, забезпечивши необхідний доступу до Інтернету. Потрібно розуміти поведінку, потреби та проблеми користувачів інформаційних систем і технологій, щоб створювати кращі технологічні рішення, вирішувати нагальні проблеми та досягати значних соціально-економічних змін. Постійне прислуховування до масових відгуків і рекомендацій користувачів та реалізація стратегій і рішень, заснованих на глибокому спостережному розумінні потреб громадян і споживачів, сприятиме запровадженню дієвих інновацій та більшому економічному успіху.

По-третє, цифрове лідерство вимагає швидких дій та оперативного реагування на виклики мінливого ринкового середовища. Організації і підприємства, які швидко

створюють або набувають необхідних можливостей, щоб бути “першими і швидкими”, матимуть найкращі конкурентні переваги у майбутньому для забезпечення ефективної господарської діяльності в умовах ринку, що все більше керується інформаційними технологіями. Слід відзначити, що забезпечення мобілізації швидкого прийняття управлінських рішень та дій може бути особливо складною для більшості урядів та державних підприємств, проте багато усталених, історично успішних бізнесових структур також стикаються з такою проблемою.

Виконання та дотримання зазначених вимірів, визначає стратегічні напрями до значного соціально-економічного зростання. Уряди країн та керівники підприємств мають величезні економічні можливості, використовуючи в повній мірі потенціал цифрових технологій. Інформаційно-комунікаційні технології, безсумнівно, мають величезний вплив на розвиток не тільки підприємств, а й економіки загалом, внаслідок значного розширення сфери діяльності, що займається питаннями генерації та проектування комунікаційних і інформаційних технологій. Спостерігається збільшення інвестицій у сектор інформаційно-комунікаційних технологій, що фактично покращує рівень і якість їх продукції, зниження цінової політики, а також здійснюється популяризація Інтернету та розвиток електронної комерції. При цьому, ефективний процес управління, як складне комплексне завдання, потребує оптимальної взаємодії різного роду ресурсів. Ураховуючи сучасні тенденції глобалізації в розвитку економіки, інформаційні ресурси відіграють ключову роль в діяльності будь-якого суб'єкта ринкової економіки, забезпечуючи автоматизацію бізнес-процесів підприємства та більш чітке і гнучке управління.

Запровадження інформаційних технологій у процес управління підприємством здатне забезпечити його конкурентоспроможність, а отже можливість зайняти найбільш вигідну позицію в маркетинговому середовищі, що постійно змінюється та формується під впливом різноманітних зовнішніх і внутрішніх факторів.

Таким чином, внаслідок необхідності одночасної обробки великої кількості оперативних і аналітичних даних, що характеризують реальні фінансові і виробничо-економічні процеси, для прискорення прийняття управлінських рішень виникає потреба в застосуванні автоматизованих інформаційних систем і технологій. Їх запровадження призводить до зміни форм і методів управління підприємством, забезпечуючи більш об'ємну й оперативну організаційну структуру управління та набуваючи все більшої значущості як найважливіший інструмент науково-технічного та соціально-економічного розвитку суспільства.

Список використаної літератури

1. Global innovation index. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>.
2. Глобальний рейтинг стартапів. URL: <https://report.startupblink.com/>
3. Стратегія сталого розвитку «Україна-2030»: Указ Президента України від 12.01.2015 № 5/2015. URL: <http://zakon5.ray.gov.ua/laws/show/5/2015/print1443640573621204>.
4. Імплементация высоких технологий в экономику Украины: – наукова доповідь / НАН України, Інститут екон. та прогнозів. НАН України, Київ, 2016. 13 с.
5. The Global Innovation Index 2019. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2019-report>.
6. The Global Competitiveness Repol4 2019. URL: <http://www3.wefonur.org/does/WEFTtieG1lobalCompetitiveuessReport2019.pdf>.
7. European Innovation Scoreboard 2020. URL: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/41941>.
8. Впровадження інновацій на промислових підприємствах. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
9. Андрійчук О. Я. Інноваційна культура як ефективний механізм функціонування інноваційної системи підприємства. *Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць*. Дніпропетровськ. 2008. Вип. 237, Т. III. С. 559–567.
10. Биконя С. Інноваційна культура – умова реалізації інноваційної політики. *Персонал*. 2006. № 4. URL: <http://persona1.in.ua/article.php?id=266>.

11. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємств у транзитивній економіці: монографія. За заг. ред. д-р екон. наук, проф. С. М. Ілляшенка. Суми: ВТД «Університетська книга». 2005. 582 с.
12. Asaul, A., Voynarenko, M., Dzhulii, L., Yemchuk, L., Skorobohata, L., Mykoliuk, O. (2019). The Latest Information Systems in the Enterprise Management and Trends in their Development. *9th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT)*, Ceske Budejovice, Czech Republic, P. 409–412, DOI: 10.1109/ACITT.2019.8779874.
13. Клепікова О. А. Сучасний стан і місце інформаційних технологій в управлінні підприємством. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2013. № 5. С. 74–77.
14. Климчук О. В. Сучасні аспекти використання інформаційних систем і технологій в управлінні. *Міжнародна науково-практична конференція «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи». Секція 2. Менеджмент міжнародного бізнесу в умовах глобалізації*. 2021.
15. Ochoa Siguencia, L. (2018). Contemporary Information Technologies In Business Management. Publishing House of the Research and Innovation in Education Institute, Czestochowa. P. 216–233.
16. Levytska, I. V., Klymchuk, A. O., Klymchuk, O. V. (2019). Functions of salary at machine-building enterprises in formation of motives and stimules of personnel. *Bulletin of Zaporizhzhia National University. Economic sciences*, № 4 (44), P. 154–159. DOI: <https://doi.org/10.26661/2414-0287-2019-4-44-24>.