

НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського». Серія: Хімічна інженерія, екологія та ресурсозбереження. 2024. № 2. С. 47–61.

7. Диха В. Організаційно-економічні основи забезпечення енергетичної безпеки України. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2025. № 6. С. 66–71.

8. Відновлювані джерела енергії : монографія / [Барило А. А. та ін.] ; за заг. ред. С. О. Кудрі ; Ін-т відновлюваної енергетики НАНУ. Вид. 3-тє, оновл. Київ: Інститут відновлюваної енергетики НАНУ, 2025. 512 с.

Міронова Ю. В.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем,
Вінницький національний технічний університет

СТВОРЕННЯ ДОВГОСТРОКОВОЇ ЦІННОСТІ В В2В ЧЕРЕЗ ІНТЕГРАЦІЮ НАВЧАННЯ ТА ЦИФРОВИХ РІШЕНЬ

Сучасні В2В-підприємства стикаються з підвищеними ризиками через воєнну нестабільність, перебої в логістиці, обмежені ресурси та невизначеність у партнерських відносинах. Традиційні короткострокові стимули (знижки, бонуси) недостатньо ефективні для формування стратегічної стійкості. У цьому контексті інтеграція партнерського навчання та цифрових рішень стає критично важливою для створення довгострокової цінності, підвищення довіри та лояльності партнерів.

Дослідження В2В-стратегій свідчать, що навчальні програми сприяють підвищенню ефективності взаємодії з партнерами та клієнтами. Зарубіжні та вітчизняні наукові роботи приділяють увагу дистанційним тренінгам, e-learning платформам і програмам розвитку клієнтів [1; 2]. Проте питання комплексного поєднання навчання та цифрових рішень у В2В саме під час воєнних криз залишається недостатньо дослідженим.

У межах дослідження здійснено узагальнення експертних оцінок ефективності інструментів взаємодії з партнерами у В2В-секторі в умовах воєнної нестабільності з позицій формування довгострокової цінності. Експертні оцінки засвідчили, що операційно орієнтовані інструменти (логістична підтримка, сервісне обслуговування, фінансова гнучкість) залишаються критично важливими для забезпечення безперервності діяльності. Водночас їхній вплив обмежується короткостроковим періодом і не формує стійкої конкурентної переваги.

Натомість інструменти, що поєднують навчання партнерів із цифровими рішеннями, продемонстрували значно вищий потенціал у створенні довгострокової цінності. Зокрема, встановлено такі ключові ефекти: зниження невизначеності у взаємодії (цифрові навчальні платформи забезпечують доступ партнерів до актуальної інформації щодо продуктів, стандартів та змін у бізнес-процесах, що особливо важливо в умовах швидких трансформацій та воєнних ризиків); формування спільного інформаційного простору (інтеграція навчальних модулів у цифрові екосистеми підприємства сприяє уніфікації підходів до роботи, підвищенню якості комунікації та зменшенню операційних помилок); зростання довіри та лояльності партнерів (системне навчання, підкріплене цифровими сервісами підтримки, сприймається партнерами як інвестиція у їх розвиток, що зміцнює довгострокові відносини та знижує ризик їх розриву); підвищення адаптивності партнерських мереж (використання аналітики навчальних платформ дозволяє підприємствам оперативно виявляти прогалини у компетенціях партнерів та коригувати освітні програми відповідно до нових ринкових умов); інтеграція партнерів у бізнес-екосистему (цифрові рішення сприяють переходу від фрагментованої взаємодії до екосистемної моделі, де партнери стають активними учасниками створення спільної цінності).

Особливого значення набуває можливість персоналізації навчання на основі цифрових даних, що дозволяє формувати індивідуальні траєкторії розвитку партнерів і підвищувати ефективність їх взаємодії з підприємством. У результаті навчання перестає бути допоміжною функцією та трансформується у стратегічний інструмент управління партнерськими відносинами.

Інтеграція навчання та цифрових рішень у B2B дозволяє перетворити транзакційні відносини на стратегічні партнерства, створюючи довгострокову цінність навіть в умовах воєнної нестабільності. Практичне значення полягає у можливості побудови цифрових екосистем для розвитку партнерів, підвищення стійкості бізнесу та інтеграції клієнтів у бізнес-модель підприємства.

Список використаних джерел:

1. *B2B strategies for surviving global crises: A resource dependence perspective on the COVID-19 pandemic. Journal of Business Research, Volume 172, 2024.* <https://surli.cc/yfxvtb>

2. *Вплив криз на стратегії взаємовідносин з клієнтами підприємств малого та середнього бізнесу / Маєрська В.О., Летуновська Н.Є. Підприємництво і торгівля, 2025.* <https://surl.lu/xewzbi>