

М. О. Кужелєв,
д. е. н., професор, професор кафедри фінансів,
Національний університет "Києво-Могилянська академія"
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7895-7879>

DOI: 10.32702/2306-6814.2025.20.16

ІМІДЖ КРАЇН ТА ІТ-ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НАРОЩЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ: НАЦІОНАЛЬНІ ТА КОРПОРАТИВНІ ІНТЕРЕСИ

М. Kuzheliev,
Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Finance,
National University of "Kyiv-Mohyla Academy"

IMAGE OF COUNTRIES AND IT COMPANIES IN THE CONDITIONS OF INCREASING
COMMUNICATION ACTIVITY: NATIONAL AND CORPORATE INTERESTS

Статтю присвячено питанню визначення та гармонізації балансу інтересів держави, ІТ-сектору та суспільства у системі формування іміджу країни та ІТ-підприємств, що є предметом актуального наукового аналізу. Розглянуто особливості поступової інтеграції іміджу ІТ-підприємств та країни в контексті успішних спільних проєктів та заходів, а також нарощення комунікаційної активності. Окреслено напрями потенційних та актуальних наукових досліджень інтеграційних процесів у системі відносин "імідж країни — імідж ІТ-підприємств" в умовах інформаційної економіки. Зазначено, що аналіз іміджу ІТ-підприємств набуває стратегічного значення, адже корелює з інвестиційною привабливістю держави, її технологічною конкурентоспроможністю на світовому ринку. Систематизовано та акцентовано увагу на малодосліджених темах та питаннях іміджеології майбутнього, які потребують подальшого вивчення.

The article examines the image of countries and IT companies in the context of growing communication activity in order to form harmonious national and corporate interests. It is argued that a positive, reliable and innovative image of IT companies has acquired the status of a relevant economic and managerial interest, becoming an important area of support for the image of the country in which they are located. The latest vision of image as a management tool is considered, which is a means of management, marketing, increasing investment attractiveness, ensuring competitiveness and communication policy. It is determined that for the state, image and image technologies are a prerequisite for the use of "soft power" tools and an important component of the mechanism for promoting national interests in the international arena. It is proven that the IT sector occupies a central place in the processes of the formation of the information economy, acting as a locomotive of change. The features of the integration of image projects and strategies at the level of state authorities and IT corporations are systematized and analyzed in three main areas: the formation of competitiveness,

assistance to leaders in the IT industry and harmonization of interests in the national information environment. The unique experience of Ukraine in the conditions of a war economy is considered, where accelerated digitalization processes stimulated the improvement of the system of "government-business" and "government-population" relations, strengthening managerial security and timeliness of communications. A list of understudied thematic areas in the field of imageology of the future is provided, including the formation of the image of joint digital projects, the analysis of conflicts of interest, the assessment of the impact of the image of IT enterprises on the image of the country, as well as the establishment of new standards of business culture in the context of the use of artificial intelligence (AI). It is proven that the study of the image states of the IT sector is gaining strategic importance and is a fundamental prerequisite for ensuring the long-term socio-economic progress of the state, since the image of IT enterprises directly correlates with the investment attractiveness and technological competitiveness of the country. The effective use of the potential of cooperation is argued as an opportunity to accelerate information progress on the basis of harmony and balance.

Ключові слова: імідж, комунікації, національна економіка, інформаційна економіка, владний менеджмент, IT-підприємства, корпоративний менеджмент.

Key words: image, communications, national economy, information economy, power management, IT enterprises, corporate management.

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

Рух до інформаційної економіки та інформаційного суспільства визнано більшістю країн світу не лише як вектор безперервних змін, але й як прогрес у різноманітних комунікаційних процесах трикутника "влада — бізнес — населення", а також в активізації засобів масової комунікації. Така парадигма розвитку інформаційного прогресу та його результативності знаходить своє продовження в дослідженнях, що стосуються змін та нових проявів політики щодо іміджу підприємств та країн. Зазначені дослідження, як правило, стосуються агресивних й креативних стратегій, як успішних компаній, так і аутсайдерів, а також питань достовірності чи недостовірності інформації. Тому дослідження в контексті розширення розуміння станів, подій, заходів та потенційних змін в інформаційному просторі та IT-галузі країни є актуальним. Саме тому зазначені аспекти починають отримувати належне визнання як у сфері теорії та методології менеджменту, так і в практичній площині.

Важливою є й залежність між іміджем, ефективністю комунікацій та фінансовими, виробничими й управлінськими результатами діяльності суб'єкта господарювання, а також моделлю його взаємодії з державними структурами. Цю кореляцію можна дослідити як на рівні окремих корпорацій, так й на рівні окремих держав. Достатньо згадати кейс Ілона Маска, чий особисті конфлікти з владою США у 2025 році призвели до негативних фінансових наслідків у діяльності компанії Tesla. Це підкреслює пряму кореляцію між іміджем та комунікаційною стратегією керівника й фінансовою стабільністю конкретної корпорації. На рівні держави аналогічним негативним прикладом може слугувати рф: сформований імідж країни-терористки, а також репутація корум-

пованої влади, яка нехтує нормами міжнародного права та систематично розпочинає військові конфлікти, справили значний деструктивний вплив. Таким чином, якісний імідж та налагоджені комунікаційні процеси є критичними чинниками для досягнення та підтримання стратегічної успішності як комерційних структур, так і окремих держав.

Найбільш стрімкий та успішний приклад іміджевої політики та формування комунікаційних процесів спостерігається у практиках IT-підприємств, що є похідним від специфіки їхньої діяльності. Такі важливі ознаки, як інноваційність, креативність, специфічна професійна культура, висока інтелектуалізація праці та соціальна відповідальність доводять неможливість ефективного розвитку IT-підприємства поза зоною цих процесів. Отже, позитивний, достовірний та соціально-відповідальний імідж [1] набув статусу актуального економічного та управлінського інтересу не лише для самих IT-компаній, але й став важливою сферою підтримки іміджу країни їхньої реєстрації та розташування.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідженню питань балансу інтересів у системі формування іміджу країни та IT-підприємств присвячено роботи відомих українських вчених. Зокрема В. Білозубенко [2], В. Храпкіна та О. Матвієнко [3], активно вивчають процеси формування лідерських позицій окремих підприємств, бізнес-структур та представників топ-менеджменту. При вивченні іміджу підприємств слід спиратися на перспективи підвищення їхньої конкурентоспроможності, що детально розглянуто в праці Є. Діденко [4].

У дослідженнях О. Пригодюк та І. Парнікова [5] зроблено акцент на стратегічній перспективі маркетингових, іміджевих, безпекових та комунікаційних техно-

логій у контексті підтримки малого й середнього бізнесу, а також на необхідності розширення системи знань сучасного менеджменту. Вплив ринкових трансформацій та комплексне забезпечення змін в інформаційній сфері підприємств на основі технологій іміджмейкінгу розглянуто в дослідженні І. Баша та Ю. Ремезя [6]. Національні та корпоративні інтереси як систему інструментів управлінської дії в епоху інформаційної економіки та інформаційного суспільства вивчали та аргументували релевантність таких досліджень науковці Л. Панкова, Д. Узбек та ін. [7], О. Пригодюк [8]. Водночас І. Пальчик і М. Желіховська [9] розглядають імідж як складову операційного менеджменту, що є основою формування конкурентоспроможності підприємства.

Потенціал напрацювань та перспективи розвитку іміджевих технологій і іміджмейкінгу як комплексу знань в Україні перебуває лише на початковому етапі формування. Цей процес є інтеграційним, багатограним та досить складним, насиченим новими ідеями та перспективами залучення досліджень науковців і практиків із найрізноманітніших сфер людської діяльності.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Мета статті — на основі системного підходу дослідити економічні аспекти іміджу країн та ІТ-підприємств в умовах нарощення комунікаційної активності з позиції формування гармонійних, збалансованих національних та корпоративних інтересів.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Інформаційна економіка є комплексом складних процесів відтворення національного продукту в умовах системного зростання досягнень інформаційного прогресу. Вона базується на явищах становлення, формування та прогресу, що відбуваються завдяки використанню новітніх інформаційно-комунікаційних технологій та інструментів активного залучення знань, і є проявом третьої, четвертої та п'ятої промислових революцій. У цьому контексті інформаційний прогрес стрімко оновлює бачення, можливості та перспективи в дослідженнях національних і корпоративних економічних інтересів та відповідного методичного забезпечення. Це, своєю чергою, формує цільові вектори змін суспільних процесів, акцентуючи увагу на необхідності гармонізованих та інтегрованих відносин між розвитком корпорацій, ІТ-сфери та національної економіки в ринкових умовах [10, с. 25].

Перед науковою спільнотою, провідним владним та корпоративним менеджментом постає актуальна проблема, що відповідає зміні ролі й місця іміджу та комунікаційного забезпечення у сучасному діловому інформаційному середовищі. Виникає та активно поширюється новітнє бачення іміджу як управлінського інструменту для формування успішних зовнішніх і внутрішніх комунікацій підприємства, нарощення потенціалу соціальних та культурних інвестицій, а також забезпечення фінансової стабільності у різних часових межах. Таким чином, імідж визнається одночасно інструментом менеджменту, маркетингу, підвищення фінансової та інвестиційної привабливості, забезпечення конкурентоспро-

можності, а також комунікаційної та інвестиційної політики суб'єкта господарювання.

На інформаційну економіку безпосередньо впливає цільове впровадження іміджевих технологій для підприємств, що є ключовим фактором при оцінці успішності бізнесу, поліпшенні індикаторів конкурентоспроможності, здобутті лідерства та зміцненні стратегічного положення на національному ринку. Це, своєю чергою, позитивно впливає на рівень рентабельності та ефективність залучення фінансування, що безпосередньо відображає економічні інтереси як окремих компаній, так і держави в цілому. Для держави імідж та іміджеві технології поступово стають обов'язковою умовою застосування інструментів "м'якої сили" та ваговою складовою механізму визнання і просування національних інтересів на міжнародній арені.

Національні інтереси високорозвинених країн окреслюють вектори руху до інноваційного та інформаційного, інтелектуального та управлінського прогресу. Це розглядається як сукупність цілеспрямованих дій та необхідних умов для трансформації суспільних відносин і переходу на новий цивілізаційний рівень розвитку.

Внаслідок консолідованих зусиль та взаємодії бізнесу й уряду, інформаційна економіка імплементується у господарських комплексах таких країн, як США, Німеччина, Японія, Франція та ін. Але, економіка кожної країни проходить власні етапи становлення інформаційної економіки — від цифрової та діджитал-моделі до інноваційно-цифрової та знаннєвої [3].

Центральне місце у зазначених процесах посідає ІТ-сектор, який виступає локомотивом змін. Саме він генерує та апробує нові моделі організації інформаційної та комунікаційної діяльності, нарощує потенціал ділової комунікації та модернізує стандарти професійної культури. Провідні підприємства ІТ-галузі формують майбутнє, розробляють сценарії галузевих трансформацій, впроваджують інноваційні продукти та технології, а також збільшують економічний і знаннєвий потенціал держави та людства.

Імідж перетворюється не лише на елемент ефектвної діяльності менеджменту компанії, але й на обов'язковий чинник успіху [11]. Він розширює потенціал інформаційного впливу на процеси інтеграції підприємств та галузей, які відбуваються у форматі концентрації та централізації капіталу, а також промислового та науково-орієнтованого кластероутворення, формування асоціацій. Управлінські практики трансформують бренд, рекламні кампанії, іміджеві та комунікаційні проєкти у площину відкритих платформ для спільної діяльності фахівців, широких груп працівників, науковців та освітян. Така консолідована діяльність спрямована на досягнення як суспільних, так і корпоративних інтересів.

Тому проєкти спільного й інтегрованого формування іміджу країн та ІТ-підприємств потребують детального вивчення. Особливості інтеграції іміджевих проєктів та стратегій на рівні державної влади та ІТ-корпорацій в умовах інформаційної економіки (Табл. 1) становлять значний інтерес і є насиченими практичним досвідом.

Цю діяльність можна вважати умовно новою з огляду на зміну ролі та місця інституцій влади й корпорацій у суспільному житті. Розвиток суспільства відбу-

Таблиця 1. Особливості інтеграції іміджевих проєктів та стратегій на рівні державних органів влади й ІТ-корпорацій в умовах функціонування інформаційної економіки

№	Напрями формування іміджу країни	Напрями формування іміджу ІТ-підприємств	Особливості інтегрування спільних дій між владою та ІТ-бізнесом
1.	Формування конкурентоспроможності національної економіки, підтримка пріоритетних галузей та окремих сфер діяльності	Формування конкурентоспроможності підприємства в контексті стратегічного бачення розвитку інформаційного середовища та інформаційного ринку. Для ІТ-підприємств – розробка конкурентної стратегії в умовах високих ризиків та ринкової нестабільності. Налагодження цільових комунікацій з органами державної влади та провідним управлінським менеджментом.	Пряма залежність між формуванням факторів конкурентоспроможності підприємств та прогресивною державною політикою виявляється через лобювання преференцій і цільової підтримки. Стратегічне бачення урядом пріоритетів та національних інтересів у контексті розвитку інформаційної економіки забезпечує успіх та лідерство ІТ-підприємств на світових ринках, а також сприяє їхньому просуванню.
2.	Сприяння лідерам ІТ-галузі у сфері позитивного сприйняття та взаємодії з іншими бізнес-структурами. Реалізація потенціалу інтеграції та модернізації комунікаційних зв'язків з іншими галузями та підприємствами.	Отримання, визнання, масштабування лідерських позицій. Впровадження стратегії та тактики лідера.	Комплекс заходів та проєктів спрямований на інтеграцію лідерського статусу корпорації з загальнонаціональним успіхом та провідними позиціями країни. Це передбачає розширення та закріплення дієвих інструментів і комунікаційних стратегій успіху. Ключовим чинником стає вихід за межі поточної галузі та формування показових прикладів диверсифікації бізнесу.
3.	Гармонізація та балансування інтересів в питаннях формування національного інформаційного середовища	Інновації, цільові технології в інформаційній культурі, комунікаційному забезпеченні. Перехід на моделі мультикультурної співпраці.	Забезпечення усунення інформаційної асиметрії має критичне значення у контексті взаємовідносин та стратегічного планування спільної діяльності. Це передбачає обговорення та імплементацію новітніх стандартів культури й організації національного ділового середовища.

Джерело: складено автором.

вається в умовах комплексних трансформаційних змін, де економічно розвинені країни розширюють свій потенціал завдяки інноваційним проєктам ІТ-бізнесу. Позитивний імідж великих ІТ-компаній набуває важливості для залучення підтримки широкого кола соціальних груп, бізнесу та іноземних інвесторів. Відтак, зусилля державної влади щодо формування позитивного іміджу країни, стають неможливими без активної участі великих корпорацій та лідерів ІТ-бізнесу.

Потенціал такої співпраці є об'єктивним, проте характеризується специфічними особливостями. Існує низка прикладів, що демонструють вплив комунікаційної активності бізнесу та органів державної влади, які підтверджують доцільність заходів державного менеджменту. Ці заходи реалізуються у форматі інтегрування накопичених потенціалів різних видів ресурсів (Табл. 1).

Незважаючи на те, що кожен проєкт, який становить основу цієї співпраці, потребує індивідуального обґрунтування, цільового просування та контролю за впливом на процеси життєдіяльності, він, як правило,

викликає значний інтерес як у суспільстві, так і на міжнародному рівні.

За першим напрямом спостерігається значна кількість прикладів інтеграції національних та корпоративних інтересів у контексті залучення та просування пріоритетних питань, які характеризуються як чинники конкурентоспроможності. Яскравим кейсом є Китай, чия економічна політика є не просто декларованою підтримкою, а радше моделлю цільового управління розвитком ІТ-галузі в контексті агресивної політики просування інформаційного суспільства та інформаційної економіки. Ця політика КНР одночасно вважається успішною і проблемною через інтеграцію адміністративного управління та політики КПК у ринкові процеси, що призводить до конфлікту в системі відносин "влада-бізнес". З огляду на це, визначати такі відносини як перспективні чи гармонійні не доречно.

За другим напрямом спостерігається значна кількість успішних прикладів співпраці, і цей досвід характеризується позитивними оцінками. В умовах воєнної економіки України та з огляду на її вимушене мілітарне майбутнє, слід очікувати подальшої інтеграції ІТ-секто-

ру з військово-промисловим комплексом країни. Інформаційна економіка держави станом на 2025 рік демонструє високий рівень розвитку, має фундамент прискорених процесів цифровізації, розроблені технології для функціонування "цифрової влади", а також застосовує та вдосконалює різноманітний інструментарій впливу на недержавні та соціальні інституції.

Під час війни ці процеси стимулювалися з позиції покращення трикутнику відносин "влада-бізнес", "влада-населення", "бізнес-населення". Такі заходи комплексно посилювали управлінську безпеку та своєчасність соціальних та ділових комунікацій, що має велике значення в умовах військового стану [8]. Такий досвід на сьогодні є унікальним, а його результативність потребує комплексного вивчення та адаптування в умовах гібридної війни рф проти країн ЄС.

Третій напрям формує фундамент організації співпраці, який має забезпечити ефективність та результативність реалізації спільних проєктів. Він формує платформу єдності цих проєктів у вигляді руху до гармонійних відносин на засадах балансу інтересів. Прикладом цього є поява та масштабування у світі міст, чітко зорієнтованих на формування умов для життєдіяльності та ведення бізнесу представниками ІТ-сфери. Ця інновація в урбаністичних процесах набуває стрімкого поширення, і Кремнієва Долина (Silicon Valley) вже не розглядається як поодинокий прецедент.

В переліку міст, що сформували оптимальні умови для ІТ-підприємств та фахівців галузі, варто виділити Барселону, Торонто, Пекін, Мілан, Нью-Йорк, Ріо-де-Жанейро, Амстердам, Париж, Джакарту та Лісабон. Корпорація International Workplace Group провела порівняльний аналіз 26 міст світу щодо їхньої комфортності для дистанційної роботи [12]. Аналогічна тенденція спостерігається у багатьох країнах світу, де урядові структури зацікавлені у територіальній концентрації ІТ-бізнесу, нарощені потенціалу інновацій та успішному іміджі країни. У цих умовах стрімко відбувається інтеграція національних та корпоративних інтересів з метою нарощування інформаційної інфраструктури, синтезу виробничої та інформаційної сфер, а також активізації комерціалізації наукових і науково-практичних ідей.

Усі зазначені напрями є позитивним фактором, що стимулює розвиток різновекторних тематик з позиції впровадження системи знань у питаннях розширеного відтворення, цільової підтримки та успішності співпраці ІТ-підприємств з органами державної влади на всіх рівнях управління. До малодосліджених тематичних напрямів у сфері іміджеології майбутнього доцільно віднести такі питання:

— формування іміджу спільних цифрових проєктів, інфраструктури та цифрових платформ, створених у партнерстві ІТ-бізнесу та влади;

— перспективи розвитку кластерів, які об'єднують державні підприємства та ІТ-компанії;

— аналіз конфліктів інтересів та виявлення випадків порушення логіки діяльності державних інституцій та корпоративних структур;

— оцінювання впливу іміджу ІТ-підприємств на імідж країни та успішність проєктів цифровізації економіки;

— забезпечення безпеки відтворення національного продукту та мінімізація інформаційних загроз в умовах порушення конкурентного бізнес-середовища;

— встановлення нових стандартів інформаційної та ділової культури в контексті масштабування використання штучного інтелекту (ШІ);

— розробка нових вимог до організації ведення господарської діяльності та праці в умовах неконтрольованого застосування ШІ та потенційно небезпечних інформаційних продуктів і технологій;

— оцінювання іміджевої, політичної та неполітичної діяльності ІТ-підприємств, дослідження нових форм інформаційної влади та масштабування політичних (профспілкових, корпоративних) проєктів;

— вивчення іміджу окремих груп та поведінкових моделей найманих працівників ІТ-підприємств з позиції формування креативного сектору країни, а також аналіз його потреб та інтересів;

— дослідження культури лідерів ІТ-сфери, що охоплює професійний, комунікаційний, іміджево-маркетинговий та рекламний аспекти;

— оцінювання впливу корпоративної культури та стандартів соціального захисту ІТ-корпорацій на національні стандарти інформаційної, соціальної та освітньої культури.

Зазначені тематичні напрями є доволі актуальними, оскільки вони вже активно досліджуються та актуальні у запитих державних інституцій й на корпоративних вебсайтах, а також є предметом активного обговорення в соціальних мережах. З огляду на це, наукові дослідження мають оперативно реагувати на ці запити, беручи до уваги вимоги сучасної цифрової епохи та необхідність нарощування потенціалу науки й освіти [13; 14].

Саме дослідження зазначених питань створить передумови для узгодженості дій між органами влади, політичними інституціями, а також для ефективного планування та прогнозування розвитку країни й бізнесу в країні. Внаслідок цього заходи державної та галузевої політики набудуть нового значення. Це формує базис для гармонійного та збалансованого просування національних і корпоративних інтересів зі спільними векторами руху та значним потенціалом інтеграційних процесів (Табл. 2).

Для підприємств це є стимулом продукування інноваційних продуктів і технологій, а також передбачає зміну ставлення до внутрішнього та зовнішнього інформаційного простору як до платформи для гармонізації відносин з владою. Особливу увагу слід приділяти принципам змін у питаннях комунікаційного забезпечення, формування та ретельного ставлення до іміджу, бренду й реклами ІТ-компаній. Актуальним завданням постає можливість розробки та впровадження колективних дій на засадах обговорених ідей, спільних заходів, стратегічних програм та проєктів.

Характеристики розвитку національної інформаційної економіки, її іміджевих станів значно розширюються за рахунок включення в такий аналіз ІТ-підприємств та кластерів за участю ІТ-компаній. Імідж ІТ-підприємств значно виходить за межі корпоративного сектору, інформаційного ринку, проєктів та програм цифровізації, а це в підсумку і є імідж країни, що формує свою прогресивну модель інформаційної економіки та інформаційного суспільства. Саме тому аналіз іміджу ІТ-підприємств набуває стратегічного значення,

Таблиця 2. Потенціал досліджень інтеграційних процесів у системі взаємовідносин "імідж країни — імідж ІТ-підприємств" в контексті інформаційної економіки, що є актуальним на п'ятирічну перспективу

	Напрями дослідження в умовах інформаційної економіки	Імідж країни	Імідж ІТ-підприємств	Результат в системі балансу інтересів
1.	Вивчення та підтвердження спільних інтересів, що формують майбутній інформаційний простір країни	Валідація якості та успішності національного ділового середовища, що охоплює аналіз ефективності комунікаційних процесів та дослідження взаємовідносин у системі «влада-бізнес»	Оцінка потенціалу ресурсного забезпечення, що передбачає аналіз інтелектуального та знаннєвого, фінансового й комунікаційного компонентів.	Формування системного бачення трансформаційних змін та руху прогресу в ІТ-галузі, а також створення потенціалу для спільних дій, заходів та проєктів з метою гармонізації взаємовідносин. Це включає розробку стратегічних планів і проєктів з чітко визначеними векторами інновацій та інвестицій в ІТ-сектор.
2.	Спільні проєкти та інтегровані заходи в площині економіки	Міжнародне визнання країни як суб'єкта з розвинутою інформаційною економікою.	Розширення сфери інвестиційної, інноваційної, фінансової та ділової комунікаційної діяльності. Активна участь у процесах цифрової трансформації державного та галузевого управління.	Підвищення якості процесів стратегічного та тактичного планування. Формування екосистем між бізнесом та владою у форматах кластерів, технопарків та бізнес-асоціацій.
3.	Аналіз, оцінка успішності інтегрованих проєктів, якості виконання планів та завдань	Оцінювання прибутковості спільних проєктів та аналіз соціальних і змішаних ефектів цифровізації різних сфер життєдіяльності.	Оцінка прибутковості спільних проєктів та аналіз нарощування інвестиційного потенціалу з боку державних інституцій.	Активізація трансформаційних процесів у національному діловому середовищі. Якісні та гармонійні зміни інформаційної культури, безпеки ведення господарської діяльності.

Джерело: складено автором.

оскільки він прямо корелює з інвестиційною привабливістю держави, її технологічною конкурентоспроможністю на світовому ринку та рівнем довіри міжнародних партнерів. Дослідження іміджевих станів ІТ-сектору є не лише галузевим питанням, а фундаментальною передумовою для довгострокового соціально-економічного прогресу в країні.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Узагальнюючи наведені положення щодо формування й комплексного відображення іміджу країн та ІТ-підприємств в епоху інформаційної економіки, можна зробити висновок, що в цій системі взаємовідносин спостерігається загальна спрямованість у реалізації національних і корпоративних економічних інтересів. Ефективне використання такого потенціалу співпраці відкриває реальні можливості для прискорення інформаційного прогресу на засадах гармонійності та збалансованості. Це стосується не лише іміджевих та комунікаційних процесів, але й сприяє досягненню економічної стабільності, фінансової успішності та нарощенню конкурентного потенціалу ІТ-сектору.

Відповідно, в умовах нарощення комунікаційної активності та гострої потреби в узгодженні національних і корпоративних інтересів, дослідження іміджевих станів ІТ-сектору набуває стратегічного значення. Воно розглядається не лише як галузеве питання, а як фундаментальна передумова для забезпечення довгострокового соціально-економічного розвитку держави.

Література:

1. Кужелєв М.О. Формування парадигми корпоративної соціальної відповідальності в Україні. Економічний часопис-XXI. 2015. № 3—4 (1). С. 60—63.
2. Білозубенко В.С. Стратегії формування іміджу ІТ-підприємств у контексті розвитку інформаційної економіки. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2024. № 61. С. 91—97.
3. Храпкіна В.В., Матвієнко О.Д. Трансформація процесів розвитку інформаційної економіки та особливості повоєнного відновлення підприємств ІТ-сектору України. Трансформація бізнесу в контексті глобальних викликів сталого розвитку: монографія / під заг. ред. д.е.н., проф. Храпкіної В.В., к.е.н., доц. Пічак К.В. Київ: Видавничий дім "Києво-Могилянська академія", 2025. С. 168—192.

4. Діденко Є. О., Лавриниць М. С. Імідж підприємства як один з факторів його конкурентоспроможності. Geopolitical processes in the world today: Collection of scientific articles. — "East West" Association for Advanced Studies and Higher Education. Vienna, Austria, 2016. P. 23—27.

5. Пригодюк О. М., Парніков І. Є. Інформаційний менеджмент: стратегія комунікаційної безпеки малого та середнього бізнесу. SWorldJournal. 2024. № 28 (3). С. 95—105.

6. Баша І. М., Ремезь Ю. Б. Теоретичні та практичні засади іміджу підприємства в сучасних умовах. Економіка та суспільство. 2021. № 28. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-22> (дата звернення: 02.10.2025).

7. Pankova L., Uzbek D., Panchenko Y., Samoilenko A., Privarnikova I. Impact of digitalization on the protection and implementation of the national economic interests. Cuestiones Politicas. 2022. № 40 (74). P. 815—829.

8. Пригодюк О. М. Національні економічні інтереси України в парадигмі змін управлінської безпеки в умовах інформаційної економіки. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2023. № 17. С. 80—84.

9. Пальчик І. М., Желіховська М. В. Операційний менеджмент як основа формування конкурентоспроможності підприємства. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2022. Том 7. № 2. С. 246—252.

10. Uzbek D. Methodological and organisational foundations for the study of national economic interests in the context of the information economy. Sustainable Development: Modern Theories and Best Practices: Materials of the Monthly Int. Sci. and Pract. Conf. (Apr. 28-29, 2023). Tallinn: Teadmus O?, 2023. P. 24—27.

11. Кужелєв М. О. Імідж IT-підприємств в умовах нарощення потенціалу інформаційної економіки та інформаційного суспільства: стратегія та тактика. Науковий погляд: економіка та управління. 2024. № 1 (85). С. 162—167.

12. Колесник П. IT-шникам сподобається. Названо 10 ідеальних міст для віддаленої роботи. URL: <https://www.rbc.ua/rus/stylar/it-shnikam-spodobaetsya-nazvano-10-idealnih-1693407846.html> (дата звернення: 02.10.2025).

13. Кужелєв М. О. Сучасний стан фінансування української науки: проблеми та перспективи. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія "Економічні науки". 2015. Вип. 13/3. С. 129—131.

14. Дей М. О., Нечипоренко А. В. Проблеми фінансування освіти в контексті децентралізації управління в Україні. Management of higher education quality: problems and prospects. London: IASHE, 2017. С. 13—16.

References:

1. Kuzheliev, M.O. (2015), "Corporate social responsibility paradigm formation in Ukraine", Ekonomichnyi chasopys — XXI, vol. 3-4 (1), pp. 60-63.

2. Bilozubenko, V.S. (2024), "Strategies for forming the image of IT enterprises in the context of the development of the information economy", Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu, vol. 61, pp. 91—97.

3. Khrapkina, V.V. and Matvienko, O.D. (2025), "Transformation of the processes of development of the information economy and features of the post-war restoration of enterprises in the IT sector of Ukraine", Transformatsiia biznesu v konteksti hlobalnykh vyklykiv staloho rozvytku [Business transformation in the context of global challenges of sustainable development], Vydavnychiy dim "Kyievo-Mohylianska akademiia", Kyiv, Ukraine.

4. Didenko, Ye. O. and Lavrynets, M. S. (2016), "Enterprise image as one of the factors of its competitiveness", Geopolitical processes in the world today: Collection of scientific articles. "East West" Association for Advanced Studies and Higher Education, Vienna, Austria, pp. 23—27.

5. Pryhodiuk, O. M. and Parnikov, I. Ye. (2024), "Information management: strategy of communication security of small and medium business", SWorldJournal, vol. 28 (3), pp. 95—105.

6. Basha, I. M. and Remez, Yu. B. (2021), "Theoretical and practical principles of enterprise image in modern conditions", Ekonomika ta suspilstvo, vol. 28, <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-22>.

7. Pankova, L., Uzbek, D., Panchenko, Y., Samoilenko, A. and Privarnikova, I. (2022), "Impact of digitalization on the protection and implementation of the national economic interests", Cuestiones Politicas, vol. 40 (74), pp. 815—829.

8. Pryhodiuk, O. M. (2023), "National economic interests of Ukraine in the paradigm of management security changes in the conditions of the information economy", Tavriiskyi naukovyi visnyk. Seriya: Ekonomika, vol. 17, pp. 80—84.

9. Palchuk, I. M. and Zhelikhovska, M. V. (2022), "Operational management as the basis for building a company's competitiveness", Ukrainnyi zhurnal prykladnoi ekonomiky ta tekhniky, Vol. 7, No. 2. pp. 246—252.

10. Uzbek, D. (2023), "Methodological and organisational foundations for the study of national economic interests in the context of the information economy", Sustainable Development: Modern Theories and Best Practices: Materials of the Monthly Int. Sci. and Pract. Conf., Teadmus O?, Tallinn, April 28—29, pp. 24—27.

11. Kuzheliev, M.O. (2024), "Image of it enterprises in the conditions of increasing the potential of the information economy and information society: strategy and tactics", Naukovyi pohliad: ekonomika ta upravlinnia, vol. 1 (85), pp. 162—167.

12. Kolesnik, P. (2023), "IT specialists will like it. Named 10 ideal cities for remote work", available at: <https://www.rbc.ua/rus/stylar/it-shnikam-spodobaetsya-nazvano-10-idealnih-1693407846.html> (Accessed 2 October 2025).

13. Kuzheliev, M.O. (2015), "The current state of funding of Ukrainian science: problems and prospects", Scientific Bulletin of Kherson State University. Series "Economic Sciences", Vol. 13/3, pp. 129—131.

14. Dei, M.O. and Nechyporenko, A.V. (2017), "Problems of financing education in the context of decentralization of governance in Ukraine", Management of higher education quality: problems and prospects, IASHE, London, UK, pp. 13—17.

Стаття надійшла до редакції 06.10.2025 р.