

УДК 338.2

DOI: 10.60022/2(9)-52S

Боденко Андрій Іванович

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти

Харківський національний економічний університет імені Симона Кузнеця, Україна

Bodenko Andrii

PhD student of the Department of Marketing

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Ukraine

ORCID: 0009-0001-3960-7139

ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ ДИСТАНЦІЙНОЇ РОБОТИ РЕЛОКОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. В статті досліджено особливості формування сучасних моделей дистанційної роботи релокованих підприємств. Було обґрунтовано досвід іноземних вчених, які займаються питаннями формування базових організаційних моделей, що застосовуються у сфері дистанційної роботи. Встановлено, що з точки зору маркетингової діяльності релокованих підприємств, дистанційна робота відкриває нові можливості для інтеграції цифрових інструментів у бізнес-процеси. Доведено, що дистанційна робота стає ключовим елементом організаційної моделі, що дозволяє зберігати ефективність бізнес-процесів, підтримувати маркетингову активність та забезпечувати комунікацію між усіма учасниками економічних відносин.

Ключові слова: організаційна модель, дистанційна робота, релокація, підприємство, релоковані підприємства, розвиток.

FORMATION OF AN ORGANIZATIONAL MODEL OF TELECOMMUNICATION WORK OF RELOCATED ENTERPRISES

Abstract. The article examines the features of the formation of modern models of remote work of relocated enterprises. The experience of foreign scientists who deal with the formation of basic organizational models used in the field of remote work was substantiated. It was established that from the point of view of the marketing activities of relocated enterprises, remote work opens up new opportunities for the integration of digital tools into business processes. It is proven that remote work becomes a key element of the organizational model, which allows maintaining the efficiency of business processes, supporting marketing activity and ensuring communication between all participants in economic relations.

It is substantiated that traditional hierarchical and functional management models do not always meet the needs of relocated enterprises, since they are characterized by a rigid structure and low flexibility. It is proven that an important factor is the institutional support of remote work, which includes legal, social and cultural aspects. It was found that the most appropriate for relocated enterprises is a hybrid-network organizational model of remote work, which combines centralized management of key processes with decentralized coordination of remote teams, integrates digital platforms and communication tools, and also takes into account the institutional and cultural features of new markets. It was studied that verbal (descriptive) models are built on the basis of linguistic constructs, scientific theories, hypotheses, concepts, rules or laws of nature. Information models visualize the structure and relationships between system elements using graphs, schemes, diagrams, tables or flowcharts. Mathematical models describe quantitative dependencies between variables using formulas, equations, functions or inequalities. Ideal models are abstract constructs created by thinking tools, which can take the form of linguistic models, artistic images or conceptual representations.

Keywords: organizational model, remote work, relocation, enterprise, relocated enterprises, development.

Постановка проблеми. В останні роки спостерігається зростання ролі цифрових технологій та гнучких форматів зайнятості в умовах глобальних трансформацій економічного середовища. Масове переміщення підприємств внаслідок воєнних дій, економічних криз чи інших форс-мажорних обставин актуалізує потребу у створенні ефективних організаційних моделей, здатних забезпечити

безперервність бізнес-процесів, збереження конкурентних позицій та адаптацію маркетингової діяльності до нових умов. Дистанційна робота стає не лише інструментом оперативного реагування на виклики, але й стратегічним ресурсом, що дозволяє релокованим підприємствам інтегруватися у нові ринки, оптимізувати витрати та підвищувати продуктивність персоналу. Водночас відсутність усталених методичних підходів до організації дистанційної маркетингової діяльності у специфічних умовах релокації створює наукову прогалину, яка потребує системного осмислення та розробки практико-орієнтованих рішень. Таким чином, дослідження організаційної моделі дистанційної роботи релокованих підприємств є важливим для формування сучасних управлінських стратегій, спрямованих на забезпечення стійкості бізнесу, інноваційного розвитку та ефективної інтеграції у цифрову економіку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання формування та забезпечення організаційної моделі дистанційної роботи релокованих підприємств присвячено праці багатьох вчених, а саме: Capone, V., Schettino, G., Marino, L., Camerlingo, C., Smith, A. [1] Maity, R., Lee, K. L. [2], Ngwira, V. A., Soko, Y. M. [3], Frigg, R., Hartmann [4], Kenney, M., Zysman, J. [5], Srnicek, N. [6]. Питання формування нових форм зайнятості присвячено роботи українських вчених Лібанової Е. М., [7] Колота А. М. [8], Дощенко А. В. [9] та інших. Проте питання формування ефективної організаційної моделі дистанційної роботи релокованих підприємств потребують більш широкого дослідження враховуючи глобальний динамічний розвиток цифрових технологій.

Мета статті полягає у дослідженні особливостей формування організаційної моделі дистанційної роботи релокованих підприємств.

Виклад основного матеріалу. Організаційні моделі дистанційної роботи релокованих підприємств є предметом активних наукових дискусій у сучасній економічній та управлінській літературі. В умовах глобальних трансформацій, спричинених пандемією COVID-19, воєнними конфліктами та економічними кризами, підприємства змушені адаптуватися до нових форматів діяльності, серед яких дистанційна робота стала не лише вимушеним рішенням, але й стратегічним інструментом забезпечення стійкості бізнесу. Як зазначають Капонне [1], перехід до дистанційних та гібридних моделей роботи визначив нову «нормальність» для організацій, що прагнуть зберегти продуктивність і добробут працівників у постпандемічному середовищі.

В науковій літературі виділяють кілька базових організаційних моделей, що застосовуються у сфері дистанційної роботи [2]:

- ієрархічна модель, яка характеризується чіткою вертикаллю управління та високим рівнем контролю. Вона ефективна для забезпечення дисципліни, проте менш адаптивна до умов швидких змін;
- функціональна модель, що ґрунтується на розподілі завдань за функціональними напрямками (маркетинг, фінанси, виробництво). В дистанційному форматі вона потребує цифрових систем координації та комунікації;
- матрична модель, яка поєднує функціональний та проектний підходи, дозволяючи працівникам одночасно взаємодіяти з кількома керівниками;
- гібридні та мережеві моделі, що інтегрують цифрові платформи, хмарні технології та інструменти колективної роботи.

Згідно з дослідженням Мейті та Лі [2], саме використання гібридних моделей дозволяє малим і середнім підприємствам зберігати продуктивність у постпандемічному середовищі, забезпечуючи баланс між гнучкістю та контролем. Автори підкреслюють, що дистанційна робота не є тимчасовим явищем, а стає довгостроковою стратегією, яка формує нові організаційні практики.

Особливу увагу слід приділити мережевим моделям, які базуються на принципах децентралізації та горизонтальних комунікацій. Як зазначає Нгвіра та Соко [3], такі моделі дозволяють ефективно управляти віртуальними командами, забезпечуючи високий рівень співпраці та інноваційності. Для релокованих підприємств це означає можливість інтеграції у нові бізнес-екосистеми без значних витрат на фізичну інфраструктуру.

Важливим аспектом є також інституційне забезпечення дистанційної роботи, яке включає правові, соціальні та культурні чинники. У багатьох країнах саме законодавчі рамки визначають можливості підприємств щодо організації дистанційної діяльності.

З точки зору маркетингової діяльності релокованих підприємств, дистанційна робота відкриває нові можливості для інтеграції цифрових інструментів у бізнес-процеси. Як показують результати систематичного огляду Мейті та Лі [2], саме використання цифрових платформ для комунікацій та управління проектами дозволяє підприємствам зберігати конкурентоспроможність навіть у складних

умовах. Це підтверджує тезу про те, що організаційні моделі дистанційної роботи повинні бути тісно пов'язані з цифровими технологіями.

Отже, вибір організаційної моделі дистанційної роботи релокованих підприємств визначається низкою детермінант, серед яких:

- глобальні трансформації економічного середовища, які вимагають нових форм організації праці;
- необхідність забезпечення стійкості бізнесу в умовах релокації та інтеграції у нові ринки;
- зростаюча роль цифрових технологій, що формують нові можливості для управління та комунікацій;
- потреба у розробці методичних підходів, які враховують специфіку дистанційної маркетингової діяльності.

Організаційна модель дистанційної роботи релокованих підприємств є предметом особливої уваги сучасної економічної науки, оскільки вона визначає здатність бізнесу адаптуватися до нових умов функціонування та забезпечувати стійкість у періоди кризових трансформацій. У контексті глобалізації та цифровізації економічного середовища релокація підприємств виступає не лише як вимушений процес, спричинений зовнішніми викликами, але й як стратегічний інструмент інтеграції у нові ринки. Відповідно, дистанційна робота стає ключовим елементом організаційної моделі, що дозволяє зберігати ефективність бізнес-процесів, підтримувати маркетингову активність та забезпечувати комунікацію між усіма учасниками економічних відносин.

Наукові дослідження свідчать, що традиційні ієрархічні та функціональні моделі управління не завжди відповідають потребам релокованих підприємств, оскільки вони характеризуються жорсткою структурою та низькою гнучкістю. Як зазначають Капонне [1], у постпандемічному середовищі саме гнучкі організаційні моделі, що поєднують дистанційні та офлайн-елементи, забезпечують баланс між продуктивністю та добробутом працівників. У цьому контексті найбільш перспективними є гібридні та мережеві моделі, які інтегрують цифрові платформи, хмарні технології та інструменти колективної роботи.

Мейті та Лі [2] підкреслюють, що гібридні моделі дозволяють малим і середнім підприємствам зберігати конкурентоспроможність, оскільки вони забезпечують адаптивність до змін ринкового середовища та одночасно підтримують високий рівень контролю за бізнес-процесами. Для релокованих підприємств це означає можливість швидкої інтеграції у нові економічні простори без втрати стратегічних орієнтирів.

Особливе значення має мережевий підхід, який базується на принципах децентралізації та горизонтальних комунікацій. Нгвіра та Соко [3] зазначають, що мережеві моделі сприяють ефективному управлінню віртуальними командами, забезпечуючи високий рівень співпраці та інноваційності. Для релокованих підприємств це критично важливо, адже вони часто змушені формувати нові команди у різних географічних локаціях та інтегрувати їх у єдину бізнес-екосистему.

Важливим чинником є також інституційне забезпечення дистанційної роботи, яке включає правові, соціальні та культурні аспекти. У країнах Європейського Союзу активно розробляються нормативні акти, що регулюють права працівників на дистанційну зайнятість, питання безпеки даних та цифрової інфраструктури. Це створює передумови для формування організаційних моделей, які враховують не лише внутрішні управлінські потреби, але й зовнішні інституційні вимоги.

Таким чином, найбільш доцільною для релокованих підприємств є гібридно-мережева організаційна модель дистанційної роботи, яка поєднує централізоване управління ключовими процесами з децентралізованою координацією віддалених команд, інтегрує цифрові платформи та інструменти комунікації, а також враховує інституційні та культурні особливості нових ринків. Вибір саме такої моделі забезпечує стійкість бізнесу, підвищує його адаптивність та сприяє інноваційному розвитку в умовах цифрової економіки.

В сучасних умовах цифрової трансформації та глобальних викликів, пов'язаних із релокацією підприємств, організація дистанційної роботи набуває особливої актуальності. Вибір теоретичної моделі, яка здатна репрезентувати складну багаторівневу систему управління маркетинговою діяльністю в умовах релокації, має ґрунтуватися на поєднанні системного, інституційного та технологічного підходів.

У методології наукового моделювання прийнято розрізняти кілька базових видів теоретичних моделей, які відображають різні способи репрезентації знання та структурування складних систем. Як зазначають Фріг і Хартман [4], моделі можуть бути словесними (описовими), інформаційними,

математичними, логічними та ідеальними.

Словесні (описові) моделі будуються на основі мовних конструкцій, наукових теорій, гіпотез, концепцій, правил чи законів природи. Вони використовуються для формулювання загальних положень, пояснення явищ та визначення базових принципів функціонування систем. Вони є фундаментом для створення інших типів моделей, оскільки задають концептуальну рамку дослідження.

Інформаційні моделі візуалізують структуру та зв'язки між елементами системи за допомогою графів, схем, діаграм, таблиць чи блок-схем. Це дозволяє відобразити складні процеси у зрозумілій формі, показати взаємодію між компонентами та рівнями системи. Інформаційні моделі особливо ефективні для організації дистанційної роботи, оскільки вони демонструють архітектуру цифрових платформ, комунікаційні канали та потоки маркетингових процесів. Саме цей тип моделі є найбільш придатним для гібридно-мережевої організаційної структури релокованих підприємств.

Математичні моделі описують кількісні залежності між змінними за допомогою формул, рівнянь, функцій чи нерівностей. Вони застосовуються для прогнозування, оптимізації та аналізу ефективності систем. В контексті дистанційної роботи математичні моделі можуть використовуватися для розрахунку продуктивності команд, визначення економічної ефективності використання платформ чи моделювання впливу релокації на фінансові показники підприємства.

Логічні моделі визначають послідовність дій або алгоритм функціонування системи. Вони застосовуються для опису процесів управління, прийняття рішень чи виконання операцій. Логічні моделі можуть бути представлені у вигляді алгоритмів, які описують порядок взаємодії між учасниками дистанційної роботи, наприклад, алгоритм комунікації між маркетинговим департаментом та автоматизованими агентами.

Ідеальні моделі є абстрактними конструкціями, створеними засобами мислення, які можуть мати форму мовних моделей, художніх образів чи концептуальних уявлень. Ідеальні моделі використовуються для формування уявлень про бажаний стан системи, її ідеальну структуру чи функціонування. У сфері організації дистанційної роботи ідеальні моделі можуть описувати концепцію «ідеальної платформи», яка забезпечує максимальну ефективність комунікацій, управління та аналітики [10].

Таким чином, кожен вид теоретичної моделі має своє призначення: словесні моделі формують концептуальну основу, інформаційні - візуалізують структуру та зв'язки, математичні - описують кількісні залежності, логічні - визначають алгоритми дій, ідеальні - створюють абстрактні уявлення про бажаний стан системи. Для побудови гібридно-мережевої організаційної моделі дистанційної роботи релокованих підприємств найбільш доцільним є використання інформаційної моделі, оскільки вона дозволяє репрезентувати багаторівневу архітектуру управління маркетингом на засадах платформенної економіки, інтегруючи стратегічні, організаційні та технологічні компоненти в єдину систему. Водночас постає питання концептуального підґрунтя такої моделі, адже її ефективність визначається не лише структурною побудовою, але й економічною логікою, у межах якої вона функціонує.

Ключовим концептуальним підґрунтям для побудови інформаційної моделі виступає платформенна економіка - нова форма організації економічної діяльності, що базується на цифрових платформах, мережевих ефектах та алгоритмічному управлінні. Як зазначають Кеней і Зісман [5], платформна логіка оперує даними як ключовим ресурсом; саме дані, аналітика та алгоритмічні механізми узгодження сторін забезпечують масштабованість, адаптивність і зниження транзакційних витрат для релокованих підприємств [6]. Платформи виконують функцію інфраструктурного каркасу, що забезпечує взаємодію між учасниками маркетингових процесів, автоматизацію операцій та аналітичну підтримку прийняття рішень. В організаційному вимірі це транслюється в гібридні конфігурації: частина функцій централізована (стратегія, бренд, комплаєнс, data governance), частина - мережево-дистрибутивна (кампанії, креатив, локальні активації), а платформи виступають операційним каркасом для координації та контролю [11].

Отже, інформаційна модель, побудована на засадах платформенної економіки, дозволяє:

репрезентувати багаторівневу архітектуру управління маркетингом, яка включає стратегічні передумови (фактори релокації, цифрову інфраструктуру, організаційну готовність), платформну архітектуру (комунікаційно-координаційний та операційний шари), структуру команди (core team та автоматизовані агенти) та потік маркетингових процесів (дослідження ринку, формування маркетингу, контент-продаж, аналітика);

зафіксувати та зробити прозорими критичні зв'язки: інтеграцію платформ (комунікаційних і CRM/ads), правила маршрутизації завдань, межі відповідальності та точки контролю якості;

зробити модель придатною до формалізації: поверх візуальних блоків легко накладаються

логічні алгоритми (SOP, регламенти, SLA) та математичні показники (KPI, метрики продуктивності й ефективності витрат).

Таким чином, інформаційна модель забезпечує описову чіткість і операційну придатність: вона водночас є концептуальним представленням системи та основою для впровадження регламентів і метрик. Для релокованих підприємств це означає можливість системно картографувати нові інституційні середовища, забезпечити переносимість процесів маркетингу через платформні інтерфейси, швидко переналаштовувати ланцюги створення попиту та встановлювати прозорі канали звітності на базі спільних даних (рис. 1). Побудована організаційна модель дистанційної роботи релокованих підприємств відображає багаторівневу структуру управління та взаємодії. Для повного розуміння її логіки доцільно здійснити детальний розгляд кожного блоку окремо.



Рис.1. Організаційна модель дистанційної роботи релокованих підприємств
Джерело: сформовано автором

Такий підхід дозволяє не лише візуалізувати загальну архітектуру, але й проаналізувати функціональне призначення кожного рівня, його роль у забезпеченні ефективності гібридно-мережевої організації та інтеграції маркетингових процесів у платформенне середовище.

Блок 1. Стратегічний рівень: передумови та середовище. Стратегічний рівень інформаційної моделі дистанційної роботи релокованих підприємств визначає фундаментальні умови та передумови, у межах яких формується організаційна архітектура гібридно-мережевої взаємодії. Він охоплює три ключові складові: фактори релокації, цифрову інфраструктуру та організаційну готовність.

БЛОК 2. Архітектурний рівень: платформна система управління. Архітектурний рівень інформаційної моделі дистанційної роботи релокованих підприємств визначає технологічну основу, на якій вибудовується вся система управління. Він забезпечує узгодженість між стратегічними передумовами та організаційними процесами, створюючи інфраструктуру для ефективної взаємодії команд, реалізації маркетингових функцій та інтеграції даних. У цьому блоці виділяються три ключові компоненти: цифрові інструменти координації та комунікації, маркетингові й операційні платформи, а також інтеграційні механізми.

БЛОК 3. Організаційний рівень: структура дистанційної праці. Організаційний рівень інформаційної моделі дистанційної роботи релокованих підприємств визначає внутрішню побудову системи, її кадрову архітектуру та логіку розподілу функцій. Якщо стратегічний рівень задає рамки та передумови, а архітектурний - технологічну основу, то саме організаційний рівень формує практичну структуру взаємодії людей і цифрових агентів, забезпечуючи узгодженість між цілями та інструментами. Він охоплює три ключові складові: основну команду (core team), зовнішні ресурси та автоматизованих агентів, а також робочі потоки (workflows), що визначають маршрутизацію завдань і контроль їх виконання.

БЛОК 4. Процесний рівень: потік маркетингових операцій. Процесний рівень інформаційної моделі дистанційної роботи релокованих підприємств визначає логіку функціонування маркетингових операцій, які забезпечують досягнення стратегічних цілей у новому середовищі. Якщо стратегічний рівень задає рамки, а архітектурний - технологічну основу, то процесний рівень є практичним механізмом реалізації маркетингової діяльності. Він охоплює чотири ключові етапи: дослідження ринку, формування стратегії, реалізацію контенту та кампаній, а також аналітику й зворотний зв'язок. Кожен із цих етапів має власну логіку, інструменти та результати, але водночас вони утворюють єдиний замкнений цикл, що забезпечує постійне вдосконалення бізнес-моделі.

БЛОК 5. Регулятивний рівень: логіка взаємодії. Регулятивний рівень інформаційної моделі дистанційної роботи релокованих підприємств виконує функцію системи правил, норм та алгоритмів, які забезпечують узгодженість між стратегічними цілями, архітектурними рішеннями, організаційною структурою та процесними потоками. Якщо попередні рівні визначають «що» і «як» робити, то регулятивний рівень відповідає на питання «за якими правилами» та «з якою мірою контролю» здійснюється діяльність. Він охоплює три ключові складові: централізоване управління, мережеве управління та формалізацію процесів.

Висновки. Таким чином, дистанційна робота релокованих підприємств у платформенній економіці постає не тимчасовим компромісом, а структурно вмотивованою стратегією з виразними перевагами у продуктивності, швидкості адаптації та доступі до ринкових можливостей. Запропонована інформаційна організаційна модель забезпечує необхідну узгодженість між рівнями, перетворюючи концептуальні принципи на операційні практики і створюючи умови для масштабованого, інтероперабельного та резилієнтного функціонування. Її практична імплементація вимагає чітко визначеного інструментарію - від платформ координації та управління даними до засобів автоматизації, аналітики й забезпечення комплаєнсу. Саме до розгляду цього прикладного виміру - інструментів, технологій та процедур, що уможливають організацію дистанційної роботи на релокованих підприємствах і забезпечують операційне втілення описаної моделі.

Література

1. Capone, V., Schettino, G., Marino, L., Camerlingo, C., Smith, A., & Depolo, M. (2024). The new normal of remote work: exploring individual and organizational factors affecting work-related outcomes and well-being in academia. *Frontiers in Psychology*, 15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1340094>
2. Maity, R., & Lee, K. L. (2025). The impact of remote and hybrid work models on SMEs productivity: a systematic literature review. *SN Business & Economics*, 5(158). URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s43546-025-00931-7> (дата звернення 02.12.2025).

3. Ngwira, V. A., & Soko, Y. M. (2024). The Evolving Landscape of Remote Work: A Critical Review of Challenges and Emerging Trends. *Management of Sustainable Development*, 16(2). DOI: <https://doi.org/10.54989/msd-2024-0018>
4. Frigg, R., & Hartmann, S. (2020). *Models in Science*. In E. N. Zalta (Ed.), The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Fall 2020 Edition). *Stanford University*. URL: <https://philpapers.org/rec/FRIMIS> (дата звернення 02.12.2025).
5. Kenney, M., & Zysman, J. (2016). The Rise of the Platform Economy. *Issues in Science and Technology*, 32(3). URL: https://www.researchgate.net/publication/309483265_The_Rise_of_the_Platform_Economy (дата звернення 02.12.2025).
6. Srnicek, N. (2017). Platform Capitalism. *Polity Press*. URL: <https://mudancatecnologicaedinamicacapitalista.wordpress.com/wp-content/uploads/2019/02/platform-capitalism.pdf> (дата звернення 01.12.2025)
7. Libanova, E. M., Pozniak, O. V., & Tsymbal, O. I. (2022). Masshtaby ta naslidky vymushenoї mihratsii naselennia Ukrainy vnaslidok zbroinoї ahresii Rosiiskoi Federatsii [Scale and Consequences of Forced Migration of the Population of Ukraine as a Result of Armed Aggression of the Russian Federation]. *Demohrafiia ta sotsialna ekonomika - Demography and Social Economy*, 2 (48), 37-57. <https://doi.org/10.15407/dse2022.02.037>
8. Колот А. М. Якість зайнятості за нової соціоекономічної реальності: теоретико-методологічні засади / А. М. Колот, І. О. Рябоконь, Ю. М. Бабій // *Соціально-трудові відносини: теорія та практика : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана, Ін-т соц.-труд. відносин ; [редкол.: А. М. Колот (голова) та ін.]. Київ : КНЕУ, 2024. № 14, ч. 1. – С. 12–27.*
9. Дощенко А. В. Розвиток дистанційної зайнятості як складова трансформації соціально-трудої сфери. *Ринок праці та зайнятість населення*. 2014. - № 4. - С. 21-25.
10. Grigoriadou, V., & Coutelieris, F. (2024). Towards a Categorization of Scientific Models. *Logos & Episteme*, XV(4), 425–444. URL: https://www.pdcnet.org/collection/fshow?id=logos-episteme_2024_0015_0004_0425_0444&pdfname=logos-episteme_2024_0015_0004_0425_0444.pdf&file_type=pdf (дата звернення 01.12.2025)
11. Parker, G., Van Alstyne, M., & Choudary, S. (2017). Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy. *W. W. Norton & Company*. <https://doi.org/10.33077/uw.24511617.ms.2017.68.418>

References

1. Capone, V., Schettino, G., Marino, L., Camerlingo, C., Smith, A., & Depolo, M. (2024). Nova norma distancijnoi roboti doslidgeniya individualnih ta organizacijnih factoriv sho vplivayt na rezultati roboti ta dobrobut v akademichnih skolah [The new normal of remote work: exploring individual and organizational factors affecting work-related outcomes and well-being in academia]. *Frontiers in Psychology*, 15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1340094>
2. Maity, R., & Lee, K. L. (2025). Vpliv modelei distancijnoi ta gibridnoi roboti na productivnist malih ta srednih pidpriemstv sistemacijnii oglid literaturi [The impact of remote and hybrid work models on SMEs productivity: a systematic literature review]. *SN Business & Economics*, 5(158). URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s43546-025-00931-7> (accessed 02.12.2025).
3. Ngwira, V. A., & Soko, Y. M. (2024). Evolysiiia landshatu viddalenoї roboti kriticinii oglid viklikiv ta tendencii [The Evolving Landscape of Remote Work: A Critical Review of Challenges and Emerging Trends]. *Management of Sustainable Development*, 16(2). DOI: <https://doi.org/10.54989/msd-2024-0018>
4. Frigg, R., & Hartmann, S. (2020). Modeli v nauci [Models in Science. In E. N. Zalta (Ed.), The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Fall 2020 Edition)]. *Stanford University*. URL: <https://philpapers.org/rec/FRIMIS> (accessed 02.12.2025).
5. Kenney, M., & Zysman, J. (2016). Pidneseniya plarformenoi ekonomiki [The Rise of the Platform Economy]. *Issues in Science and Technology*, 32(3). URL: https://www.researchgate.net/publication/309483265_The_Rise_of_the_Platform_Economy (accessed 02.12.2025).
6. Srnicek, N. (2017). Platformenii kapitalizm [Platform Capitalism]. *Polity Press*. URL: <https://mudancatecnologicaedinamicacapitalista.wordpress.com/wp-content/uploads/2019/02/platform-capitalism.pdf> (accessed 01.12.2025)
7. Libanova, E. M., Pozniak, O. V., & Tsymbal, O. I. (2022). Mastabi ta naslidki vimushenoї migracii naselenia ukraini v naslidok zbroinoї agresii rosiiskoi federacii [Masshtaby ta naslidky vymushenoї mihratsii

naselennia Ukrainy vnaslidok zbroinoi ahresii Rosiiskoi Federatsii] [*Scale and Consequences of Forced Migration of the Population of Ukraine as a Result of Armed Aggression of the Russian Federation*]. *Demohrafiia ta sotsialna ekonomika - Demography and Social Economy*, 2 (48), 37-57. <https://doi.org/10.15407/dse2022.02.037>

8. Kolot A. M. (2024). Yakist zainiatosti za novoy socialno-economicnoy realnistya teoretiko-metodologicni zacadi [Quality of employment in the new socio-economic reality: theoretical and methodological principles] / A. M. Kolot, I. O. Ryabokon, Yu. M. Babiyy // *Social and labor relations: theory and practice: collection of scientific works / Ministry of Education and Science of Ukraine, Kyiv. Vadym Hetman National Economic University, Institute of Social and Labor Relations*; [editor: A. M. Kolot (chairman) and others]. Kyiv: KNEU, No. 14, part 1. P. 12–27.

9. Doshchenko A. V. (2014). Rozvitok distanciinoi zaniatosti iak skladova transformacii sociakno-trudovoi sferi [Development of remote employment as a component of the transformation of the social and labor sphere]. *Labor market and population employment*. No. 4. P. 21-25.

10. Grigoriadou, V., & Coutelieris, F. (2024). Na shlihu do kategorizacii modelei [Towards a Categorization of Scientific Models]. *Logos & Episteme*, XV(4), 425–444. URL: https://www.pdcnet.org/collection/fshow?id=logos-episteme_2024_0015_0004_0425_0444&pdfname=logos-episteme_2024_0015_0004_0425_0444.pdf&file_type=pdf (accessed 01.12.2025)

11. Parker, G., Van Alstyne, M., & Choudary, S. (2017). Revolysiiia platform iak meregevi rinki transformuyt ekonomiku [Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy]. *W. W. Norton & Company*. <https://doi.org/10.33077/uw.24511617.ms.2017.68.418>