

МІНЕНКО Михайло Анатолійович,

доктор економічних наук, професор,
Національний університет оборони України, Київ, Україна,
<https://orcid.org/0000-0002-7492-3196>

МІНЕНКО Людмила Миколаївна,

доктор філософії,
Національний університет оборони України, Київ, Україна,
<https://orcid.org/0000-0003-0249-9856>

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПІД ЧАС РЕАЛІЗАЦІЇ ФУНКЦІЇ АДМІНІСТРАТИВНОГО МАРКЕТИНГУ ЯК УМОВА РАЦІОНАЛЬНОГО ФОРМУВАННЯ БАЗ ДАНИХ ДЛЯ ДІЄВОГО ПРОВЕДЕННЯ ВОЄННИХ ІГОР СТРАТЕГІЧНОГО РІВНЯ

Мета статті. Обґрунтування використання інформаційних технологій для реалізації функції адміністративного маркетингу, що являється умовою раціонального формування загальної, спеціальних і закритих баз даних, як гарантії дієвого проведення воєнних ігор стратегічного рівня.

Методи дослідження. У процесі написання статті вжито такі методи: діалектичний (для творення нових і вдосконалення вживаних тверджень щодо змісту базових термінів та ідей); аналізу та синтезу (оцінювання складових об'єкту дослідження для виявлення взаємозв'язків, обґрунтування об'єднання їх потенціалу і досягнення визначеної мети); моделювання (для візуалізації об'єктів і процесів заради обґрунтування їх прикладної ваги); структурно-функціонального аналізу (для розгляду моделей як систем, елементи яких мають значення щодо забезпечення їх стабільності та рівноваги); табличний (представлення об'єкту дослідження в упорядкованому вигляді для аналізування його складових)

Отримані результати дослідження. Складено лексеми: воєнна гра стратегічного рівня; новітні інформаційні технології; кібербезпека; бази даних для проведення воєнних ігор стратегічного рівня; адміністративний маркетинг, як функція адміністративного менеджменту; адміністративний маркетинг, як різновид професійної діяльності. Побудовано й описано моделі: здобуття бажаних конкурентних і репутаційних переваг через ухвалення чинного адміністративного рішення, використовуючи потенціал процесів воєнних ігор стратегічного рівня; збору і використання загальної, спеціальної і закритої інформації для проведення воєнних ігор стратегічного рівня. Вказано, що за рахунок використання ресурсу функції адміністративного маркетингу та потенціалу сучасних інформаційних технологій можуть бути створені бази даних загальної, спеціальної і закритої інформації, які сприятимуть ефективному проходженню ігрового дійства й ухваленню оптимальних адміністративних рішень. Проаналізовано перелік доцільних цифрових технологій.

Елементи наукової новизни. Вперше сформовано визначення термінів: бази даних для проведення воєнних ігор стратегічного рівня; адміністративний маркетинг, як функція адміністративного менеджменту. Також, побудовано модель збору і використання загальної, спеціальної та закритої інформації для проведення воєнних ігор стратегічного рівня. Удосконалено сутність термінів: воєнна гра стратегічного рівня; новітні інформаційні технології; кібербезпека; адміністративний маркетинг, як різновид професійної діяльності. Отримали подальший розвиток: модель здобуття бажаних конкурентних і репутаційних переваг через ухвалення чинного адміністративного рішення, використовуючи потенціал процесів воєнних ігор стратегічного рівня; підхід до використання сучасних інформаційних технологій заради збору необхідних даних, формування (на їх основі) відповідних сховищ інформації й кіберзахисту останніх.

Теоретична та практична значущість. Нові та вдосконалені дефініції лексем, методика їх практичного використання посилять теоретичний базис для обґрунтування місця і ролі дослідженого у загальній теорії воєнних ігор. Побудовані моделі цілеспрямовуватимуть всіх причетних реально оцінювати свій функціональний статус, розуміти продукт, що вони мають напрацювати, кому його передати заради отримання бажаних результатів. Аналізування ваги функції адміністративний маркетинг, враховуючи потенціал цифрових технологій, допоможе формувати і захищати загальну, спеціальні й закриті бази даних їх утворювачам (розпорядникам, користувачам). Виконане дослідження сприяло досягненню поставленої мети. Послідовно обґрунтовано сукупне значення сучасних інформаційних технологій і ресурсного потенціалу функції адміністративного маркетингу щодо побудови баз даних, які необхідні заради дієвого проведення воєнних ігор стратегічного рівня. Отримане, спонукатиме до нових наукових розвідок.

Ключові слова: цифрові технології, адміністративне накопичення цільової інформації, загальне, спеціальні й закриті сховища даних, зацікавлені особи воєнного дійства, конкурентні та репутаційні переваги.

Вступ

Різноманітна палітра сучасних інформаційних технологій та їх прикладний потенціал забезпечує можливість використання останніх упродовж проведення всього процесу воєнної гри стратегічного рівня. Одним із головних напрямів застосування цифрових технологій, за таких умов, являється адміністративне накопичення інформації в загальних, спеціальних і закритих сховищах даних. Тобто, фактично, цифрові технології сприяють ефективній реалізації функції адміністративного маркетингу, забезпечуючи кардинальну роль означеної щодо якісно-змістовного наповнення відповідних баз даних, гарантуючи продуктивне та результативне налаштування і проведення воєнного дійства. У зв'язку з цим, окреслене являється особливо важливим напрямом адміністративної діяльності, так як складає основу раціонального проходження ігрового процесу й сприяє ухваленню чинного адміністративного рішення з метою розв'язання ідентифікованої державної проблеми заради задоволення певної національної потреби. Саме тому, актуальна закономірність і прикладне значення проведеного дослідження, для сьогодення, поза будь-яким сумнівом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Теоретико-методологічну основу дослідження становлять праці вітчизняних учених із питань воєнних ігор, адміністративного менеджменту, цифровізації та функціонування оборонної сфери, навчальна література, а також нормативно правові акти, офіційні відомчі ресурси та сайти відповідних компаній, що є розробниками розглянутих цифрових технологій¹. Самоцитування першого автора пояснюється використанням результатів попередніх наукових робіт у межах обраної тематики та її подальшого дослідження. Зокрема, у працях [1; 2] висвітлюються організаційно-методичні основи проведення стратегічних воєнних ігор та їх роль як сучасного способу забезпечення якості військової освіти. У роботах [4; 5] розглядаються питання цифровізації глобалізаційних процесів та адміністрування діяльності оборонних структур в умовах війни з російською федерацією. Натомість, у [9; 11] охарактеризовано особливості адміністрування діяльності підприємств (організацій, установ) в умовах глобалізації економіки та цифрових трансформацій. Значна увага надається розкриттю умов, що сприяють цілеспрямовано стійкому розвитку і набуттю бажаних конкурентних та репутаційних переваг юридичною особою.

У Законі України «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України» визначено офіційну термінологію, правові та організаційні основи функціонування національної системи кібербезпеки, а також повноваження державних органів у цій сфері тощо [6]. Враховуючи означений закон і завдяки офіційним ресурсам Міністерства оборони України [7; 8], а також цифровій платформі Електронної академії НАТО DEEP eAcademy [3], автори удосконалили лексему «кібербезпека», запропонували термін «бази

даних для проведення воєнних ігор стратегічного рівня» та означити ролі національних і міжнародних утворювачів, у тому числі, розпорядників інформаційних джерел та прямих користувачів Баз даних, а також потенційних Учасників (Дублерів) ігрового процесу (рис. 2).

На основі аналізу навчальної літератури з адміністративного менеджменту та маркетингу [10; 12; 13; 14] були введені в науковий обіг і визначені лексеми «адміністративний маркетинг, як функція адміністративного менеджменту» і «адміністративний маркетинг». Крім того, було виокремлено практичні дії, необхідні для реалізації функції адміністративного маркетингу, та окреслено компетентнісні спроможності штатних кадрових Виконавців.

Узагальнюючи зазначимо, що аналіз джерел дав змогу систематизувати теоретичні підходи до адміністративного маркетингу, воєнних ігор та цифровізації управлінських процесів. Незважаючи на наявність літератури, що є дотичною до теми статті, питання практичної реалізації функції адміністративного маркетингу через інформаційні технології для формування баз даних, що забезпечують ефективне проведення воєнних ігор стратегічного рівня, залишається недостатньо висвітленим, що підтверджує актуальність дослідження.

Метою статті є обґрунтування використання інформаційних технологій для реалізації функції адміністративного маркетингу, що являється умовою раціонального формування загальної, спеціальних і закритих баз даних, як гарантії дієвого проведення воєнних ігор стратегічного рівня.

Виклад основного матеріалу дослідження

Воєнна гра (англ. *wargame*) *стратегічного рівня* – це сучасний спосіб задовольнити національну потребу за рахунок цілеспрямовано-професійного розв'язання ідентифікованої державної проблеми, застосовуючи поєднання дій, операцій, стадій, етапів, фаз, циклів і процедур реалізації певного процесу організування злагодженої роботи компетентнісно спроможних й психологічно підготовлених та, що важливо, належно поінформованих Кадрових виконавців і безпосередніх Учасників (Дублерів), які, за належних обставин, виконуючи конкретні ролі у воєнній грі певного типу із з'ясованими класифікаційними ознаками, відповідально усвідомлюючи потенційні персональні й колективні наслідки, конструктивно продукують обґрунтовані пропозиції, використовуючи персональні судження і генеруючи творчі ідеї, внаслідок чого послідовно сприяють формуванню офіційних висновків державним Замовником наукової продукції (завдяки аналізуванню здобутих підсумків ігрового процесу) та, у випадку позитивного ефекту, дають реальні підстави інституціональному Споживачу отриманих результатів (іншій заінтересованій стороні) фахово схвалити чинне адміністративне рішення, –

стратегічно важливе для національного та/або інституціонального стійкого розвитку, заради здобуття бажаних конкурентних і репутаційних переваг [сформовано авторами за результатами дослідження з використанням 1]. Тобто, у нашому випадку, національна потреба, з'ясована інституціональним Споживачем отриманих результатів (далі – Споживач), задовольняється за рахунок розв'язання ідентифікованої державної проблеми (далі – проблема), використовуючи сукупний потенціал функції адміністративного маркетингу й сучасних цифрових технологій, а також, механізму ухвалення чинного адміністративного рішення, шляхом застосування висновків воєнної гри (далі – висновки). Проблема, являється похідною певної національної потреби. На її сутність впливають основні тенденції

розвитку, а також, внутрішньо та/або зовнішньо важливі й слабопередбачувані чинники. Розв'язування ідентифікованої проблеми відбувається на основі зібраної у достатньому обсязі, достовірної (за рахунок адміністративно спрямованого своєчасного накопичення із різних джерел для відповідного сховища даних) загальної, спеціальної та закритої цільової інформації. Зазначене забезпечує національний та/або інституціональний стійкий розвиток, досягнення бажаних конкурентних і репутаційних переваг у конкретній сфері діяльності. Варто усвідомлювати, що охарактеризоване реалізується внаслідок експлуатування потенціалу кадрового Виконавця (далі – Виконавець) та інших цілеспрямовано залучених Учасників (Дублерів) [1; 2]. Визначене, наведемо у вигляді моделі (рис. 1).

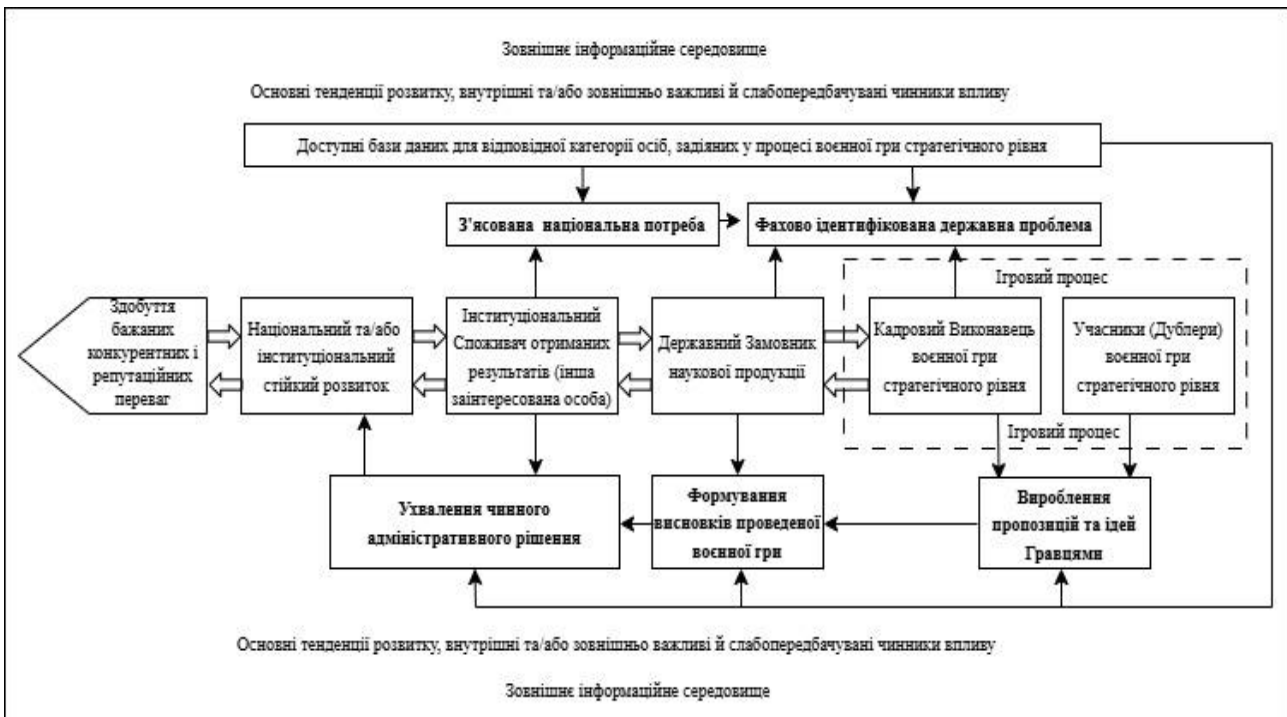


Рисунок 1 – Модель схеми здобуття бажаних конкурентних і репутаційних переваг через ухвалення чинного адміністративного рішення, використовуючи потенціал процесу воєнних ігор стратегічного рівня

Зважаючи на вагомe значення ігрового процесу для ухвалення Споживачем оптимального варіанту адміністративного рішення, на основі напрацьованих пропозицій і творчих ідей та сформованого висновку, процедура ідентифікації сформульованої Замовником проблеми, як одна із головно-базових складових, являється суттєво визначальною. Адже, не можна помилитися. Об'єктивність отриманого надасть можливість встановити реальні причини за якими остання виникла й цілеспрямує кадрового Виконавця та інших Учасників (Дублерів) воєнної гри на здійснення заходів, що, разом, гарантуватимуть раціональне розв'язання ідентифікованої проблеми. Водночас, допоможе визначити, за кількісними та якісними показниками, дійсний перелік ресурсів, що необхідно збирати, придбавати чи додатково залучити для продуктивного використання заради гарантовано

результативно провести воєнну гру стратегічного рівня.

Отримати бажане можливо лише на основі зібраної, систематизованої та фахово проаналізованої загальної, спеціальної, за певних обставин, закритої інформації, зокрема, про поточний і на перспективу стан сфери національної безпеки та оборони, НАТО, інших країн світу, а також, супротивника [3]. Крім того, даних, що безпосередньо чи опосередковано характеризують тенденції державного, міждержавного, регіонального і міжнародного розвитку, внутрішні та/або зовнішньо важливі й слабопередбачувані чинники, які можуть прямо чи непрямо позначатися на проміжних та кінцевих результатах роботи, задіяних у конкретній воєнній грі осіб, ще й фактори внутрішнього середовища, ефект яких вагомий для національної та, звісно, інституціональної розбудови. У зв'язку з вище зазначеним, у випадку воєнного ігрового процесу

стратегічного рівня, інформація може бути: загального характеру; воєнно-стратегічного значення; міжнародного, регіонального і внутрішньо суб'єктного політичного та соціально-культурного ефекту; національного правового, економічного, соціального, інфраструктурного та інституціонального впливу. Перераховане вимагає від кадрового Виконавця воєнної гри (інших заінтересованих осіб), адміністративно накопичувати цільову інформацію та регулярно формувати і наповнювати відповідні бази даних: загальну, спеціальну, закриті. З огляду на означене, маємо пам'ятати, що продуктивність і результативність цієї роботи, у першу чергу, залежить від професійно-обґрунтованого застосування новітніх інформаційних технологій та настанов із кібербезпеки стосовно їх комплексного захисту, які гарантуватимуть успішну реалізацію функції адміністративного маркетингу. Розуміння останнього вимагає нагадати, що *новітні інформаційні технології* (далі – ІТ) – це сучасні, засновані на універсальних методах кодування і передачі інформації цифрові програми, платформи, дискретні системи, сервіси та інші засоби, що, на відміну від вже існуючих, є продуктом спеціальних знань, умінь, навичок і компетентнісних спроможностей, практично, результатом колективної (індивідуальної) фахово-інтелектуальної діяльності, та які застосовуються необхідним способом і дають змогу за допомогою нових (модернізованих) електронних інструментів, пристроїв й програмних ресурсів здійснювати значно швидше за часом та якісніше за змістом оброблення, генерування або зберігання даних заради сприяти ефективному: виконанню функціональних обов'язків і виробничих завдань; налагодженню зв'язків зі стейкхолдерами; створенню та/або пошуку потрібних баз даних; використанню чи поширенню необхідної інформації або наданню інформаційних послуг; гарантуванню інформаційної та комунікаційної безпеки тощо [сформовано авторами за результатами дослідження з використанням 4; 5]. Водночас, *кібербезпека* – це практичний стан охорони життєво важливих інтересів окремих фізичних та юридичних осіб, суспільства, держави і країни в середовищі, яке виникає внаслідок функціонування інформаційних, телекомунікаційних та інформаційно-телекомунікаційних систем, за рахунок формування оптимально-адаптованих до певних обставин порад і технологічно-обґрунтованих рішень, практична реалізація яких допомагає захистити означені системи, інфокомунікаційну мережу, а також, інформаційні електронні ресурси (дані) від несанкціонованого доступу зовні (кібератак), що гарантує своєчасне виявлення, попередження і нейтралізацію реальних й потенційних загроз у кіберпросторі, також, сприяє стійкому розвитку інформаційного суспільства та цифрового простору [сформовано авторами за результатами дослідження з використанням 4; 6]. На додаток, *бази даних для проведення воєнних ігор стратегічного рівня* – це фахово й цілеспрямовано впорядкована (застосовуючи новітні інформаційні технології і засоби кібербезпеки) доцільна сукупність

відносно відокремлених та, за певних умов, взаємопов'язаних даних (загальних, спеціальних й установленого ступеня секретності), що безсумнівно характеризують національний, регіональний і міжнародний рівень розвитку країн-учасників, їх головних партнерів й супротивників, насамперед, стосовно становлення воєнно-стратегічної сфери та, які одночасно, мають, для останніх, правову, економічну, соціальну, культурну, інфраструктурну, інституціональну і політичну та іншу, дотичну до ігрового процесу обраного типу, важливість, зібраних й оброблених у такому форматі, що допомагає всім заінтересованим сторонам її оперативно отримувати, відповідно аналізувати та раціонально використовувати під час: встановлення національної потреби, ідентифікації державної проблеми, висловлювання ділових пропозицій і творчих ідей, формування висновків, ухвалення адміністративного рішення [сформовано авторами за результатами дослідження з використанням 1; 4; 5; 6].

Усвідомлення сутності визначеного являється однією з головних вимог, виконання якої, в сучасних умовах функціонування, за рахунок, насамперед, використання сукупного потенціалу функції адміністративного маркетингу та інноваційних цифрових технологій (складової інформаційних технологій), гарантуватиме адміністративне накопичення достовірної, у достатньому обсязі та, що не менш важливо, своєчасно-цільової інформації в загальне, спеціальні й закриті сховища даних, для результативного проведення ігрового процесу (див. рис. 1) [1; 4; 5]. До того ж, допоможе:

інституціональному Споживачу отриманих результатів (заінтересованій особі) об'єктивно з'ясувати певну національну потребу;

державному Замовнику наукової продукції окреслити відповідну державну проблему та опісля, разом із кадровим Виконавцем, її фахово ідентифікувати;

кадровому Виконавцю і залученим Учасникам (Дублерам) воєнної гри, за її підсумками, неупереджено висловити рекомендації та конструктивні ідеї;

державному Замовнику наукової продукції, на основі наслідків ігрового процесу, сформувати реально-перспективні висновки;

інституціональному Споживачу отриманих результатів (заінтересованій особі) ухвалити адміністративне рішення, що сприятиме розв'язанню фахово встановлених викликів для оптимально-адаптованого задоволення суспільно-політичного, безпекового, оборонного чи іншого запиту.

Водночас, охарактеризоване, за належних обставин, має стати однією із складових основи національного та/або інституціонального стійкого розвитку і допомогатиме здобувати конкурентні та репутаційні переваги у конкретній сфері функціонування. Враховуючи важливість розглянутого, припустимий перелік джерел заради збору та подальшого використання доцільно-цільової інформації за напрямками і, відповідно, формування

загального та, що не менш важливо, спеціального і закритого сховищ даних для проведення воєнної гри стратегічного рівня, застосовуючи сукупний ресурс

функції адміністративного маркетингу та новітніх інформаційних технологій, наведемо у вигляді візуалізованої моделі (рис. 2).

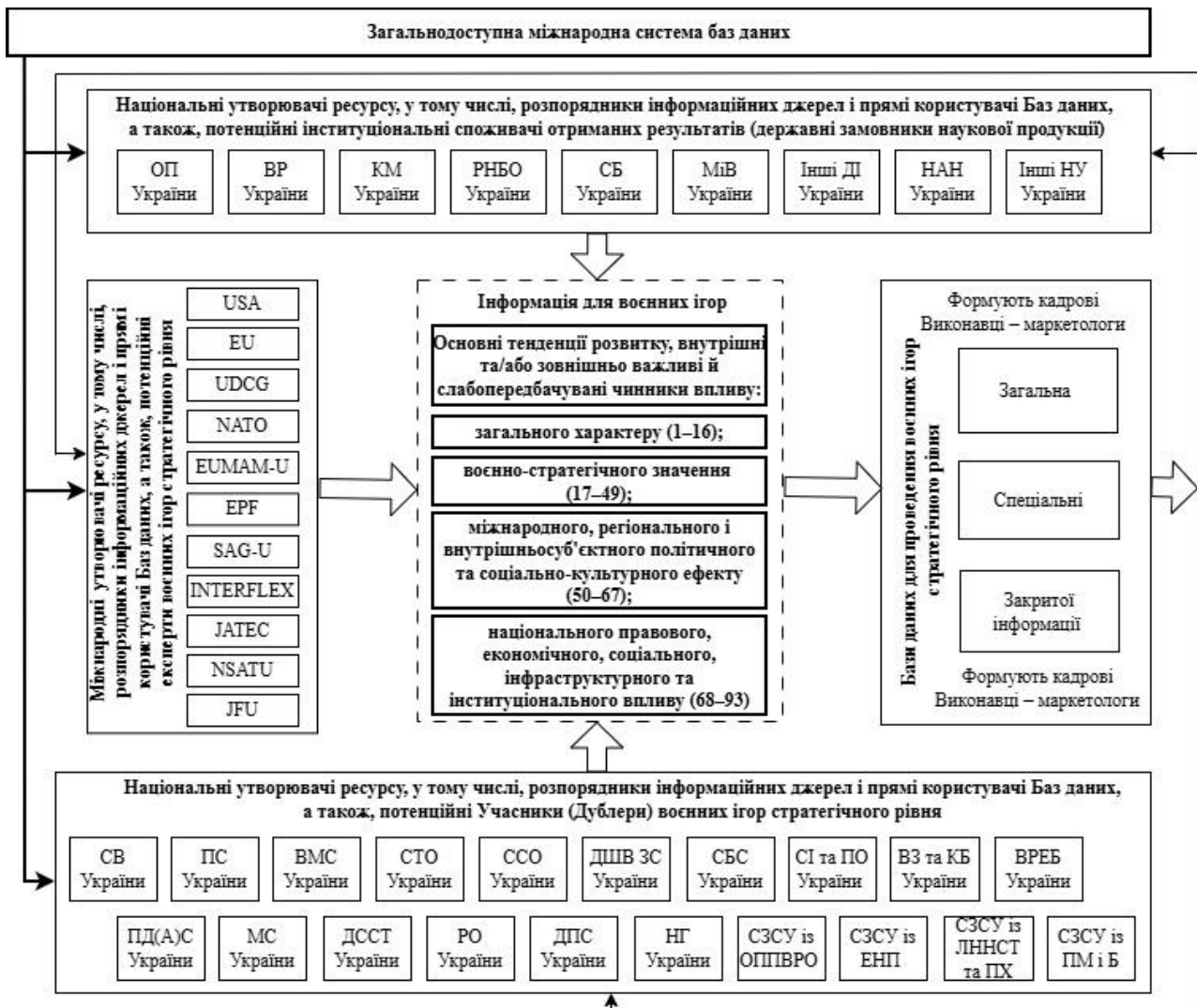


Рисунок 2 – Модель інформаційної системи щодо збору і використання загальної, спеціальної та закритої інформації для проведення воєнних ігор стратегічного рівня

По центру моделі (рис. 2) зазначено авторське бачення однієї із головних її складових, а саме: «Основні тенденції розвитку, внутрішньо та/або зовнішньо важливі й слабопередбачувані чинники впливу», тобто, перелік (за напрямками) і зміст інформації, що неодмінно потрібно враховувати: з'ясовуючи національну потребу; фахово ідентифікуючи проблему (як похідну останньої); професійно формуючи пропозиції (за підсумками ігрового процесу) та на їх основі – узагальнюючі висновки; ухвалюючи, необхідне для вирішення ідентифікованої проблеми, адміністративне рішення. Обумовлену інформацію, застосовуючи прикладне значення функції адміністративний маркетинг і потенціал сучасних інформаційних технологій, вважаємо за потрібне накопичувати до загальної, спеціальних і закритих баз (сховищ) даних у наступному форматі (див. рис. 2):

Дані загального характеру (1–16):

1. Історичні відомості воєнно-стратегічного значення.
2. Відомості про міжнародні події, що відбулися та мають наслідки для ігрового процесу.
3. Відомості про міжнародні події, що відбуваються та їх можливий вплив на хід ігрового процесу.
4. Відомості про регіональні події, що відбулися та мають наслідки для ігрового процесу.
5. Відомості про регіональні події, що відбуваються та їх можливий вплив на хід ігрового процесу.
6. Відомості про національні події, що відбулися та мають наслідки для ігрового процесу.
7. Відомості про національні події, що відбуваються та їх можливий вплив на хід ігрового процесу.
8. Відомості про воєнні конфлікти, що відбулися та їх наслідки для ігрового процесу.

9. Відомості про воєнні конфлікти, що відбуваються та їх можливий вплив на хід ігрового процесу.

10. Відомості про можливі напрями розвитку науково-технічного прогресу, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

11. Відомості про міжнародно-визнані системи управління військами, їх характеристики.

12. Відомості про міжнародно визнані системи інформаційної (пропаганда, психологічні операції, вплив на інформаційний простір), а також, кібербезпеки країни, збройних сил, їх характеристики.

13. Відомості про міжнародно визнані системи протиповітряної оборони країни, збройних сил, їх характеристики.

14. Відомості про міжнародно визнані метрики оцінювання сфери безпеки та оборони країни, її збройних сил (за напрямами).

15. Відомості про ратифіковані санкції, обмеження (включно з торговельними), пріоритети, дозволи, допомогу затверджені міжнародними і міждержавними угодами, їх застосування і контролювання, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

16. Відомості про споживачів воєнної продукції, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

Дані воєнно-стратегічного значення (17–49):

17. Актуальний воєнно-стратегічний стан національної сфери безпеки та оборони (за напрямами).

18. Майбутні можливості воєнно-стратегічного розвитку національної сфери безпеки та оборони (за напрямами).

19. Актуальний воєнно-стратегічний стан сфери безпеки та оборони (за напрямами) країн-партнерів України.

20. Майбутні можливості воєнно-стратегічного розвитку сфери безпеки та оборони (за напрямами) країн-партнерів України.

21. Актуальний воєнно-стратегічний стан сфери безпеки та оборони країн НАТО (за напрямами).

22. Майбутні можливості воєнно-стратегічного розвитку сфери безпеки та оборони країн НАТО (за напрямами).

23. Актуальний воєнно-стратегічний стан сфери безпеки та оборони інших країн світу (за напрямами).

24. Майбутні можливості воєнно-стратегічного розвитку сфери безпеки та оборони інших країн світу (за напрямами).

25. Актуальний воєнно-стратегічний стан сфери безпеки та оборони країни супротивника (за напрямами).

26. Майбутні можливості воєнно-стратегічного розвитку сфери безпеки та оборони країни супротивника (за напрямами).

27. Актуальний воєнно-стратегічний стан сфери безпеки та оборони країн-партнерів країни супротивника (за напрямами).

28. Майбутні можливості воєнно-стратегічного розвитку сфери безпеки та оборони країн-партнерів країни супротивника (за напрямами).

29. Відомості про актуальну систему управління національними військами, її характеристика.

30. Відомості про дійсну систему управління військами країни супротивника, її характеристика.

31. Відомості про сучасні національні системи інформаційної (пропаганда, психологічних операцій, впливу на інформаційний простір) та кібербезпеки, збройних сил, їх характеристики.

32. Відомості про діючі системи інформаційної (пропаганда, психологічних операцій, впливу на інформаційний простір) та кібербезпеки країни супротивника, збройних сил, їх характеристики.

33. Відомості про системи протиповітряної оборони України, збройних сил, їх характеристики.

34. Відомості про системи протиповітряної оборони країни супротивника, збройних сил, їх характеристики.

35. Відомості про сучасну систему критичної інфраструктури України, її характеристика.

36. Відомості про систему критичної інфраструктури країни супротивника, її характеристика.

37. Відомості про постачання воєнної продукції Україні, що може вплинути на хід ігрового процесу.

38. Відомості про конкурентів-виробників воєнної продукції, що може вплинути на хід ігрового процесу.

39. Відомості про постачання воєнної продукції країни супротивника, що може вплинути на хід ігрового процесу.

40. Відомості про країни, з якими налагоджено спільне виробництво воєнної продукції Україною, що може вплинути на хід ігрового процесу.

41. Відомості про країни, з якими укладено угоди про фахову підготовку кваліфікованих спеціалістів для потреб Збройних сил України, що може вплинути на хід ігрового процесу.

42. Відомості про ресурсний потенціал України, що може вплинути на хід ігрового процесу.

43. Відомості про ресурсний потенціал країни супротивника, що може вплинути на хід ігрового процесу.

44. Відомості про ресурсний потенціал країн партнерів України, що може вплинути на хід ігрового процесу.

45. Відомості про ресурсний потенціал країн партнерів країни супротивника, що може вплинути на хід ігрового процесу.

46. Відомості про технологічний потенціал України, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

47. Відомості про технологічний потенціал країни супротивника, що може вплинути на хід ігрового процесу.

48. Відомості про технологічний ресурс країн партнерів України, що може вплинути на хід ігрового процесу.

49. Відомості про технологічний ресурс партнерів країни супротивника, що може вплинути на хід ігрового процесу.

Дані міжнародного, регіонального, міждержавного і внутрішнього суб'єктного політичного та соціально-культурного ефекту (50–67):

50. Відомості про вплив міжнародного оточення України на хід ігрового процесу.

51. Відомості про вплив регіонального оточення України на хід ігрового процесу.

52. Відомості про вплив міжнародного оточення країни супротивника на хід ігрового процесу.

53. Відомості про вплив регіонального оточення країни супротивника на хід ігрового процесу.

54. Відомості про ратифіковані міжнародні та міждержавні угоди стосовно стратегічної співпраці України, умови їх ефективного застосування.

55. Відомості про ратифіковані міжнародні та міждержавні угоди стосовно стратегічної співпраці країни супротивника, умови їх застосування.

56. Відомості про запроваджені санкції проти України, правові умови їх виконання і контролювання.

57. Відомості про запроваджені санкції проти країни партнера України, правові умови їх виконання і контролювання.

58. Відомості про запроваджені санкції проти країни супротивника, правові умови їх виконання і контролювання.

59. Відомості про запроваджені санкції проти країни партнера країни супротивника, правові умови їх виконання і контролювання.

60. Відомості про внутрішньо політичні обставини України і країни супротивника, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

61. Відомості про зовнішньо політичні обставини України і країни супротивника, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

62. Відомості про поточний стан і перспективи політичних перетворень в Україні, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

63. Відомості про поточний стан і перспективи політичних перетворень у країнах партнерах України, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

64. Відомості про поточний стан і перспективи політичних перетворень в країні супротивнику, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

65. Відомості про поточний стан і перспективи політичних перетворень в країнах партнерах країни супротивника, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

66. Відомості про внутрішні соціально-культурні обставини України і країни супротивника, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

67. Відомості про зовнішні соціально-культурні обставини України і країни супротивника, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

Дані національного правового, економічного, соціального, інфраструктурного та інституціонального впливу (68–93):

68. Відомості про стан законодавчого поля України, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

69. Відомості про стан законодавчого поля країн партнерів України, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

70. Відомості про стан законодавчого поля країни-супротивника, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

71. Відомості про стан законодавчого поля країн партнерів країни-супротивника, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

72. Відомості про систему економічних відносин в Україні, що може вплинути на хід ігрового процесу.

73. Відомості про систему економічних відносин у країні-супротивника, що може вплинути на хід ігрового процесу.

74. Відомості про поточний стан і перспективи національного економічного розвитку, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

75. Відомості про поточний стан і перспективи економічного розвитку країн-партнерів України, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

76. Відомості про поточний стан і перспективи економічного розвитку країни супротивника, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

77. Відомості про поточний стан і перспективи економічного розвитку країн-партнерів країни супротивника, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

78. Відомості про поточний стан і перспективи вирішення національних соціальних питань, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

79. Відомості про поточний стан і перспективи вирішення соціальних питань країнами-партнерами України, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

80. Відомості про поточний стан і перспективи вирішення соціальних питань країною супротивником, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

81. Відомості про поточний стан і перспективи вирішення соціальних питань країнами-партнерами країни супротивника, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

82. Відомості про стан державної і регіональної інфраструктури України, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

83. Відомості про стан державної і регіональної інфраструктури країн-партнерів України, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

84. Відомості про стан державної і регіональної інфраструктури країни-супротивника, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

85. Відомості про стан державної і регіональної інфраструктури країн-партнерів країни супротивника, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

86. Відомості про діяльність органів державної влади України, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

87. Відомості про діяльність органів державної влади країн партнерів України, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

88. Відомості про діяльність органів державної влади країни-супротивника, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

89. Відомості про діяльність органів державної влади країн-партнерів країни супротивника, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

90. Відомості про профспілкові, партійні та інші громадські організації України, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

91. Відомості про профспілкові, партійні та інші громадські організації країни-супротивника, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

92. Відомості про профспілкові, партійні та інші громадські організації країн-партнерів України, що можуть вплинути на хід ігрового процесу.

93. Відомості про профспілкові, партійні та інші громадські організації країн, що межують з Україною і можуть вплинути на хід ігрового процесу.

Головними суб'єктами (нашої держави) – національними утворювачами такого ресурсу і, відповідно, розпорядниками інформаційних джерел, яких необхідно задіяти для отримання перерахованих даних та, які, одночасно, можуть бути їх прямими користувачами, разом із тим, (крім безпосередньо задіяних осіб у грі), офіційно, інституціональними Споживачами отриманих результатів воєнної гри стратегічного рівня або державними Замовниками наукової продукції і, за необхідності, теж делегувати своїх представників на роль одного із Учасників (Дублерів) ігрового процесу, виступають (див. рис. 2) [2; 7; 8]:

Офіс Президента України (ОП України); Верховна Рада України (ВР України); Кабінет Міністрів України (КМ України); Рада національної безпеки і оборони України (РНБО України); Служба безпеки України (СБ України); Міністерства і відомства України (М і В України); інші державні інституції України (Інші ДІ України); Національна академія наук України (НАН України); інші наукові установи України (Інші НУ України) (див. рис. 2);

Сухопутні війська України (СВ України); Повітряні сили України (включно з протиповітряною та протиракетною обороною) (ПС України); Військово-Морські сили України (ВМС України); Сили територіальної оборони України (СТО України); Сили спеціальних операцій України (ССО України); Десантно-штурмові війська Збройних Сил України (ДШВ ЗС України); Сили безпілотних систем України (СБС України); Сили інформаційних та психологічних операцій України (СІ та ПО України); Війська зв'язку та кібербезпеки України (ВЗ та КБ України); Війська радіоелектронної боротьби України (ВРЕБ України); проти диверсійні (антитерористичні) сили України (ПД(А)С України); Медичні сили України (МС України); Державна спеціальна служба транспорту України (ДССТ України); розвідувальні органи України (РО України); Державна прикордонна служба України (ДПС України); Національна гвардія України (НГ України); служба Збройних Сил України із організування, підготовки, підтримання та ведення руху опору (СЗСУ із ОППВРО); служба Збройних Сил України із евакуації невійськового персоналу (СЗСУ із ЕНП); служба Збройних Сил України із ліквідації наслідків надзвичайних ситуацій техногенного та природного характеру (СЗСУ із ЛННСТ та ПХ); служба Збройних Сил України із підтримки миру і безпеки (СЗСУ із ПМ і Б) (див. рис. 2).

Разом із тим, беручи до уваги війну російської федерації з Україною, важливими суб'єктами – міжнародними утворювачами ресурсу, у тому числі, розпорядниками інформаційних джерел і прямими

користувачами баз даних, а також, експертами воєнних ігор стратегічного рівня, необхідно вважати [7; 8] (див. рис. 2):

USA (Сполучені штати Америки).

EU (Європейський Союз) (далі – ЄС).

UDCG (Ukraine Defense Contact Group) – контактну групу з питань оборони України (відому як формат «Рамштайн»).

NATO (Організацію Північноатлантичного договору).

EUMAM-U (European Union Military Assistance Mission for Ukraine) – місію ЄС, що створена для навчання українських військовослужбовців і зміцнення обороноздатності Збройних Сил України (далі – ЗС України).

EPF (European Peace Facility) Європейський фонд миру, що створений для фінансування військової та оборонної допомоги країнам-партнерам, а також підтримки місій ЄС.

SAG-U (Security Assistance Group – Ukraine) – групу сприяння безпеці Україні (структура Міністерства оборони США), що координує військову допомогу, логістичне забезпечення, навчання і технічну підтримку ЗС України.

INTERFLEX – багатонаціональну місію, в якій, за стандартами НАТО і Королівських збройних сил, під керівництвом Великої Британії, Канади, Норвегії, Данії, Фінляндії, Швеції, Литви, Нідерландів, Нової Зеландії, Румунії та Австралії готують військовослужбовців ЗС України.

JATEC (NATO-Ukraine Joint Analysis, Training and Education Centre) – спільний центр НАТО-Україна з аналізу, підготовки та освіти, що сприяє розбудові спроможностей сектору оборони України й Альянсу, до того ж, досягненню взаємосумісності безпекових та оборонних інституцій України з відповідними інституціями НАТО.

NSATU (NATO Security Assistance and Training for Ukraine) – місію НАТО з допомоги Україні, що координує постачання зброї і техніки та навчання військових ЗС України.

JFU (Consultants (Canada) Limited) – мережу консультантів, які надають послуги в сферах оподаткування та управління ризиками.

Всі перераховані суб'єкти являються заінтересованими особами певного воєнного дійства. Тим не менше, воєнна гра стратегічного рівня може бути проведена тільки за ініціативи національного інституціонального Споживача. Останній, на випадок стратегічної потреби, враховуючи наявність Замовника і кадрового Виконавця, має право стимулювати її проведення у будь-який потрібний йому період. Через це, беручи до уваги, що формування сховищ даних являється достатньо трудомістким, професійно системним процесом, чинне адміністративне відношення до наповнення їх цільовою інформацією загального, спеціального й закритого характеру має стати одним із головних напрямів, що функціонально, на постійній основі, має фахово забезпечуватися одним (краще, робочою групою) належно підготовлених штатних працівників будь-якого, зазначеного на рисунку 2, суб'єкта.

Саме така категорія виконавців у чинному штаті кожного, представленого суб'єкта, – утворювача і, одночасно, розпорядника інформаційного ресурсу, має відповідально акумулювати належний перелік і зміст інформації та усвідомлювати, що під час її цільового збору не потрібно ігнорувати потенціал загальнодоступної міжнародної бази даних (див. рис. 2). Адже, означене сховище є надзвичайно великим масивом різноманітної інформації, що, також, необхідна для успішного проведення будь-якого воєнного ігрового процесу.

У зв'язку з вище охарактеризованим і візуалізованим маємо наголосити, що, *адміністративний маркетинг*, як одна з дієвих функцій адміністративного менеджменту, являє собою відносно-самостійну, водночас, пов'язану з іншими чинними елементами та підсистемами (загальними показниками), складову базової системи адміністративного менеджменту (далі – БСАМ) [9], яка практично визначає основні закономірності формування попиту і пропозиції заради виявлення й придбання (зібрання) або розробки та просування найбільш добірних і перспективних продуктів у відповідній сфері, враховуючи попередні здобутки, наявний ресурсний потенціал, інноваційні зміни у переліку арсеналу дигіталізації, включно з новими інформаційними технологіями та засобами кіберзахисту, сприяючи, за таких умов, стійкому розвитку, здобуттю конкретним суб'єктом бажаних конкурентних і репутаційних переваг [сформовано автором за результатами дослідження з використанням 4; 5; 10]. У випадку необхідності, дійсно, продуктивно провести воєнну гру стратегічного рівня, ми маємо попит, фактично, на цільову інформацію, що необхідно виявити і зібрати, попередньо встановивши джерела її прояву й, відповідно, систематизувавши розмістити на електронних носіях, для подальшого раціонального використання. Розуміння цього дає нам підстави стверджувати, що, *адміністративний маркетинг* – це професійна діяльність, яка чинно передбачає цілеспрямовану реалізацію маркетингових рішень на основі формальних планів маркетингу, що об'єднують чіткі елементи стратегічних, оперативних і тактичних перспектив, обов'язково враховуючи можливі зворотні зв'язки й сприяючи, за таких обставин, стійкості становлення і перспективі росту її безпосередньому споживачу і гарантуючи останньому конкурентні й репутаційні переваги, зважаючи на вплив факторів внутрішнього та зовнішнього середовища безпосереднього чи опосередкованого ефекту, у тому числі, можливої світової глобалізації й всеосяжної дигіталізації [сформовано авторами за результатами дослідження з використанням 10; 11; 12; 13; 14]. З огляду на зазначене, адміністративний маркетинг містить такі види діяльності: маркетингове планування; узгодження планів маркетингу і потреб замовника (споживача); виконання планів маркетингу; отримання зворотного зв'язку (уточнення та/або доповнення інформації); за необхідності, коригування планів маркетингу.

Тим часом, реалізація функції адміністративного маркетингу здійснюється за рахунок таких практичних дій: дослідження інформаційних джерел чинного

внутрішнього і прямого й непрямого зовнішнього середовища; визначення стану цього середовища, у першу чергу, з погляду потенційних утворювачів і, відповідно, розпорядників даних та їх прямих користувачів, а також, інноваційних змін, що відбулися, та на певну перспективу, особливо, в сфері сучасних цифрових технологій і ресурсів інфокомунікаційного захисту; дієвого збирання, аналізування, систематизування та акумулювання цільових даних [4; 5; 13; 14]. У випадку воєнної гри, особливо стратегічного рівня, потрібно постійно пам'ятати, інформація, що зібрана в процесі адміністративно цілеспрямованих маркетингових досліджень, являється базисом, який допоможе заінтересованим особам офіційно з'ясувати: реальну національну потребу; ідентифікувати державну проблему; висловити (у ході ігрового процесу та за його підсумками) фактичні пропозиції і конструктивні ідеї; сформулювати перспективні висновки; ухвалити чинне адміністративне рішення. Зважаючи на акцентоване, під час збирання даних для загального, спеціальних і закритих сховищ, потрібно враховувати тенденції розвитку, внутрішні та/або зовнішні важливі чи слабопередбачувані чинники впливу, що безпосередньо чи опосередковано сприяють здобуттю очікуваних результатів роботи, ще й фактори внутрішнього середовища, ефект яких вагомий для національної та певної інституціональної розбудови (див. рис. 1).

Крім того, маємо усвідомлювати, що за будь-яких обставин, першочерговим накопичувачем, розпорядником і, неодмінно, користувачем інформації являється кадровий Виконавець. Через це, розуміючи її значення для продуктивного і результативного проведення воєнної ігрового процесу стратегічного рівня, останньому, як одній із найбільш відповідальній заінтересованій особі у позитивному результаті, необхідно, заздалегідь, визначити штатного Виконавця (групу Виконавців), який(і) відповідатиме(уть) за акумулювання даних у відповідному сховищі (див. рис. 2), стандартизоване їх оцифровування і документування. Заради плідної діяльності кадровим Виконавцям, яким офіційно делегуватимуть посадові обов'язки адміністративних маркетологів, доцільно:

знати методи збирання та оброблення даних і володіти інструментарієм сучасного маркетингу (в першу чергу, цифровими технологіями) з оцінювання привабливості інформаційного простору та використання об'єктивних переваг конкретного суб'єкта на ньому;

вміти фахово застосовувати різноманітний інструментарій дослідження маркетингового середовища;

мати навички щодо практичного використання технологій стратегічного маркетингу.

Враховуючи вище охарактеризоване, на нашу думку, інноваційними цифровими технологіями, що сьогодні можуть ефективно сприяти продуктивній реалізації функції адміністративного маркетингу в частині налагодження конструктивних ділових зв'язків із заінтересованими особами і, відповідно, цілеспрямованому збору необхідної інформації доречно розглядати такі (табл. 1 сформовано авторами за результатами дослідження з використанням [5])¹:

Інноваційні цифрові технології для збору і оброблення інформації через налагодження ділових зв'язків із заінтересованими особами

Назви цифрових технологій	Коротка характеристика
<u>Gmail</u> <u>Ukr.net</u> <u>Meta.ua</u> та інші	Електронні поштові сервіси (e-mail), що забезпечують інфокомунікаційні зв'язки із заінтересованими сторонами
<u>Повідомлення SMS</u>	Технологія, що створена як складова частина стандарту GSM Phase. Дає змогу пересилати короткі повідомлення без підключення до Інтернету. Сумісна з усіма моделями класичних мобільних телефонів, смартфонів, iPhone і ПК
<u>Messenger</u> <u>Instagram</u> <u>Telegram</u> <u>Viber</u> eSputnik (web push кампанії)	Мобільні застосунки, що використовують Інтернет. Часто використовуються для маркетингових і комерційних цілей з метою обміну миттєвими повідомленнями, фотографіями, відео, аудіозаписами та спілкування у групових чатах, за телефонними контактами, через соціальні мережі
<u>WhatsApp</u> <u>Signal</u> та інші	Багатофункціональні служби зашифрованих миттєвих повідомлень, що використовують Інтернет для надсилання індивідуальних чи групових повідомлень, які можуть містити файли, голосові нотатки, зображення, відео
<u>Teams</u> <u>Zoom</u> <u>BigBlueButton</u> та інші	Програми для організування відеоконференцій, що дають змогу створювати групові чати, влаштовувати збори і спільну роботу над виробничими завданнями, проводити зовнішні зустрічі, спілкуватися в режимі реального часу з колегами або клієнтами на віддаленому робочому місці, зберігати та обмінюватися документами
<u>Facebook</u> <u>X</u> (бувша Twitter) <u>LinkedIn</u> та інші	Цифрові платформи, що впливають на формування соціальних мереж (Social Media) і сприяють налагодженню зовнішніх комунікацій із заінтересованими сторонами
<u>Microsoft 365 SharePoint</u> <u>Google Workspace</u> <u>Google Drive</u> та інші	Цифрові платформи для організування спільної роботи з документами (інформацією), керування їхніми версіями та спільної роботи над проєктами
<u>Slack</u>	Програма, що у межах комунікаційного середовища юридичної особи дає змогу зберігати та обмінюватися конфіденційною інформацією, файлами та інтегруватися з іншими сервісами з метою налагодження оптимально-адаптованих мереж зв'язку із заінтересованими сторонами і продуктивної співпраці
<u>Salesforce</u> <u>SugarCRM</u> <u>SAP CRM</u> <u>HubSpot</u> <u>Marketo</u> <u>Zoho Analytics</u> та інші	CRM-платформи та системи автоматизації маркетингу для: управління взаємодією з клієнтами (Salesforce, SugarCRM, Sap); налагодження маркетингових комунікацій (Hubspot, Marketo); аналітики та обробки клієнтських даних (Zoho Analytics)
<u>Business Analysis Tool</u>	Системи аналізу даних для збору, оброблення, аналізу та інтерпретації даних, виявлення необхідної інформації й тенденцій, закономірностей і залежностей
<u>Google Analytics</u> <u>Matomo</u> <u>Enterprise Resource Planning (ERP)</u> <u>SAP</u> та інші	Платформи призначені для збору, оброблення та аналізування даних про поведінку користувачів на цифрових платформах та відстеження результативності (маркетингових кампаній, продажів, користувацького досвіду тощо)
<u>PayPal</u> <u>Stripe</u> <u>Bloomberg Terminal</u> <u>FactSet</u> та інші	Цифрові платформи фінансово-економічної діяльності, які дають змогу: швидко надсилати та отримувати кошти (Paypal та інші); цифрова платіжна платформа, яка допомагає бізнесу швидко та безпечно приймати платежі онлайн і в мобільних додатках (Stripe та інші); отримувати фінансові дані й аналітику (Bloomberg Terminal, Factset та інші)

Водночас, для підтвердження якісного рівня своєї фаховості, зазначена категорія штатних кадрових Виконавців має предметно розуміти як на практиці використовуються сучасні технології ухвалення та реалізації адміністративних рішень. З огляду на це, вони мають володіти такими компетентнісними спроможностями [9; 13; 14]:

знати технології прийняття саме адміністративно маркетингових рішень і вміти їх фахово використовувати, враховуючи специфіку конкретної БСАМ;

вміти об'єктивно ідентифікувати фактори внутрішнього і зовнішнього середовища безпосереднього та/або опосередкованого ефекту, що, за певних умов, впливають на прийняття адміністративно маркетингових рішень заради ефективності ухвалення загально-адміністративних;

вміти об'єктивно ідентифікувати елементи маркетингу-мікс, що прямо впливають на реалізацію стратегії розвитку та приймати фахові рішення щодо їх удосконалення;

використовувати інформацію статистичної звітності, обліку і спеціальних досліджень у функціонально визначеній діяльності;

вміти фахово проводити маркетингові дослідження задля забезпечення прийняття оптимальних адміністративних рішень;

вміти кваліфіковано використовувати дані звітності з метою визначення тенденцій міжнародного, національного, регіонального, інституціонального розвитку для ухвалення оптимальних адміністративних рішень;

вміти здійснювати пошук та узагальнення інформації (використовуючи сучасні цифрові технології та інші ресурси дигіталізації), аналізувати, робити висновки і формулювати рекомендації у межах своєї компетенції.

Весь перерахований функціонал, фактично, характеризує компетентнісні спроможності якими має володіти штатний кадровий Виконавець, якому чинно делеговано обов'язки, права і відповідальність стосовно адміністративного накопичення цільової інформації з метою формування загального, спеціальних й закритих сховищ даних. Означене, продуктивно, оперативно і безпечно можна виконувати, за умови фахового використання ще однієї групи сучасних ресурсів дигіталізації і засобів кібербезпеки, а саме, що сприяють формуванню баз даних, захищають їх та задіяну в цьому процесі інфокомунікаційну мережу (табл. 2 і 3 сформовано авторами за результатами дослідження з використанням [4; 5])¹:

Таблиця 2

Інноваційні цифрові технології для адміністративного накопичення цільової інформації в базах даних з метою проведення воєнних ігор стратегічного рівня

Назви цифрових технологій	Коротка характеристика
1	2
<u>Microsoft SQL Server</u>	Система управління базами даних (далі – СУБД), що підтримує реляційні (табличні) бази даних і набір додаткових інструментів для управління даними
<u>Microsoft Access</u>	СУБД, що використовується для невеликих проєктів і додатків, де не вимагається значна масштабованість
<u>MySQL</u>	Безкоштовна та відкрита реляційна СУБД, що використовується, для створення динамічних вебсторінок, та підтримує різні мови програмування
<u>MariaDB</u>	Реляційна СУБД, що забезпечує інтеграцію зі сторонніми продуктами і популярними платформами автоматизації та управління кластерною конфігурацією
<u>PostgreSQL</u>	Потужна відкрита об'єктно-реляційна СУБД зі значною кількістю функцій та підтримкою географічних даних. Є альтернативою як комерційним СУБД, так і базам даних з відкритим кодом (з правом адаптації та можливістю поширення програмного забезпечення у зміненому вигляді)
<u>MongoDB</u>	Документно-орієнтована СУБД з відкритим вихідним кодом, що дає змогу створювати і трансформувати сфери діяльності за допомогою розширених можливостей програмного та інформаційного забезпечення
<u>SQLite</u>	Мінімалістична вбудовувана безсерверна СУБД, що використовується в мобільних додатках та невеликих вебпроєктах і зберігає бази даних в одному файлі та не вимагає окремого серверу для своєї роботи
<u>Microsoft Excel</u> <u>Google Sheets</u> <u>Smartsheet</u> та інші	Програми для аналізу даних, створення звітів та графіків, виконання розрахунків і моделювання сценаріїв, а також для SWOT-аналізу

1	2
<u>SPSS</u> (Statistical Package for the Social Sciences)	Програмний пакет призначений для статистичного аналізу даних різноманітних маркетингових стратегій та їх ефективності
<u>Tableau</u> <u>QlikView</u> та інші	Системи, які допомагають провести аналіз великих обсягів даних, візуалізувати їх за допомогою інтерактивних дашбордів та отримати корисну інформацію
<u>Lucidchart</u> <u>MindManager</u> та інші	для ідентифікації зовнішніх політичних, економічних, соціокультурних та технологічних факторів, що можуть впливати на певний суб'єкт
<u>Hootsuite</u> <u>Sprout Social</u> та інші	інструменти управління та аналітичної підтримки таргетованих кампаній у соціальних мережах
<u>Google Ads</u> <u>Netpeak</u> та інші	цифрові інструменти збору, накопичення та аналітичного оброблення інформації про цільові аудиторії, що використовуються для сегментації користувачів і персоналізації комунікацій (для таргетованих кампаній)
<u>Qualtrics</u> <u>SurveyMonkey</u> та інші	Платформи для організування і проведення онлайн-опитувань та збору даних під час процесу спеціальних досліджень
<u>Програмне середовище R</u> <u>Технологія математико-статистичного аналізу даних Python</u> та інші	використовуються для математико-статистичного аналізу, моделювання даних і машинного навчання з використанням наявних бібліотек для аналізу даних

Таблиця 3

Інноваційні цифрові технології для сприяння дієвого захисту інфокомунікаційних мереж і баз даних, що використовуватимуться з метою проведення воєнних ігор стратегічного рівня

Назви цифрових технологій	Коротка характеристика
1	2
<u>Дія</u> <u>Signy</u> <u>DocuSign</u> та інші	Програми електронного підпису, що генерує криптографічний код для підписання електронних документів або транзакцій, забезпечує автентифікацію особи, гарантує цілісність документа, а також вказує на те, що він не був змінений після підписання
<u>Zillya</u> <u>Bitdefender</u> <u>Norton</u> та інші	Антивірусне програмне забезпечення призначене для виявлення, блокування і видалення вірусів, шкідливого програмного забезпечення та інших кіберзагроз з інших комп'ютерів та мереж
<u>Comodo Firewall</u> <u>Zone Alarm Free Firewall</u> <u>Windows Firewall Control</u> та інші	Технологічні бар'єри (файрволи), що допомагають контролювати трафік входу і виходу з комп'ютера або мережі, захищаючи їх від несанкціонованого доступу та атак
<u>Malwarebytes Free</u> <u>SpyBot – Search & Destroy Free</u> <u>Obit Malware Fighter Free</u> та інші	Антишпигунське програмне забезпечення, що виявляє та блокує шпигунське програмне забезпечення і може перехоплювати конфіденційну інформацію
<u>Norton Family</u> <u>OpenDNS</u> та інші	Веб-фільтри – контролюють доступ до веб-сайтів і блокують шкідливий або небажаний контент
<u>Clean Master</u> <u>CCleaner</u> <u>Norton Clean</u> та інші	Програми, що пришвидшують і розширюють оперативну пам'ять, прибирають резервні документи
<u>Hide Me</u> <u>Tor Browser Bundle</u> <u>OpenVPN</u> та інші	Віртуальні приватні мережі (Virtual Private Networks (VPN)), що дають змогу шифрувати трафік і забезпечують безпечний доступ до інформації через такі відкриті мережі, як Інтернет
<u>Password Cracker</u> <u>Bitwarden</u> <u>LastPass</u> та інші	Парольні менеджери (Password Managers), що допомагають зберігати і керувати складними паролями, забезпечуючи безпеку облікових записів

1	2
<u>Egnyte</u> <u>Cisco Webex Teams</u> <u>IBM Guardium</u> та інші	Інтранет (Intranet) і програми, що дають змогу зберігати та обмінюватися конфіденційною інформацією у межах комунікаційного середовища юридичної особи
<u>VeraCrypt</u> <u>BitLocker</u> <u>FileVault</u> та інші	Програми для шифрування даних забезпечують додатковий рівень захисту для важливої інформації, що зберігається на комп'ютерах і в облікових записках
<u>Wireshark</u> <u>Nmap (Network Mapper)</u> <u>Snort</u> та інші	Програми для моніторингу безпеки, що допомагають виявляти і реагувати на потенційні загрози й порушення безпеки

Навівши в таблицях 1, 2, 3 необхідні для збору, акумулювання і надійного захисту цільової інформації певні цифрові технології ми, фактично, завершили окреме наукове дослідження, пов'язане з організаційно-методичним забезпеченням спільного процесу проведення воєнних ігор стратегічного рівня. Проте, маємо наголосити, що фахове усвідомлення місця, ролі та значення всього вище проаналізованого в загальному списку адміністративних заходів, які забезпечуватимуть продуктивність і результативність конкретного ігрового процесу, може наступити лише тоді, коли заінтересована особа особисто візьме пряму участь у воєнному дійстві та переконається, як його результати раціонально сприяли вирішенню ідентифікованої проблеми.

Висновки

Провівши дослідження ми пересвідчилися, що сьогодення вимагає нових підходів до напрацювання оптимально-адаптованих адміністративних рішень, зокрема, інституціонального спрямування, заради розв'язання ідентифікованих державної проблеми, задовольняючи, за таких обставин, конкретну національну потребу та сприяючи стійкому розвитку й здобуттю бажаних конкурентних і репутаційних переваг. Ефективному ухваленню останніх, доволі раціонально, допомагають підсумки належно проведених воєнних ігор стратегічного рівня. В свою чергу, продуктивність і результативність ігрового процесу безпосередньо залежить не тільки від професійного стану, задіяних у ньому виконавців, але й від ресурсу, що буде використано з метою раціоналізації окремих процедур. З огляду на це, авторами в статті проаналізовано можливий сукупний вплив функції адміністративного маркетингу та сучасних інформаційних технологій, що дають можливість: збирати й обробляти інформацію, шляхом налагодження ділових зв'язків із заінтересованими особами; адміністративно накопичувати цільову інформацію у загальному, спеціальних та закритих сховищах даних; надійно захищати інформаційні бази даних й інфокомунікаційну мережу.

У межах дослідження систематизовано, введено в науковий обіг та уточнено основні лексеми, пов'язані з воєнними іграми стратегічного рівня,

адміністративним маркетингом і цифровими технологіями. Наведено перелік (за напрямками) змісту інформації (93 позиції), що потрібно враховувати для накопичення загальної, спеціальних і закритих баз (сховищ) даних. Крім того, подано 40 позицій національних і міжнародних утворювачів ресурсу, у тому числі, розпорядників інформаційних джерел й прямих користувачів Баз даних, а також, потенційних Учасників (Дублерів) воєнних ігор стратегічного рівня. Побудовано модель схеми здобуття бажаних конкурентних і репутаційних переваг через ухвалення чинного адміністративного рішення, використовуючи потенціал процесу воєнних ігор стратегічного рівня (рис. 1) та модель інформаційної системи збору і використання загальної, спеціальної та закритої інформації для проведення воєнних ігор стратегічного рівня (рис. 2). Головне, запропоновано і коротко охарактеризовано окремі існуючі інноваційні цифрові технології для збору та оброблення інформації, її цільового адміністративного накопичення в базах даних й сприяння дієвого захисту інфокомунікаційних мереж і, безпосередньо, баз даних (табл. 1, 2, 3).

Перспективи і напрями подальших досліджень. Розглянуте дає право констатувати, що застосування сучасних інформаційних технологій для реалізації функції адміністративного маркетингу, практично, являється однією із головних вимог до раціонального формування доцільних баз даних, як гарантії дієвого проведення воєнних ігор стратегічного рівня. У подальшому, напрацьовані результати цієї статті будуть використані в інших дослідженнях, що визначатимуть і характеризуватимуть організаційно-методичні елементи воєнного дійства, як цілісного процесу, де досліджене буде мати належне значення.

Конфлікт інтересів. Стаття підготовлена у співпраці авторів, які перебувають у шлюбі. Означена обставина не вплинула на об'єктивність викладеного в статті матеріалу, інтерпретацію результатів та сформульовані в статті висновки.

Фінансування. Фінансування дослідження не здійснювалося

Відкритість даних. Дослідження виконано з використанням виключно відкритих даних, доступних у публічних джерелах

Використання штучного інтелекту (далі – ШІ).

Засоби III застосовувалися другим автором для пошуку інформації, оброблення списку бібліографічних джерел, перекладу анотації. Використання засобів III не призвело до порушення авторських прав й етичних норм наукового дослідження, а згенерований контент був перевірений і відповідає дійсності.

Список бібліографічних посилань

1. Міненко М. А., Міненко Л. М. Організаційно-методичні основи підготовки до проведення стратегічної воєнної гри. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2026. № 1. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2156.2026.1.5>.
2. Міненко М. А., Міненко Л. М., Кулинич І. І. Роль воєнної гри як сучасного способу для забезпечення якості військової освіти в умовах воєнного стану. *Сучасні виклики та напрями розвитку системи забезпечення якості військової освіти в умовах воєнного стану*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Харків, 18 березня 2026 р. Харків : ХНУ ІС імені Івана Кожедуба. URL: https://hups.mil.gov.ua/wp-content/uploads/admission-university/osvita/Zbirnik_2026.pdf (дата звернення: 13.04.2025). 3. Електронна академія НАТО DEEP eAcademy. 2025. URL: <https://deepportal.hq.nato.int/eacademy/about-us> (accessed: 28 October 2025). 4. Міненко М. А., Міненко Л. М., Марченко А. О., Марченко П. А. Дигіталізація в умовах глобалізації світу і тотального використання цифрових технологій. *Ефективна економіка*. № 9. 2023. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.9.20>.
5. Міненко М. А., Міненко Л. М., Марченко А. О., Нетребко Р. В., Маланчук М. Ф. Адміністрування діяльності об'єктів оборонної сфери в умовах війни з російською федерацією, глобалізації світу і суцільної цифровізації. *Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки і оборони*. 2023. № 3(48). С. 44–58. DOI: <https://doi.org/10.33099/2311-7249/2023-48-3-44-58>.
6. Про основні засади забезпечення кібербезпеки України : Закон України від 05.10.2017 № 2163-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2163-19#Text> (дата

Примітки

¹ Інформація для укладання таблиць 1, 2 і 3 була взята з офіційних сайтів відповідних компаній-розробників цифрових технологій (більше 90 найменувань). В електронній версії статті наведені гіперпосилання на ці платформи. Читачі друкованої версії можуть ознайомитися з ними, ввівши назву відповідної програми у пошукову систему.

- звернення: 12.03.2026). 7. Міністерство оборони України: сайт. 2026. URL: <https://mod.gov.ua> (дата звернення: 11.03.2026). 8. Міністерства оборони України: сторінка Facebook. 2026. URL: <https://www.facebook.com/MinistryofDefence.UA> (дата звернення: 11.03.2026). 9. Міненко М. А., Міненко Л. М. Особливі аспекти адміністрування діяльності підприємств (організацій, установ) в умовах глобалізації економіки і в середовищі всеосяжної цифровізації. *Інвестиції: практика та досвід*. 2024. № 10. С. 39–49. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.10.39>.
10. Адміністративний менеджмент: навчальний посібник / Н. Я. Михаліцька, М. Р. Верескля, В. С. Михаліцький. Львів: ЛьвДУВС, 2019. 320 с. 11. Міненко М. А., Машталів В. В., Міненко Л. М. Умови сприяння цілеспрямовано-стійкому розвитку і набуттю бажаних конкурентних й репутаційних переваг юридичною особою. *Науковий вісник Міжнародної асоціації науковців. Серія: економіка, управління, безпека, технології*. 2024. Т. 3. № 2. DOI: <https://doi.org/10.56197/2786-5827/2024-3-2-4>.
12. Гордієнко Л. Ю. Адміністративний менеджмент: навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 216 с. 13. Адміністративний менеджмент для магістрів : підручник / За заг. ред. О. М. Теліженка та С. В. Глівенка. Суми : Університетська книга, 2016. 872 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/b4e3eea2-cdf-42f4-a696-749e77e889f1/content> (дата звернення: 11.03.2026). 14. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2022. 408 с.

THE ROLE OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE IMPLEMENTATION OF ADMINISTRATIVE MARKETING FUNCTIONS AS A CONDITION FOR THE RATIONAL FORMATION OF DATABASES FOR EFFECTIVE CONDUCTING STRATEGIC-LEVEL MILITARY GAMES

MINENKO Mykhailo, Doctor of Economics, Professor, National Defence University of Ukraine, Kyiv, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0002-7492-3196>

MINENKO Liudmyla, Doctor of Philosophy, National University of Defence of Ukraine, Kyiv, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0003-0249-9856>

Formulation of the problem in general. Purpose of the article – justification of the use of information technologies for the implementation of administrative marketing functions, which is a prerequisite for the rational formation of general, special and closed databases as a guarantee of effective conduct of strategic-level war games.

Research methods. The following methods were used in writing this article: dialectical (to create new and improve existing statements regarding the content of basic terms and ideas); analysis and synthesis (evaluating the components of the research object to identify interrelationships, justify combining their potential and achieve a specific goal); modelling (to visualise objects and processes in order to justify their applied significance); structural and functional analysis (to consider models as systems whose elements are important for ensuring their stability and balance); tabular (presenting the object of research in an orderly manner for analysing its components).

Literature review. Analysis of sources enabled the systematisation of theoretical approaches to administrative marketing, war games, and the digitalisation of management processes.

Research results. Lexemes compiled: strategic-level war game; latest information technologies; cybersecurity; databases for conducting strategic-level war games; administrative marketing as a function of administrative

management; administrative marketing as a type of professional activity. Models were constructed and described: obtaining the desired competitive and reputational advantages through the adoption of an effective administrative decision, using the potential of strategic-level war game processes; and the collection and use of general, special, and classified information for conducting strategic-level war games. It is indicated that, through the use of the administrative marketing function and the potential of modern information technologies, databases of general, specialised, and closed information can be created that will contribute to the effective conduct of the game and the adoption of optimal administrative decisions. A list of appropriate digital technologies is analysed.

Research novelty. For the first time, definitions of the following terms have been formulated: databases for conducting strategic-level war games; administrative marketing as a function of administrative management. In addition, a model for the collection and use of general, special and classified information for conducting strategic-level war games has been developed. The essence of the terms has been refined: strategic-level war game, latest information technologies, cybersecurity, and administrative marketing as a type of professional activity. Further development has been achieved in: a model for obtaining desired competitive and reputational advantages through the adoption of effective administrative decisions, using the potential of strategic-level war games; an approach to the use of modern information technologies for the collection of necessary data, the formation (on their basis) of appropriate information repositories and their cyber protection.

Theoretical and practical significance. New and improved definitions of lexemes and methods for their practical use will strengthen the theoretical basis for justifying the place and role of the subject under study in the general theory of war games. The models constructed will encourage all those involved to realistically assess their functional status, understand the product they need to develop, and to whom they should transfer it in order to achieve the desired results. Analysing the importance of the administrative marketing function, taking into account the potential of digital technologies, will help to form and protect general, special, and closed databases for their creators (administrators and users).

Conclusions and future work. The study contributed to achieving the set goal. The cumulative significance of modern information technologies and the resource potential of the administrative marketing function in building databases necessary for the effective conduct of strategic-level war games has been consistently substantiated. The results obtained will encourage new scientific research.

Keywords: digital technologies, administrative accumulation of targeted information, general, special and closed data storage facilities, interested parties in military operations, competitive and reputational advantages.

References

1. **Minenko, M.A. and Minenko, L.M.**, (2026) Organizational and methodological foundations of preparation for conducting a strategic military game. *Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok*, (1). DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2156.2026.1.5>.
2. **Minenko, M.A., Minenko, L.M. and Kulynych, I.I.**, (2026) The role of military games as a modern method for ensuring the quality of military education under martial law. In: *Suchasni vyklyky ta napriamy rozvytku systemy zabezpechennia yakosti viiskovoi osvity v umovakh voiennoho stanu: materialy Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii*, Kharkiv, 18 March 2026. Kharkiv: KhNU PS imeni Ivana Kozheduba. https://hups.mil.gov.ua/wp-content/uploads/admission-university/osvita/Zbirnik_2026.pdf [Accessed: 13 April 2026].
3. **NATO** (2025) *NATO DEEP eAcademy*. Available at: <https://deeportal.hq.nato.int/eacademy/about-us/> [Accessed: 28 October 2025].
4. **Minenko, M.A., Minenko, L.M., Marchenko, A.O. and Marchenko, P.A.** (2023) Digitalization in the conditions of globalisation of the world and the total use of digital technologies. *Efektivna ekonomika*, (9). DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.9.20>.
5. **Minenko, M.A., Minenko, L.M., Marchenko, A.O., Netrebko, R.V. and Malanchuk, M.F.** (2023) Administration of defence sector facilities in the conditions of war with the Russian Federation, globalisation and total digitalization. *Suchasni informatsiini tekhnologii u sferi bezpeky ta oborony*, 3(48), pp. 44–58. DOI: <https://doi.org/10.33099/2311-7249/2023-48-3-44-58>.
6. **On the basic principles of ensuring cybersecurity of Ukraine:** Law of Ukraine No. 2163-VIII, 5 October 2017. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2163-19#Text> [Accessed: 12 March 2026].
7. **Ministry of Defence of Ukraine:** official website, (2026). Available at: <https://mod.gov.ua/> [Accessed: 11 March 2026].
8. **Ministry of Defence of Ukraine:** Facebook page, (2026). Available at: <https://www.facebook.com/MinistryofDefence.UA/> [Accessed: 11 March 2026].
9. **Minenko, M.A. and Minenko, L.M.** (2024) Specific aspects of administration of enterprises (organizations, institutions) in the conditions of economic globalization and comprehensive digitalization. *Investysii: praktyka ta dosvid*, (10), 39–49. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.10.39>.
10. **Mykhalitska, N.Ya., Veresklia, M.R. and Mykhalitskyi, V.S.**, (2019) Administrative management. Lviv: LvDUVS.
11. **Minenko, M.A., Mashtalir, V.V. and Minenko, L.M.**, (2024). Conditions for promoting purposeful sustainable development and gaining desired competitive and reputational advantages by a legal entity. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoi asotsiatsii naukovtsiv. Seriya: ekonomika, upravlinnia, bezpeka, tekhnologii*, 3(2). DOI: <https://doi.org/10.56197/2786-5827/2024-3-2-4>.
12. **Hordiienko, L.Yu.**, (2016) Administrative management. Kharkiv: KhNEU im. S. Kuznetsia.
13. **Telizhenko, O.M. and Hlyvenko, S.V.** (eds.) (2016) *Administrative management for masters*. Sumy: Universytetska knyha. DOI: <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/b4e3eea2-ccdf-42f4-a696-749e77e889f1/content> [Accessed: 11 March 2026].
14. **Pavlov, K.V., Lialuk, A.M. and Pavlova, O.M.**, (2022) Marketing: theory and practice. Lutsk: SPD Hadiak Zhanna Volodymyrivna, drukarnia «Volynpolihraf».

Рукопис надійшов до редакції 13.03.2026
 Рукопис прийнято до друку після рецензування 06.04.2026
 Дата публікації 30.04.2026