

Олександр ДЛУГОПОЛЬСЬКИЙ

*Доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки та економічної теорії
Західноукраїнського національного університету
dlugopolsky77@gmail.com*

Тетяна ДЛУГОПОЛЬСЬКА

*Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин
Західноукраїнського національного університету,
м. Тернопіль, Україна*

БІБЛІОМЕТРИЧНИЙ АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ

Значна кількість наукових публікацій в різноманітних базах даних присвячена інноваційним технологіям в менеджменті, кількість яких з року в рік зростає. Рис. 1 демонструє динаміку публікацій за десять років з проблем застосування інновацій в управлінні у науковій базі PubMed.gov.

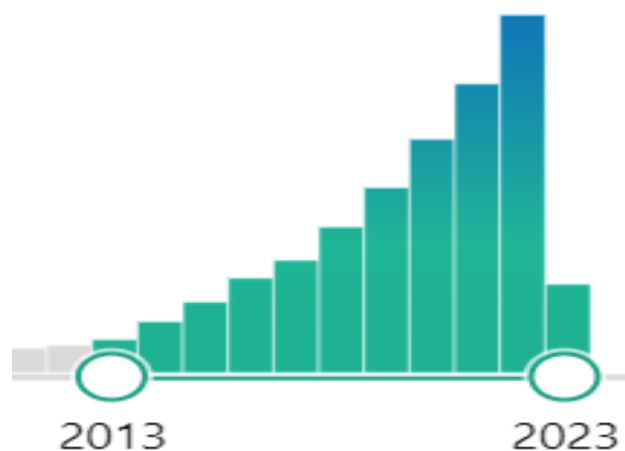


Рис. 1. Динаміка публікацій по темі застосування інноваційних технологій в управлінні в базі PubMed

Для більш глибокої оцінки характеру взаємозв'язків можна провести бібліографічний аналіз за допомогою інструментарію VOSviewer, що є програмним інструментом для побудови карт на основі спільної мережі ключових слів, розробленої у Центрі науково-технічних досліджень Лейденського університету [1].

Відповідно до рекомендацій VOSviewer, чим ближче ключові слова в кластері одне до одного, тим сильніший їхній зв'язок і тим більше публікацій, що поєднують ці ключові слова. Графічна інтерпретація

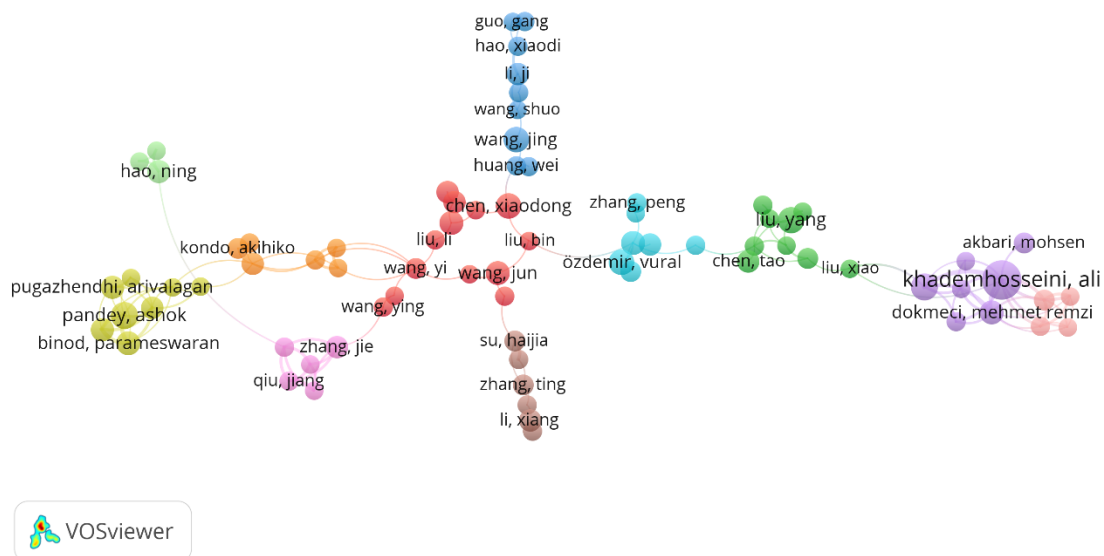


Рис. 3. Карта дослідників інноваційних технологій в менеджменті

Використання інструментарію VOSviewer надає змогу дослідникам візуалізувати обрану проблему, ув'язати її з іншими дослідженнями, вивчити взаємозв'язки між дослідниками конкретної теми, оцінити масштабність проведених досліджень в обраній сфері тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Van Eck, N.J., Waltman, L. (2007). Bibliometric mapping of the computational intelligence field. *International Journal of Uncertainty, Fuzziness and Knowledge-Based Systems*, 15(5), 625-645.
2. Trofymenko, O., Ilyash, O., Voitko, S., Dluhopolska, T., Kozlovskiy, S., Hrynkevych, S. (2022). Impact of energy innovations on Ukraine's economy: strategic directions and managerial practices. *Economics – Innovative and Economics Research Journal*, 10(2), 99-116. <https://doi.org/10.2478/eoik-2022-0018>.
3. Lingling, W., Danko, Yu., Artyukhov, A., Dluhopolska, T., Markovych, I. (2022). Marketing communication strategies of colleges and universities based on spatial and temporal distribution of students. *Academy review*, №2(57), 59-68. <https://doi.org/10.32342/2074-5354-2022-2-57-5>.