

DOI: 10.15276/ETR.05.2025.1
DOI: 10.5281/zenodo.17494460
UDC: 330.1, 330.3, 330.8, 338.2, 338.5
JEL: B10, B20, B41, O10, O30, O44

ЕВОЛЮЦІЯ ТА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПАРАДИГМ: МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В УМОВАХ ПЕРЕНАСИЧЕННЯ РИНКУ ТОВАРАМИ ТА ВРАЖЕННЯМИ

EVOLUTION AND TRANSFORMATION OF ECONOMIC PARADIGMS: MECHANISMS OF FORMING COMPETITIVENESS IN CONDITIONS OF MARKET OVERSATURATION WITH GOODS AND IMPRESSIONS



Yuliia L. Tataryntseva,
PhD in Economics, Associate Professor
National Technical University "Kharkiv
Polytechnic Institute", Kharkiv, Ukraine
ORCID: 0000-0003-2910-9280
Email: yulia.tataryntseva@khp.edu.ua



Oleksandr I. Pushkar,
Doctor of Economic Sciences, Professor
Simon Kuznets Kharkiv National
University of Economics,
Kharkiv, Ukraine
ORCID: 0000-0003-3592-3684
Email: oleksandr.pushkar@hneu.net

Received 27.09.2025

Татаринцева Ю.Л., Пушкар О.І. Еволюція та трансформація економічних парадигм: механізми формування конкурентоспроможності в умовах перенасичення ринку товарами та враженнями. Оглядова стаття.

Сучасний розвиток глобальної економіки свідчить про критичну втрату пояснювальної сили традиційних моделей економічного зростання, що створює актуальність дослідження еволюції економічних парадигм. Метою статті є систематизація історичних і сучасних економічних парадигм, виявлення факторів перенасичення товарів і досвіду, окреслення потенційних напрямків розвитку економіки після кризи парадигми вражень. Об'єктом є еволюція економічних парадигм, предметом – механізми формування конкурентоспроможності економічних систем. Дослідження базується на порівняльному аналізі, синтезі концепцій квантової, цифрової, креативної, адаптивної економік, сталого розвитку, знань, замкнутого циклу, інклюзивного розвитку та біоекономіки. Результати показують, що сучасна економіка характеризується мультипарадигмальністю, високою адаптивністю, інтеграцією технологій, акцентом на соціальну відповідальність. Ключовими конкурентними факторами стають здатність швидко реагувати на зміни, ефективно використовувати дані та креативний потенціал. Результати дозволяють окреслити наукову основу для розвитку теоретичних моделей та практичних стратегій у бізнесі.

Ключові слова: економічні парадигми, мультипарадигмальна економіка, ресурсна економіка, товарна економіка, економіка вражень, чинники конкурентоспроможності, трансформація парадигм

Tataryntseva Yu.L., Pushkar O.I. Evolution and Transformation of Economic Paradigms: Mechanisms of Forming Competitiveness in Conditions of Market Oversaturation with Goods and Impressions. Review article.

The current development of the global economy demonstrates a critical loss of explanatory power of traditional models of economic growth, which creates the relevance of research on the evolution of economic paradigms. The aim of the article is to systematize historical and contemporary economic paradigms, identify factors of goods and experience saturation, and outline potential directions for economic development after the crisis of the experience paradigm. The object is the evolution of economic paradigms, the subject is the mechanisms of forming competitiveness of economic systems. The research is based on comparative analysis, synthesis of concepts of quantum, digital, creative, adaptive economies, sustainable development, knowledge, data, circular economy, inclusive development, and bioeconomy. The results show that the modern economy is characterized by multi-paradigmality, high adaptability, technology integration, and emphasis on social responsibility. Key competitive factors become the ability to respond quickly to changes, effectively use data and creative potential. The results allow outlining a scientific basis for developing theoretical models and practical strategies in business.

Keywords: economic paradigms, multi-paradigm economy, resource economy, commodity economy, experience economy, competitiveness factors, paradigm transformation

Сучасний розвиток глобальної економіки свідчить про настання етапу, коли традиційні моделі пояснення її динаміки втрачають пояснювальну силу. Якщо раніше в центрі перебували ресурси, товари чи враження, то сьогодні ми стикаємося з явищем перенасичення усіх цих сфер. Надлишок товарів нівелював їх унікальність, а надлишок вражень, посилений технологіями штучного інтелекту, призвів до зниження їхньої диференційної цінності. В умовах, коли все здатне «вражати», індивід втрачає здатність робити значущий вибір на основі емоційних стимулів. Це свідчить про кризу парадигми «економіки вражень», яка протягом останніх десятиліть визначала логіку розвитку бізнесу й маркетингу.

Виникає потреба в пошуку нової економічної парадигми, здатної пояснити та спрямувати подальший розвиток суспільства. Проблема полягає в тому, що наукова література лише частково торкається альтернативних моделей – економіки довіри, автентичності чи сенсів, але вони поки не отримали системного теоретичного оформлення. Відсутність чітко сформульованої нової парадигми ускладнює як науковий аналіз, так і практичні рішення бізнесу, державного управління та інноваційної політики. Таким чином, постає завдання не лише констатувати кризу існуючої моделі, а й окреслити можливі контури майбутньої економічної реальності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

У сучасних економічних дослідженнях активно аналізуються зміни економічних парадигм, зокрема перехід від традиційних моделей до нових підходів, що враховують складність економічних систем, сталий розвиток та соціальні аспекти [1]. Ці зміни часто ініціюються через глобальні виклики, такі як кліматичні зміни, економічна нерівність, технологічні трансформації та нові суспільні очікування [2, 3]. Дослідники підкреслюють, що традиційні моделі економічного зростання, засновані виключно на фінансових показниках, стають недостатніми для оцінки сучасних економік, адже вони ігнорують соціальні та екологічні наслідки [4, 5]. Зростає інтерес до концепцій, що інтегрують економічне процвітання, соціальну справедливість та екологічну стійкість, таких як "sustainability", яка пропонує новий підхід до економічного розвитку, що виходить за межі класичних моделей зростання [1, 6].

Крім того, з'являються нові теоретичні підходи, які акцентують увагу на людині як центральному елементі економічної системи, пропонуючи більш холистичний аналіз економічних процесів [2, 7]. Дослідження демонструють, що сучасні парадигми мають бути адаптивними та здатними враховувати вплив штучного інтелекту, новітніх технологій та глобальних змін на ринки [6, 8]. Однак деякі науковці відзначають, що зміни в економічній політиці часто є лише варіаціями у межах існуючих парадигм, а не справжніми парадигмальними зсувами, що потребує подальшого наукового аналізу та перевірки ефективності нових моделей [3, 9, 10].

Таким чином, сучасні економічні парадигми характеризуються інтеграцією соціальних, екологічних і технологічних аспектів, що дозволяє більш комплексно оцінювати економічні системи та їхню конкурентоспроможність. Дослідження підкреслюють необхідність постійного розвитку теоретичних моделей та адаптації політичних стратегій до нових умов [1-10].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми

Незважаючи на численні дослідження економіки вражень, ресурсної та товарної економіки, сучасна наукова література недостатньо висвітлює явище перенасичення враженнями та товарами і його вплив на економічну поведінку споживачів. Зокрема, бракує системного аналізу наступної економічної парадигми, або їх сукупності, щоб врахувати зміну цінностей та пріоритетів у суспільстві. Ці невирішені питання створюють прогалину у розумінні закономірностей еволюції економіки та визначенні напрямків стратегічного розвитку бізнесу та суспільства.

Метою статті є аналіз і систематизація еволюції економічних парадигм та визначення контурів нової економічної парадигми або їх сукупності, яка здатна врахувати сучасні технологічні та соціокультурні зміни. Для досягнення цієї мети передбачено:

1. Огляд і порівняння історичних економічних парадигм.

2. Виявлення механізмів перенасичення товарів і вражень та їх впливу на споживацьку поведінку.

3. Аналіз потенційних напрямків розвитку економіки після кризи парадигми вражень

Виклад основного матеріалу дослідження

1. Огляд і порівняння історичних економічних парадигм. Методологія Томаса Куна вказує, що розвиток науки та знання відбувається через зміну парадигм: нормальна наука функціонує у межах існуючої парадигми, поки накопичені аномалії не призводять до кризи, після чого виникає нова парадигма, що пропонує інший підхід до розв'язання проблем. Парадигма – це сукупність універсально визнаних наукових досягнень, які на певний час надають модельні проблеми та рішення спільноті практиків [11]. Ця ідея застосована й до економіки, де зміна парадигм відображає перехід суспільства до нових форм створення та оцінки цінності.

Історичний розвиток економічної науки демонструє послідовну зміну парадигм, де кожна наступна концепція виникала як відповідь на обмеження попередньої та нові соціально-економічні виклики. Починаючи з класичної економіки XVIII–XIX століть, що підкреслювала роль ринку і вільної конкуренції, розвиток економічної думки рухався через маржиналізм, який акцентував суб'єктивну оцінку вартості, до кейнсіанства, що обґрунтовувало активну роль держави у стимулюванні попиту. Паралельно розвивалася неокласична економіка та нова інституційна економіка, які зосереджувалися на рівновазі, раціональних очікуваннях та ролі інститутів. Таке порівняння дозволяє виявити основні характеристики парадигм, методологічні підходи та фактори конкурентоспроможності, що визначали економічний прогрес на кожному етапі. Для аналізу обрано параметри «Конкурентоспроможність» та «Обмеження/ причина переходу», оскільки саме вони дозволяють найбільш комплексно відобразити логіку еволюції економічних парадигм. «Основна ідея» фіксує ключове теоретичне положення, яке визначає сутність кожної парадигми та відрізняє її від попередніх. Параметр «конкурентоспроможність» дає можливість простежити, завдяки чому економічні суб'єкти отримували переваги у певний історичний період. Водночас категорія «Обмеження / причина переходу» демонструє внутрішні суперечності та зовнішні чинники, які зумовлювали зміну парадигм, що є ключовим у розумінні трансформаційних процесів. Такий підхід забезпечує системність аналізу й дозволяє виявити закономірності переходів між економічними етапами. Порівняння історичних економічних парадигм представлено в табл. 1.

У довгостроковій історичній перспективі можна виділити декілька ключових переходів. Спочатку домінувала ресурсна економіка, де дефіцит природних ресурсів визначав основні економічні відносини. Коли ресурси були освоєні й товари почали вироблятися масово, виникла товарна економіка, орієнтована на ціну та якість, що дозволяло споживачам робити вибір у межах доступних продуктів.

Таблиця 1. Порівняння історичних економічних парадигм

Назва парадигми	Джерело / автор	Рік	Основна ідея	Конкурентоспроможність	Обмеження / причина переходу
Ресурсна економіка	Античні джерела, А. Сміт	до XVIII ст.	Основна цінність – природні ресурси	Доступ до обмежених ресурсів	Обмеженість ресурсів стимулювала пошук ефективного виробництва товарів
Товарна економіка	А. Сміт, Д. Рікардо	XVIII–XIX ст.	Масове виробництво товарів	Ціна та якість продукту	Перенасичення ринку товарами, одноманітність продуктів
Класична економіка	А. Сміт, Д. Рікардо	XVIII–XIX ст.	Вільний ринок, саморегулювання	Вільна конкуренція	Неефективність у випадках криз і циклічних коливань
Маржиналізм	К. Менгер, Л. Вальрас	1870–1880-ті рр.	Гранична корисність, суб'єктивна оцінка	Раціональний вибір споживача	Недостатня увага до макроекономічної стабільності
Кейнсіанська економіка	Дж. М. Кейнс	1930–1970-ті рр.	Державне стимулювання попиту	Активне державне регулювання	Обмеження ринкових механізмів, потреба у державному втручанні
Неокласична економіка	А. Маршалл	XIX–XX ст.	Рівновага попиту і пропозиції, раціональні очікування	Раціональні агенти та ринкова рівновага	Обмеження у врахуванні інституцій та транзакційних витрат
Нова інституційна економіка	Р. Коуз, Д. Норт	1970–XXI ст.	Інститути та транзакційні витрати	Власність та організаційні структури	Обмеження ринку через відсутність ефективних інститутів

Джерело: складено авторами за матеріалами [12, 13]

Згодом, коли ринок перенаситися якісними товарами, економіка почала концентруватися на враженнях [14, 15], створюючи унікальні досвіди для споживачів, що відокремлює продукт від конкурентів. Сьогодні відбувається новий зсув: одночасно зростає кількість товарів і вражень, але через технології, зокрема штучний інтелект, контент стає ідеально вражаючим. Коли всі продукти та послуги максимально «вражають», вибір стає ускладненим, і споживач втрачає орієнтири – як на конкурсі краси, де всі учасниці однаково красиві. У цьому контексті виникає потреба нових економічних парадигм.

2. Виявлення факторів перенасичення товарів і вражень та їх впливу на споживацьку поведінку.

Сучасна економічна ситуація в Україні формується під впливом одночасних глобальних та локальних чинників, серед яких війна, пандемія COVID-19, розвиток технологій та масове перенасичення ринку товарами та враженнями. Онлайн-торгівля і мобільні платформи дозволяють швидко порівняти ціни та здійснити покупку за лічені хвилини, тоді як штучний інтелект та креативні агенції створюють максимально яскравий і емоційно насичений контент. В результаті споживач стикається з величезним вибором однотипних продуктів і вражень, що стимулює зростання значення емоційного досвіду, довіри до бренду та індивідуальних цінностей при прийнятті рішень [16, 17].

Таблиця 2. Фактори перенасичення товарами та враженнями

Фактори перенасичення товарами	Фактори перенасичення враженнями
Масове виробництво стандартних товарів у Китаї та інших країнах Легкий доступ до міжнародних ринків через онлайн-платформи Мобільні додатки та маркетплейси дозволяють швидко порівняти ціни та купити Масове виробництво одноманітних товарів з високою якістю та доступною ціною Відкриття нових каналів постачання та міжнародної логістики	Штучний інтелект створює яскравий емоційний контент Соціальні мережі експлуатують яскраві образи, кольори та незвичайні ідеї Персоналізація реклами підсилює очікування від досвіду Однотипні, але яскраві досвіди ускладнюють вибір споживача Емоційно насичені кампанії створюють ефект «враження на всі сенси»

Джерело: власна розробка авторів

У сучасних умовах перенасичення товарами та враженнями поведінка споживачів зазнає суттєвих змін: вони стають більш вибірковими та селективними, орієнтуючись не лише на ціну та

якість, а й на емоційний та сенсорний досвід від взаємодії з продуктом або брендом. Швидкий доступ до величезного асортименту товарів через онлайн-платформи і маркетплейси сприяє імпуль-

сивним і раціональним покупкам одночасно, тоді як однотипність товарів та перенасиченість вражень стимулює пошук унікальних, персоналізованих пропозицій. Споживачі дедалі більше цінують автентичність, інноваційність і персоналізацію контенту, а також віддають перевагу брендам, яким можна довіряти. Крім того, надлишок стимулів та емоційних образів підвищує когнітивне навантаження, що змушує людей покладатися на рекомендації, рейтинги та соціальний контекст, створюючи нові моделі прийняття рішень та споживацьких пріоритетів.

3. Аналіз потенційних напрямків розвитку економіки після кризи парадигми вражень.

Слід зазначити що аналіз наукової літератури виявив наявність сукупності теоретичних реальних або футуристичних парадигм. Отже, ми спостерігаємо вже не послідовну зміну парадигм, як це було у класичній історії економіки, а паралельне існування кількох сучасних економічних парадигм. У цьому контексті концепція квантової економіки, представлена у працях А. Індсета [18], пропонує новий підхід до аналізу економічних процесів: у сучасності рішення та стратегії не є вибором «або/або», а функціонують за принципом «і/і». Це означає, що підприємства, ринки та споживачі одночасно реалізують кілька альтернативних стратегій, інтегруючи різні підходи та адаптуючись до умов, які швидко змінюються.

У практичному сенсі це проявляється у тому, що після ери економіки вражень, де конкурентною перевагою ставала унікальність досвіду, виникає множинний спектр сучасних економік: економіка довіри, економіка сенсів, креативна економіка, когнітивна економіка, біоекономіка, економіка співучасті, економіка невизначеності та ін. Вони співіснують одночасно, адаптуючись до різних ринкових, технологічних та соціальних умов, і взаємодіють одна з одною, створюючи комплексний, фрагментарний ландшафт сучасної економіки.

Така квантова перспектива дозволяє пояснити феномен, коли одночасно зростає кількість товарів, вражень та технологічних рішень, але при цьому споживач не втрачає здатності вибирати – він орієнтується на комплексну комбінацію факторів: смисл, довіру, емоційний ефект, інноваційність та адаптивність. Таким чином, економіка в сучасному світі стає мультипарадигмальною, гнучкою та багатовимірною, що відображає логіку квантової економіки: «і/і», а не «або/або». Розглянемо існуючі та обґрунтовані в науковій літературі [19–21] економічні парадигми, що відображають еволюцію підходів до формування конкурентоспроможності.

1. Квантова економіка (Quantum Economy) [17] ґрунтується на принципах квантової механіки, таких як суперпозиції та заплутаність, що застосовуються до економічних процесів. Вона передбачає, що економічні агенти діють не як раціональні автоматизми, а схильні до впливу контексту, емоцій, очікувань та соціальних взаємодій. Рішення приймаються імовірно, а чи не детерміновано, що відкриває нові перспективи

розуміння економічних явищ та розробки моделей поведінки споживачів. Ключовою конкурентною перевагою стає здатність компаній адаптуватися до невизначеності та складності реального світу.

2. Цифрова економіка (Digital Economy) охоплює економічну діяльність, що відбувається онлайн, і заснована на здатності збирати, використовувати та аналізувати великі обсяги даних для надання більш персоналізованих та значущих вражень. З розвитком інтернету, мобільних технологій та Інтернету речей, цифрова економіка стає основою для інновацій та зростання у різних секторах. Вона сприяє більш ефективній взаємодії між споживачами та компаніями, а також відкриває нові можливості для бізнесу та споживання. Ключовою конкурентною перевагою стає здатність ефективно використовувати дані та технології для створення цінності.

3. Економіка креативності та інновацій (Creative and Innovation Economy). Ця парадигма наголошує на ролі людської креативності та ідей в економічному розвитку. Вона будується на взаємодії між творчими індустріями та інноваційними екосистемами, де нові ідеї та їх реалізація стають основними двигунами зростання. Креативна економіка включає такі галузі, як мистецтво, дизайн, медіа і технології, і сприяє створенню нових продуктів, послуг і бізнес-моделей. Ключовою конкурентною перевагою стає здатність генерувати та реалізовувати інноваційні ідеї.

4. Економіка адаптивності (Adaptive Economy) характеризується здатністю економічних систем швидко реагувати на зміни та невизначеність. Вона передбачає, що економіки розвиваються через постійні зміни, які часто викликані непередбачуваними подіями. Економічні системи найбільш схожі на еволюційні і постійно змінюються біологічні процеси, ніж плановані порядки, керовані державами. Таким чином, політики повинні сприяти адаптації в системі, що постійно змінюється, а не створювати нові структури, що відповідають останнім теоріям. Ключовою конкурентною перевагою стає здатність швидко адаптуватися до змін та невизначеності.

5. Економіка довіри (Trust Economy) ґрунтується на взаємній довірі між учасниками економічних відносин. Вона включає репутаційні системи, відгуки споживачів і соціальні мережі, які впливають на прийняття рішень. Ця парадигма підкреслює важливість прозорості, етичних стандартів та соціальної відповідальності у бізнесі. З розвитком цифрових платформ та peer-to-peer сервісів довіра стає ключовим елементом у встановленні та підтримці економічних зв'язків. Ключовою конкурентною перевагою стає здатність вибудовувати та підтримувати довірчі відносини з клієнтами та партнерами.

6. Економіка сталого розвитку (Sustainable Development Economy) акцентує увагу на збалансованому економічному зростанні, яке враховує екологічні та соціальні аспекти. Вона спрямована задоволення потреб теперішнього часу без шкоди для можливості майбутніх поколінь задовольняти

власні потреби. Метою є створення суспільства, де умови життя та ресурси відповідають потребам людини, не порушуючи цілісності планети. Ключовою конкурентною перевагою стає здатність інтегрувати принципи стійкості у бізнес-процеси та стратегії.

7. Економіка знань (Knowledge Economy) фокусується на виробництві, розповсюдженні та використанні знань та інформації. У цій парадигмі знання стають основним джерелом конкурентної переваги та економічного зростання. Компанії та країни, здатні ефективно керувати знаннями, мають перевагу в інноваціях та розвитку. Ключовою конкурентною перевагою стає здатність ефективно створювати, поширювати та застосовувати знання.

8. Економіка обміну (Sharing Economy) ґрунтується на спільному використанні ресурсів та послуг між учасниками. За допомогою цифрових платформ люди можуть ділитися своїми активами, такими як житло, транспорт чи інструменти, з іншими, отримуючи дохід чи інші вигоди. Ця модель сприяє більш ефективному використанню ресурсів та зниженню зайвого споживання. Ключовою конкурентною перевагою стає здатність ефективно організовувати та керувати процесами обміну та спільного споживання.

9. Економіка даних (Data Economy) фокусується на збиранні, аналізі та використанні великих обсягів даних для створення цінності. Дані стають новим видом капіталу, який може бути використаний для поліпшення продукції, послуг та бізнес-процесів. Компанії, здатні ефективно управляти даними, отримують конкурентну перевагу у прийнятті рішень та інноваціях. Ключовою конкурентною перевагою стає здатність збирати, аналізувати та використовувати дані для створення цінності.

10. Економіка добробуту (Wellbeing Economy) орієнтована на поліпшення якості життя людей, а чи не лише економічне зростання. Вона наголошує на здоров'ї, освіті, соціальному захисті та інших аспектах, що сприяють благополуччю громадян. Метою є створення суспільства, де економічна діяльність сприяє покращенню життя людей та зниженню нерівності. Ключовою конкурентною перевагою стає здатність створювати цінність, спрямовану на поліпшення добробуту суспільства.

11. Економіка замкнутого циклу (Circular Economy) спрямована на мінімізацію відходів та максимальне повторне використання ресурсів. Вона передбачає перехід від традиційної лінійної моделі «виробництво-споживання-відходи» до моделі, де продукти та матеріали зберігаються в економіці якнайдовше. Альтернатива традиційній лінійній моделі «взяти – зробити – викинути». Це сприяє зниженню впливу на навколишнє середовище та більш ефективному використанню ресурсів. Ключовою конкурентною перевагою стає здатність ефективно керувати ресурсами та мінімізувати відходи.

12. Економіка інклюзивного розвитку (Inclusive Development Economy). У цій парадигмі акцен-

тується увага на забезпеченні рівних можливостей для всіх верств населення. Вона включає в себе політики та ініціативи, спрямовані на зменшення нерівності, підтримку вразливих груп та забезпечення соціальної справедливості. Ця економіка сприяє сталому розвитку та соціальній інтеграції.

13. Економіка соціального підприємництва (Social Entrepreneurship Economy). Ця парадигма зосереджена на створенні соціальної цінності через підприємницьку діяльність. Вона включає в себе бізнеси, які вирішують соціальні проблеми, створюючи при цьому економічну вигоду. Ця економіка сприяє розвитку інноваційних рішень для соціальних викликів та підтримує сталий

14. Економіка автентичності (Authenticity Economy). У цій парадигмі споживачі надають перевагу брендам, які демонструють справжність, чесність та прозорість. Вони шукають продукти та послуги, що відповідають їхнім особистим цінностям та переконанням. Бренди, які активно підтримують соціальні ініціативи, дотримуються етичних стандартів та відкрито комунікують зі своєю аудиторією, здобувають довіру та лояльність.

15. Економіка трансформацій (Transformation Economy). Ця парадигма акцентує увагу на наданні споживачам можливості змінюватися через взаємодію з брендом. Продукти та послуги стають інструментами для особистісного розвитку, самопізнання та досягнення цілей. Споживачі шукають не просто досвід, а трансформацію, яка допоможе їм стати кращими версіями себе. Це вимагає від брендів глибшого розуміння потреб клієнтів та створення пропозицій, що сприяють їхній особистісній еволюції.

16. Економіка взаємодії (Interaction Economy). У цій парадигмі основним акцентом є взаємодія між брендом та споживачем. Це не просто транзакція, а процес спільного створення цінності через комунікацію, співпрацю та обмін ідеями. Бренди стають платформами для діалогу, де споживачі можуть висловлювати свої думки, отримувати зворотний зв'язок та брати участь у формуванні продуктів і послуг. Цей підхід сприяє формуванню лояльності та довіри до бренду.

17. Економіка біотехнологій (Biotechnology Economy). Ця парадигма формується на перетині науки, технологій та бізнесу і зосереджується на використанні біотехнологій для створення економічної цінності. Біоекономіка охоплює виробництво нових лікарських засобів, персоналізованої медицини, генетично модифікованих культур, біопалива та екологічно чистих матеріалів. Основним конкурентним фактором є інновації на основі живих систем і біологічних знань, що дозволяють підвищити ефективність, забезпечити стійкість і розвивати нові ринки. Вона також тісно пов'язана зі сферою продовольчої безпеки, охорони здоров'я та зеленої економіки, оскільки біотехнологічні рішення сприяють зменшенню залежності від викопних ресурсів та пом'якшенню екологічних ризиків.

Таблиця 3. Основні сучасні економічні парадигми

Економічна парадигма	Джерело	Ідея	Чинник конкурентоспроможності
Квантова економіка (Quantum Economy)	Indset, 2020	Економічні рішення приймаються ймовірно, враховуючи контекст, емоції та соціальні взаємодії	Адаптивність до невизначеності, швидке реагування на зміни завдяки нетрадиційним моделям
Цифрова економіка (Digital Economy)	Adobe, 2022	Використання цифрових технологій та даних для створення цінності	Персоналізація та ефективне використання даних для інновацій та оптимізації бізнес-процесів
Економіка креативності і інновацій (Creative & Innovation Economy)	UNCTAD, 2024	Створення нових ідей, продуктів та послуг завдяки креативності	Генерація та реалізація інноваційних ідей, конкурентна перевага через творчі рішення
Економіка адаптивності (Adaptive Economy)	Zoellick, 2022	Швидка реакція економіки на зміни та невизначеність	Гнучкість і здатність до еволюційного розвитку, швидка адаптація до змін
Економіка довіри (Trust Economy)	Futures Alchemist, 2023	Взаємна довіра між учасниками ринку	Репутація та прозорість, що забезпечує лояльність клієнтів і партнерів
Економіка сталого розвитку (Sustainable Development Economy)	IISD, 2023	Екологічно та соціально відповідальний економічний розвиток	Утримання балансу між економічним ростом, екологією та соціальними цілями
Економіка знань (Knowledge Economy)	OECD, 2020	Знання та інформація – ключові ресурси економіки	Ефективне створення, поширення та використання знань для інновацій
Економіка обміну (Sharing Economy)	Botsman & Rogers, 2010	Спільне використання ресурсів між учасниками	Ефективне використання ресурсів, зниження витрат та нові бізнес-моделі
Економіка даних (Data Economy)	McKinsey, 2021	Використання великих даних для прийняття рішень	Персоналізація продуктів та послуг, оптимізація бізнес-процесів
Економіка благосостояння (Wellbeing Economy)	Raworth, 2017	Фокус на покращенні якості життя людей	Соціальна цінність і поліпшення життя, що підвищує довіру та лояльність
Економіка замкнутого циклу (Circular Economy)	Ellen MacArthur Foundation, 2015	Мінімізація відходів і максимальне повторне використання ресурсів	Зниження витрат і впливу на навколишнє середовище, сталий розвиток
Економіка інклюзивного розвитку (Inclusive Development Economy)	UNDP, 2022	Рівні можливості та соціальна інтеграція	Соціальна справедливість і розширення ринку завдяки залученню всіх верств населення
Економіка соціального підприємництва (Social Entrepreneurship Economy)	Dees, 1998	Створення соціальної цінності через підприємництво	Інноваційні рішення для соціальних проблем, одночасно отримуючи економічну вигоду
Економіка трансформацій (Transformation Economy)	Pine II, B. Joseph, 2025	Фокус на глибоких змінах у споживачів через індивідуалізовані досвіди, які трансформують їхню поведінку або спосіб мислення.	Якість та унікальність трансформаційного досвіду, здатність змінювати життя споживача
Економіка взаємодії (Interaction Economy)	Blume, L. E., & Durlauf, S, 2021	Економічна цінність створюється через взаємодію людей, компаній та технологій; акцент на спільні процеси, платформи та мережі.	Ефективність мережових взаємодій, здатність стимулювати кооперацію та спільне створення цінності
Економіка біотехнологій (Biotechnology Economy)	Herring, R., & Paarlberg, R., 2016	Використання біотехнологій для створення нових продуктів, послуг та ринків; синтез науки, технологій та економіки.	Інноваційність у біотехнологіях, здатність комерціалізувати наукові відкриття, швидкість впровадження технологій

Джерело: складено авторами за матеріалами [14, 19, 20]

Аналіз наведеної табл. 3 демонструє, що сучасні економічні парадигми після економіки вражень характеризуються високим ступенем адаптивності,

технологічності та соціальної орієнтованості. Основним трендом є інтеграція нових технологій, знань, даних і креативності для створення цінності,

яка не обмежується лише продуктом чи послугою, а охоплює досвід, довіру, сталість та соціальну значущість. Ключові конкурентні переваги компаній у цих парадигмах забезпечуються за рахунок здатності швидко реагувати на зміни, ефективно використовувати інформацію та знання, генерувати інновації та підтримувати довгострокові відносини з клієнтами й суспільством. Водночас спостерігається тенденція до паралельного існу-

вання кількох економік, що відображає комплексність сучасних ринкових та соціальних систем і потребу в багатовимірному підході до управління бізнесом та економічним розвитком.

На рис. 1 зображено еволюцію економічних парадигм від послідовної зміни ресурсної, товарної та економіки вражень до сучасного розгалуження багатьох взаємопов'язаних, але відмінних одна від одної концепцій.

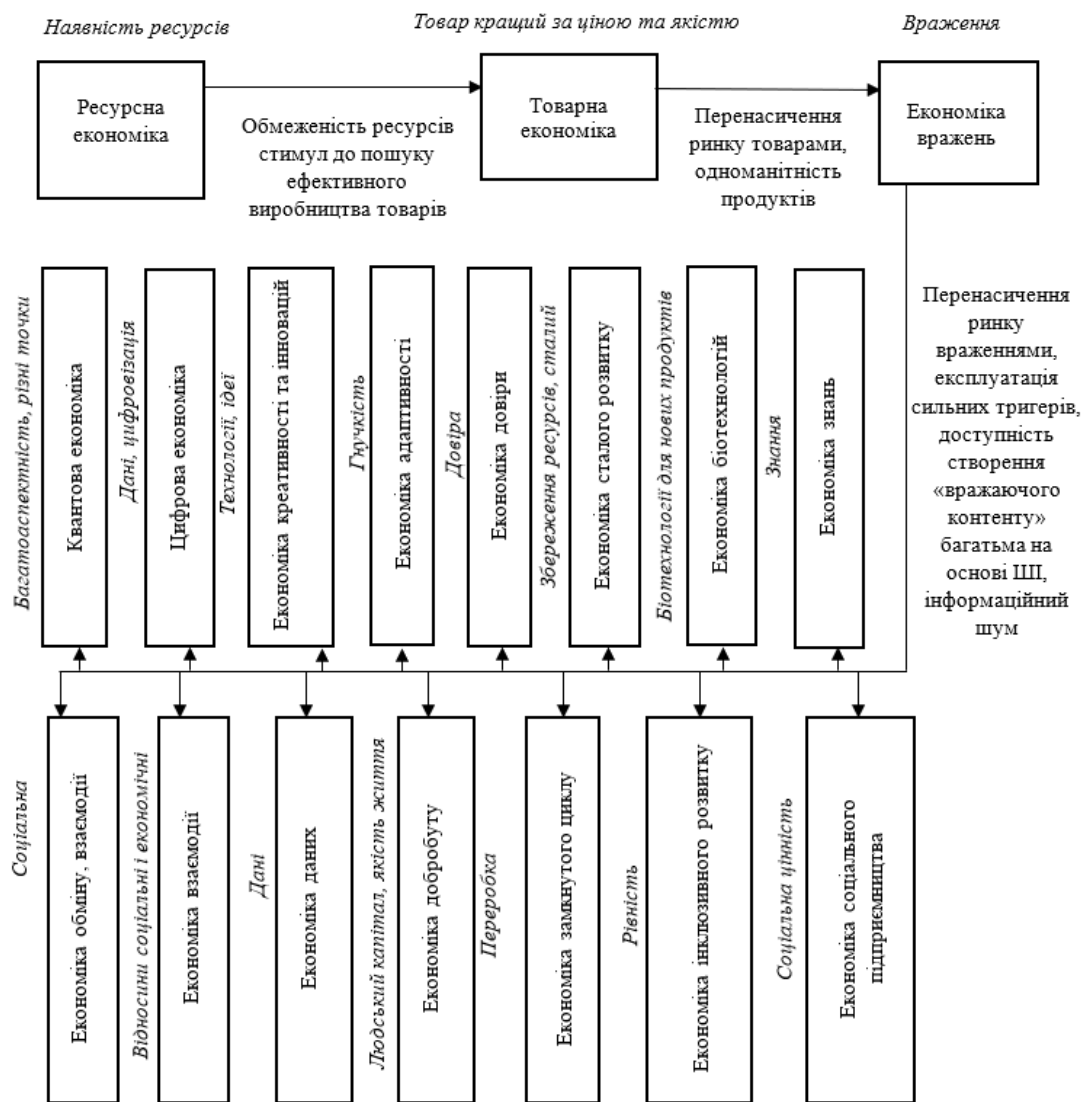


Рисунок 1. Еволюція та розгалуження економічних парадигм: від ресурсної до сучасних багатовекторних економік

Джерело: складено авторами за матеріалами [14, 19, 20]

Представлений спектр демонструє, що між деякими парадигмами існує змістова близькість і навіть часткове накладання – наприклад, економіка сталого розвитку та економіка замкнутого циклу, квантова економіка та економіка адаптивності, цифрова економіка та економіка даних. Однак, попри схожість, у науковій літературі вони описуються як окремі напрями. Це ставить питання, чи всі представлені концепції можна розглядати як повноцінні економічні парадигми, адже для цього вони мають володіти набором ознак: новим баченням економічних процесів,

методологічним підґрунтям та пояснювальною силою щодо сучасних трансформацій.

У науковій і публіцистичній літературі останніх років формується спектр футуристичних економічних парадигм, які претендують на пояснення майбутніх трансформацій суспільства. Безумовно, вони ще не містять наукового підґрунтя, але, як свідчить історія, мають гіпотетичну ймовірність на реалізацію. Футурологічні концепції часто починали свій шлях у художній або публіцистичній літературі, але згодом втілювалися у реальність. Так, Жюль Верн у романі «Із Землі на Місяць»

(1865) описав космічні подорожі, що через століття реалізувалися у програмі «Аполлон». Артур К. Кларк у книзі «Профілі майбутнього» (1962) передбачив розвиток супутникового зв'язку та використання геостационарних орбіт, що стало основою сучасної телекомунікаційної інфраструктури. Айзек Азімов у своїх науково-популярних есеях 1960-х років говорив про появу «розумних машин» і роботів-помічників, що перегукується з сучасними досягненнями у сфері штучного інтелекту та робототехніки. Ніл Стівенсон у романі "Snow Crash" (1992) фактично передбачив розвиток віртуальної реальності та концепцію метавсесвіту. Ці приклади свідчать, що навіть футурологічні та художні візії, які на момент появи здавалися фантастичними, можуть стати рушійною силою для наукових досліджень та економічних парадигм.

Однією з таких футуристичних економічних парадигм є когнітаризм (Cognitarism), що передбачає перехід від праці людини до штучного інтелекту як головного виробничого ресурсу, де створення цінності здійснюватиметься передусім алгоритмами й системами ШІ [21]. Інша концепція – Інтелектуальна економіка / Есоному 3.0, запропонована О. Фіхтером, – акцентує на переході до нематеріальних продуктів, саморганізації спільнот за принципами «рою» та зростанні ролі творчості й емпатії у створенні конкурентних переваг [22]. Ще однією перспективною рамкою є Experiential Matrix Theory / Alignment Economics, де економіка майбутнього вибудовується на синхронізації виробництва й споживання завдяки

штучному інтелекту, що дозволяє у режимі реального часу адаптувати товари та послуги до індивідуальних потреб людини, забезпечуючи вищий рівень сенсу і благополуччя [23]. Такі парадигми сьогодні радше мають футурологічний характер, однак подібно до наукової фантастики минулого, вони можуть стати реальністю в найближчі десятиліття.

Висновки

У статті розглянуто еволюцію економічних парадигм від ресурсної та товарної до економіки вражень, проаналізовано механізми перенасичення ринку товарами та досвідом, а також визначено їхній вплив на трансформацію споживацької поведінки. Виявлено, що надлишок пропозиції, цифровізація та використання штучного інтелекту призвели до зміни логіки конкуренції й зниження унікальності як товарів, так і вражень. На основі узагальнення сучасної літератури систематизовано теоретичні парадигми та окреслено можливі футурологічні сценарії розвитку, що вказують на багатовекторність подальшого поступу. Перспективи подальших досліджень полягають у поглибленому вивченні взаємодії цих парадигм, аналізі їхньої адаптивності до кризових викликів та формуванні моделей, здатних забезпечити стійкість і баланс між економічними, соціальними та екологічними вимірами розвитку. Автори висловлюють подяку Літній школі цифрової гуманітаристики (Львів, Український католицький університет, 2025) за надані матеріали та лекційні курси, які стали основою для цієї статті.

Abstract

The modern development of the global economy indicates a critical loss of the explanatory power of traditional models of economic growth, in particular the resource, commodity and impression economy, which creates the relevance of research aimed at analyzing the evolution of economic paradigms and searching for contours of new approaches to assessing competitiveness and value in conditions of market oversaturation with goods and impressions. The purpose of the article is to systematize historical and modern economic paradigms, identify factors of oversaturation of goods and experience, and outline potential directions of economic development after the crisis of the impression paradigm; for this purpose, a literature review, a comparative analysis of paradigms, and a generalization of modern concepts of multi-paradigm economics were performed.

The object of the research is the evolution of economic paradigms from classical economics to modern models, the subject is the mechanisms of forming competitiveness and adaptability of economic systems. The presented scientific research is based on the following methods: comparative analysis of historical and modern scientific sources, synthesis of the concepts of quantum, digital, creative, adaptive, sustainable development, trust, knowledge, exchange, data, improvement, closed loop, inclusive development, social entrepreneurship, transformations, interaction and bioeconomy, as well as on futurological models of cognitivism and Economy 3.0.

The results of the study show that the modern economy is characterized by multi-paradigmality, high adaptability, integration of technologies and knowledge, emphasis on social responsibility and sustainable development, and the key competitive factors are the ability to quickly respond to changes, effectively use data and creative potential. The results obtained allow us to outline the scientific basis for the further development of theoretical models and practical strategies in business, public administration and innovation policy, and also emphasize the need for a systematic approach to the formation of future economic paradigms.

Список літератури:

1. Capitals Coalition. (2023). Towards a new economic paradigm: Integrating social and environmental considerations into economic decision-making. Capitals Coalition. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://capitalscoalition.org/wp-content/uploads/2023/09/2023_Towards-A-New-Economic-Paradigm.pdf.
2. Von Holle, V. (2024). New economic theory: A human-centered approach to economic analysis. Springer. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-45136-3>.
3. Heise, A. (2024). New economics, paradigm shifts and the lack of philosophical foundations in economics or: Is the future of economics heterodox? ZÖSS Discussion Paper, No. 112, Universität Hamburg, Zentrum für Ökonomische und Soziologische Studien (ZÖSS). [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/305296/1/1907208917.pdf>.
4. Kharchuk, S. (2024). Humanitatis rationalis: A new path toward a just and sustainable society. DOI: 10.13140/RG.2.2.33185.52324.
5. Miao, Y. (2024). Global macroeconomic paradigm shifts and policy options. China Watch, 4(6). [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://china-cee.eu/2024/04/02/global-macroeconomic-paradigm-shifts-and-policy-options>.
6. Damioli, G., Van Roy, V., Vertesy, D., & Vivarelli, M. (2024). Is artificial intelligence leading to a new technological paradigm? Structural Change and Economic Dynamics, 72, 347-359. DOI: 10.1016/j.strueco.2024.12.006.
7. Oladokun, M. (2025). From Growth to Conscious Flourishing: A New Economic Paradigm. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/392078054_From_Growth_to_Conscious_Flourishing_A_New_Economic_Paradigm/
8. Waddock, S., Henriques, I., Linnenluecke, M., & Poggioli, N., Böhm, S. (2024). The paradigm shift: Business associations shaping the discourse on system change. DOI: 10.1111/basr.12359
9. Abson, D. J., Fischer, J., Leventon, J., Newig, J., Schomerus, T., Vilsmaier, U., von Wehrden, H., Abernethy, P., Ives, C. D., Jäger, N. W., & Lang, D. J. (2017). Leverage points for sustainability transformation. *Ambio*, 46(1), 30-39. DOI: 10.1007/s13280-016-0800-y
10. Federle, J., Mohr, C., & Schularick, M. (2024). The new paradigm papers of the month of December 2024. *Forum New Economy*. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://newforum.org/en/the-new-paradigm-papers-of-the-month-of-december-2024>.
11. Кун, Т. (2001). Структура наукових революцій. Київ: Port-Royal.
12. Kravchenko, O., Shkurenko, O., Boniar, S., & Shuliarenko, S. (2024). Planning paradigms throughout economic history. *History of Science and Technology*, 14(2), 332-349. DOI: 10.32703/2415-7422-2024-14-2-332-349.
13. Wawrosz, P., Valenchik, R., Roubal, O., & Sazanova, S. (2019). Economic paradigms and economic communications. *Upravlenie*, 7, 60–65. DOI: 10.26425/2309-3633-2019-1-60-65.
14. Татаринцева, Ю. (2024). Уточнення понятійного апарату концепції економіки вражень в цифровому маркетингу. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*, (5), 3-10. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://es.khpi.edu.ua/article/view/320934>. DOI: 10.20998/2519-4461.2024.5.3.
15. Tataryntseva, Y. (2025). The impact of digital emotional experience on consumer loyalty: statistical modeling. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*, (2), 82-88. DOI: 10.20998/2519-4461.2025.2.82.
16. Cardoso, A., Gabriel, M., Figueiredo, J., Oliveira, I., Rêgo, R., Silva, R., Oliveira, M., & Meirinhos, G. (2022). Trust and loyalty in building the brand relationship with the customer: Empirical analysis in a retail chain in Northern Brazil. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 109.
17. Mejía, J., & Pérez, R. (2024). The customer experience is a key factor at every stage of the transaction: Before, during, and after. *Journal of Sustainable Marketing*, 1-19. DOI: 10.51300/JSM-2024-128.
18. Индсет, А. (2021). Квантова економіка. *ArtHuss*.
19. Myamlin, V.V. (2022). The modern paradigm of socio-economic development: What it should be! *Science and Transport Progress*, (3-4(99-100)), 14-24. DOI: 10.15802/stp2022/275707.
20. Mazarki, A., & Lagutin, V. (2022). Paradigm of economics and the potential for its changes in the XXI century. *Economy of Ukraine*, 65(3(724)), 23-38. DOI: 10.15407/economyukr.2022.03.023.
21. Marsford, A., & Shell, L. (2025). Cognitarism: The first socio-economic system where value is created by artificial intelligence. DOI: 10.5281/zenodo.16682114.

22. Fiechter, O. (2016, May 15). The European socio-economic model – an economic blueprint to fight global inequality. Medium. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://medium.com/@o_58505/the-european-socio-economic-model-a-economic-blueprint-to-fight-global-inequality-bcbcab8a943f.
23. Callaghan, C. (2025). A general theory of growth, employment, and technological change: Experiential Matrix Theory and the transition from GDP to humanist experiential growth in the age of artificial intelligence. arXiv. DOI: 10.48550/arXiv.2505.19045.

References:

1. Capitals Coalition. (2023). Towards a new economic paradigm: Integrating social and environmental considerations into economic decision-making. Capitals Coalition. Retrieved from: https://capitalscoalition.org/wp-content/uploads/2023/09/2023_Towards-A-New-Economic-Paradigm.pdf [in English].
2. Von Holle, V. (2024). New economic theory: A human-centered approach to economic analysis. Springer. Retrieved from: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-45136-3> [in English].
3. Heise, A. (2024). New economics, paradigm shifts and the lack of philosophical foundations in economics or: Is the future of economics heterodox? ZÖSS Discussion Paper, No. 112, Universität Hamburg, Zentrum für Ökonomische und Soziologische Studien (ZÖSS). Retrieved from: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/305296/1/1907208917.pdf> [in English].
4. Kharchuk, S. (2024). Humanitatis rationalis: A new path toward a just and sustainable society. DOI: 10.13140/RG.2.2.33185.52324 [in English].
5. Miao, Y. (2024). Global macroeconomic paradigm shifts and policy options. China Watch, 4(6). Retrieved from: <https://china-cee.eu/2024/04/02/global-macroeconomic-paradigm-shifts-and-policy-options> [in English].
6. Damioli, G., Van Roy, V., Vertesy, D., & Vivarelli, M. (2024). Is artificial intelligence leading to a new technological paradigm? Structural Change and Economic Dynamics, 72, 347-359. DOI: 10.1016/j.strueco.2024.12.006 [in English].
7. Oladokun, M. (2025). From Growth to Conscious Flourishing: A New Economic Paradigm. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/392078054_From_Growth_to_Conscious_Flourishing_A_New_Economic_Paradigm [in English].
8. Waddock, S., Henriques, I., Linnenluecke, M., Poggioli, N., & Böhm, S. (2024). The paradigm shift: Business associations shaping the discourse on system change. DOI: 10.1111/basr.12359 [in English].
9. Abson, D.J., Fischer, J., Leventon, J., Newig, J., Schomerus, T., Vilsmaier, U., von Wehrden, H., Abernethy, P., Ives, C. D., Jager, N. W., & Lang, D. J. (2017). Leverage points for sustainability transformation. *Ambio*, 46(1), 30-39. DOI: 10.1007/s13280-016-0800-y [in English].
10. Federle, J., Mohr, C., & Schularick, M. (2024). The new paradigm papers of the month of December 2024. Forum New Economy. Retrieved from: <https://newforum.org/en/the-new-paradigm-papers-of-the-month-of-december-2024> [in English].
11. Kun, T. (2001). The Structure of Scientific Revolutions. Kyiv: Port-Royal [in Ukrainian].
12. Kravchenko, O., Shkurenko, O., Boniar, S., & Shuliarenko, S. (2024). Planning paradigms throughout economic history. *History of Science and Technology*, 14(2), 332-349. DOI: 10.32703/2415-7422-2024-14-2-332-349 [in English].
13. Wawrosz, P., Valenchik, R., Roubal, O., & Sazanova, S. (2019). Economic paradigms and economic communications. *Upravlenie*, 7, 60-65. DOI: 10.26425/2309-3633-2019-1-60-65 [in English].
14. Tataryntseva, Yu. (2024). Clarification of the conceptual apparatus of the experience economy concept in digital marketing. *Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (Economic Sciences)*, (5), 3-10. Retrieved from: <http://es.khpi.edu.ua/article/view/320934>. DOI: 10.20998/2519-4461.2024.5.3 [in Ukrainian].
15. Tataryntseva, Y. (2025). The impact of digital emotional experience on consumer loyalty: Statistical modeling. *Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (Economic Sciences)*, (2), 82-88. DOI: 10.20998/2519-4461.2025.2.82 [in English].
16. Cardoso, A., Gabriel, M., Figueiredo, J., Oliveira, I., Rêgo, R., Silva, R., Oliveira, M., & Meirinhos, G. (2022). Trust and loyalty in building the brand relationship with the customer: Empirical analysis in a retail chain in Northern Brazil. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 109 [in English].
17. Mejía, J., & Pérez, R. (2024). The customer experience is a key factor at every stage of the transaction: Before, during, and after. *Journal of Sustainable Marketing*, 1-19. DOI: 10.51300/JSM-2024-128 [in English].
18. Indset, A. (2021). Quantum economy. Kyiv: ArtHuss [in Ukrainian].

19. Myamlin, V.V. (2022). The modern paradigm of socio-economic development: What it should be! Science and Transport Progress, (3-4(99-100)), 14-24. DOI: 10.15802/stp2022/275707 [in English].
20. Mazarki, A., & Lagutin, V. (2022). Paradigm of economics and the potential for its changes in the XXI century. Economy of Ukraine, 65(3(724)), 23-38. DOI: 10.15407/economyukr.2022.03.023 [in English].
21. Marsford, A., & Shell, L. (2025). Cognitarism: The first socio-economic system where value is created by artificial intelligence. DOI: 10.5281/zenodo.16682114 [in English].
22. Fiechter, O. (2016, May 15). The European socio-economic model – an economic blueprint to fight global inequality. Medium. Retrieved from: https://medium.com/@o_58505/the-european-socio-economic-model-a-economic-blueprint-to-fight-global-inequality-bcbcab8a943f [in English].
23. Callaghan, C. (2025). A general theory of growth, employment, and technological change: Experiential Matrix Theory and the transition from GDP to humanist experiential growth in the age of artificial intelligence. arXiv. DOI: 10.48550/arXiv.2505.19045 [in English].

Посилання на статтю:

Татаринцева Ю.Л. Еволюція та трансформація економічних парадигм: механізми формування конкурентоспроможності в умовах перенасичення ринку товарами та враженнями / Ю.Л. Татаринцева, О.І. Пушкар // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2025. – № 5 (81). – С. 5-15. – Режим доступу: <https://economics.net.ua/files/archive/2025/No5/5.pdf>. DOI: 10.15276/ETR.05.2025.1. DOI: 10.5281/zenodo.17494460.

Reference a Journal Article:

Tataryntseva Yu.L. Evolution and Transformation of Economic Paradigms: Mechanisms of Forming Competitiveness in Conditions of Market Oversaturation with Goods and Impressions / Yu.L. Tataryntseva, O.I. Pushkar // Economics: time realities. Scientific journal. – 2025. – № 5 (81). – P. 5-15. – Retrieved from: <https://economics.net.ua/files/archive/2025/No5/5.pdf>. DOI: 10.15276/ETR.05.2025.1. DOI: 10.5281/zenodo.17494460.



This is an open access journal and all published articles are licensed under aCreative Commons "Attribution" 4.0.