

Ігор Крисоватий

кандидат економічних наук, доцент,

Західноукраїнський національний університет,

м. Тернопіль, Україна

i.krysovaty@wunu.edu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4063-6324>

РОЗВИТОК ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМ- НИЦТВО І МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ

У сучасному глобальному економічному просторі цифрові технології стали невід'ємною частиною сталого економічного розвитку. Цифрова економіка охоплює широкий спектр діяльності, що базується на використанні інформаційних і комунікаційних технологій для створення, зберігання, обробки та обміну інформацією. Вона відкриває нові можливості для підприємств, забезпечуючи ефективність, гнучкість і доступ до глобальних ринків.

Саме тому одним із ключових аспектів розвитку цифрової економіки є її вплив на інноваційне підприємництво. Сучасні стартапи та established companies використовують цифрові платформи для реалізації своїх нових ідей, розробки продуктів та послуг, які відповідають потребам споживачів. Інноваційні технології, такі як штучний інтелект, блокчейн та Інтернет речей, стають основою для створення конкурентних переваг у різних секторах.

Важливо також зазначити, що цифрова економіка змінює підходи до маркетингу. Сучасні інструменти, такі як соціальні медіа, аналітика даних і персоналізація, дозволяють підприємствам краще розуміти свою аудиторію та адаптувати стратегії просування. Це, в свою чергу, сприяє більш ефективному взаємодії з клієнтами та підвищує рівень їхньої задоволеності.

В умовах цифровізації, підприємства стають все більш залежними від технологій для оптимізації своїх процесів і збільшення продуктивності. Інноваційне підприємництво використовує цифрові інструменти для розробки нових бізнес-моделей, що дозволяють не

лише зменшити витрати, а й швидше реагувати на зміни ринкових умов. Так можливо навести приклад в сфері застосування хмарних технологій і платформ для спільної роботи в межах проєктів, що забезпечує гнучкість у керуванні проєктами та комунікації в командах, що є критично важливим для успішної реалізації інновацій.

Водночас, зростаюча конкуренція на глобальному ринку стимулює підприємницькі структури постійно шукати нові підходи до залучення та утримання клієнтів. Цифровий маркетинг надає нові можливості для таргетування аудиторії, завдяки чому компанії можуть досягати саме тих споживачів, які найімовірніше стануть їхніми клієнтами. Використання аналітики даних дозволяє компаніям вивчати поведінку споживачів, адаптувати свої пропозиції і вдосконалювати маркетингові кампанії.

Проте, разом із перевагами, цифрова економіка несе й певні ризики. Наприклад, зростає потреба в кібербезпеці, оскільки підприємства стають мішенню для кіберзлочинців. Крім того, етичні питання, пов'язані з використанням персональних даних споживачів, стають все більш актуальними, що вимагає від підприємств дотримання відповідних норм і стандартів.

За таких умов розвитку суспільних процесів сьогодення, особливо важливою є роль державної політики та регуляторних механізмів, які можуть сприяти або, навпаки, гальмувати розвиток цифрової економіки. Впровадження інноваційних стратегій на рівні держави здатне створити сприятливе середовище для розвитку підприємництва, підтримуючи стартапи та інвестиції в технології, а також створюючи інноваційні хаби для обміну та продуціювання новітніх розробок або інноваційних парків.

Таким чином, розвиток цифрової економіки є каталізатором змін у підприємництві та маркетингу, відкриваючи нові горизонти для розвитку інновацій. Саме тому дослідження розвитку інноваційного підприємництва під впливом цифрової економіки є необхідним та актуальним в сучасних умовах господарювання.

Представлена проблематика дослідження знайшла своє відображення в роботах багатьох вчених та економістів. Так можливо виділити наступних: А. Аакер, Дж. Акерлоф, В. Баумоль,

С. Грош, Дж. Гупта, П., Гарвальхо, О. Десятнюк, Дж. Доран, О. Іващенко, Х. Кегерманн, Ф. Котлер, А. Крисоватий, С. Лучик, О. Птащенко, Н. Резнікова, М. Рубманн, М. Сони, О. Сохацька, О. Шкінь, А. Шлапак, Т. Шталь та інші.

При цьому постійні зміни глобального економічного простору забезпечують платформу актуальності представленої проблематики.

Основна мета представленого дослідження є визначення особливостей та складових розвитку цифрової економіки, а також окреслити її вплив на формування інноваційного підприємництва, а також маркетингу інновацій.

Основними методами представленого дослідження є: методи аналізу та синтезу для визначення основних складових та особливостей цифрової економіки, а також інноваційного підприємництва та маркетингу інновацій; методи індукції та дедукції для визначення особливостей впливу цифрової економіки на розвиток суспільних процесів, а також особливостей впливу цифровізації на інноваційне підприємництва та маркетинг інновацій; метод узагальнення – для формування окремих положень дослідження; метод співставлення; логічний метод; метод експертних оцінок для визначення впливу факторів цифрової економіки на інноваційне підприємництво та маркетинг інновацій; графічний та табличний методи для наочного відображення результатів дослідження.

Розвиток цифрової економіки став важливим явищем сучасного світу, яке кардинально змінює традиційні економічні моделі. Тому можливо акцентувати увагу на тому, що це є нова форма економіки, яка базується на використанні інформаційних і комунікаційних технологій, охоплює широкий спектр галузей і сфер діяльності, від фінансів до торгівлі та виробництва. Цифровізація сприяє зростанню продуктивності, зниженню витрат і відкриттю нових можливостей для бізнесу, що в свою чергу впливає на споживачські звички та очікування.

Однією з ключових рис цифрової економіки є її динамічність. Інноваційні технології, такі як штучний інтелект, великі дані та Інтернет речей, активно інтегруються у бізнес-процеси, що дозволяє компаніям швидше реагувати на зміни ринкового середовища та потреби споживачів. Це не лише сприяє розвитку нових продуктів

і послуг, а й створює нові бізнес-моделі, які відповідають сучасним вимогам.

Проте, разом із перевагами, цифрова економіка ставить перед суспільством і нові виклики. Питання кібербезпеки, етики використання даних та нерівності в доступі до цифрових технологій потребують особливої уваги з боку урядів, підприємств та суспільства в цілому. Важливо знайти баланс між інноваціями і етичними нормами, щоб забезпечити сталий розвиток у цій новій економічній реальності.

Саме тому, спираючись на зазначене вище доцільним є визначення особливостей цифрової економіки (табл. 1).

Таблиця 1

Особливості цифрової економіки

Особливості	Характеристика
Інноваційність	Цифрова економіка постійно генерує нові технології та бізнес-моделі, що сприяє швидкому розвитку та адаптації підприємств до змінюваних умов
Глобалізація	Завдяки цифровим технологіям компанії можуть виходити на міжнародні ринки, знижуючи бар'єри для входу і розширюючи свої можливості для конкуренції
Бази даних	Велику роль у цифровій економіці відіграють великі обсяги даних. Аналітика даних дозволяє підприємствам краще розуміти своїх споживачів, прогнозувати тенденції та оптимізувати бізнес-процеси
Автоматизація	Використання автоматизованих систем і штучного інтелекту значно підвищує ефективність виробництва і послуг, зменшуючи витрати і час виконання завдань
Персоналізація	Цифрові платформи дозволяють компаніям пропонувати персоналізовані рішення для споживачів, адаптуючи продукти і послуги до їхніх індивідуальних потреб і уподобань
Гнучкість і адаптивність	Цифрова економіка вимагає швидкої реакції на зміни ринкових умов, що спонукає підприємства до впровадження гнучких бізнес-моделей та методів управління
Доступність інформації	Завдяки Інтернет та цифровим технологіям, інформація стала доступнішою, що полегшує процес прийняття рішень і підвищує рівень обізнаності споживачів
Нова форма співпраці	Цифрові платформи сприяють розвитку нових форм співпраці між компаніями, а також між підприємствами і споживачами, що відкриває нові можливості для інновацій
Етика і регулювання	Поява нових технологій викликає потребу у нових етичних нормах та регуляторних рамках, особливо в питаннях захисту персональних даних і кібербезпеки

Джерело: складено автором на основі [1, 3, 4, 9, 14, 18]

Представлені особливості роблять цифрову економіку важливим елементом сучасного світу, змінюючи не лише способи ведення бізнесу, а й саму природу економічних відносин.

Слід також зазначити, що цифрова економіка базується на ряді ключових принципів, які визначають її функціонування і вплив на бізнес, суспільство та економіку в цілому. В табл. 2 представимо основні принципи на яких базується цифрова економіка.

Таблиця 2

Принципи цифрової економіки

Принцип	Особливість принципу
Інформаційна відкритість	Цифрова економіка передбачає прозорість даних та можливість їх вільного обміну між різними учасниками ринку, що сприяє більш ефективному прийняттю рішень
Інноваційність	Постійне впровадження нових технологій і рішень є основою розвитку цифрової економіки. Інновації стимулюють конкурентоспроможність і забезпечують нові можливості для бізнесу
Гнучкість і адаптивність	Цифрова економіка потребує швидкої реакції на зміни в ринкових умовах. Бізнеси повинні бути готові адаптувати свої моделі і стратегії відповідно до нових викликів і можливостей.
Споживча орієнтація	Споживачі мають більший вплив на ринок завдяки доступу до інформації та можливостям порівняння продуктів і послуг. Це змушує компанії зосереджуватися на потребах і очікуваннях клієнтів
Співпраця та партнерство	Цифрова економіка заохочує співпрацю між різними учасниками ринку, включаючи підприємства, стартапи, наукові установи та державні організації. Взаємодія між цими суб'єктами сприяє розвитку нових ідей і технологій
Системність даних	Дані стали новим важливим ресурсом, який використовується для аналізу ринку, оптимізації бізнес-процесів і формування стратегій. Систематичний збір і аналіз даних дозволяє отримувати цінну інформацію для ухвалення рішень
Безпековість	Кибербезпека є критично важливою для цифрової економіки. Забезпечення захисту даних і конфідційності користувачів сприяє довірі до цифрових платформ і послуг
Довіра	Систематизація даних та цифрова доступність
Сталий розвиток	Цифрова економіка повинна орієнтуватися на сталий розвиток, враховуючи екологічні, соціальні та економічні аспекти. Це включає в себе впровадження екологічних технологій і відповідальне використання ресурсів
Глобалізація	Цифрова економіка розширює можливості для міжнародної торгівлі та взаємодії. Бізнеси можуть легко виходити на глобальні ринки, знижуючи бар'єри для входу

Джерело: складено автором на основі [3, 4, 9, 14, 18]

Представлені принципи цифрової економіки формують сучасне підґрунтя для її подальшого розвитку та забезпечують її динамічне розповсюдження в сучасному глобальному економічному просторі.

Цифрова економіка складається з кількох ключових елементів, які взаємодіють між собою і забезпечують її функціонування. Саме поєднанням та взаємодією цих елементів і забезпечується її глобальність та інтегрованість в усі економічні процеси сьогодення. Основні складові представимо в табл. 3.

Таблиця 3

Складові цифрової економіки

Складова	Характеристика
Цифрові технології	Це основа цифрової економіки, що включає в себе інформаційні та комунікаційні технології (ІКТ), такі як комп'ютерні системи, програмне забезпечення, Інтернет, мобільні технології, штучний інтелект, блокчейн тощо
Великі дані та аналітика	Збір, зберігання та аналіз великих обсягів даних дозволяє підприємствам отримувати цінну інформацію про ринок, споживачів та їхні потреби, що допомагає приймати обґрунтовані рішення
Електронна комерція	Це процес купівлі та продажу товарів і послуг через електронні платформи. Електронна комерція охоплює не лише B2C (бізнес до споживача), а й B2B (бізнес до бізнесу) моделі
Цифровий маркетинг	Використання цифрових каналів для просування продуктів і послуг. Сюди входять соціальні медіа, SEO (оптимізація для пошукових систем), контент-маркетинг та інші стратегії, спрямовані на залучення та утримання клієнтів
Платформи та екосистеми	Цифрові платформи (наприклад, Amazon, Google, Facebook) створюють нові ринкові простори, де відбувається взаємодія між постачальниками, споживачами та партнерами
Цифрові фінанси	Це використання цифрових технологій у фінансовому секторі, зокрема мобільні платежі, криптовалюти, фінансові технології (fintech) та онлайн-банкінг
Кібербезпека	Забезпечення захисту інформаційних систем та даних від несанкціонованого доступу, кібератак і шахрайства є критично важливим для стабільності цифрової економіки
Державне регулювання	Важливою складовою є розробка нормативних актів та політик, які регулюють діяльність у цифровій економіці, включаючи захист даних, інтелектуальну власність та конкурентоспроможність
Цифрова інфраструктура	Це фізичні та віртуальні ресурси, такі як інтернет-мережі, дата-центри, хмарні обчислення, які підтримують цифрові послуги та продукти
Інноваційна культура	Сприятливе середовище для розвитку нових ідей і технологій, що включає освіту, дослідження та розробки, а також співпрацю між бізнесом і науковими установами

Джерело: складено автором на основі [1, 2, 3, 4, 5, 9, 14, 18]

Представлені складові формують комплексну систему, що забезпечує функціонування цифрової економіки та її вплив на суспільство й бізнес.

Розглядаючи становлення цифрової економіки необхідно звернути увагу на саму сутність інформатизації та цифровізації. Так цифровізація сьогодні стала одним із найзначніших явищ сучасного суспільства, кардинально змінюючи способи, якими ми живемо, працюємо та спілкуємося. Впровадження цифрових технологій у різних сферах - від освіти до охорони здоров'я та бізнесу - відкрило нові можливості для розвитку, але водночас поставило перед суспільством ряд викликів.

Також сьогодні цифровізація стає запорукою підвищення ефективності виробництв і послуг, зменшуючи витрати та час, необхідний для виконання різних завдань. Інформаційні технології дозволяють отримувати доступ до знань та ресурсів у будь-який час і з будь-якого місця, що змінює традиційні моделі навчання і роботи. Крім того, соціальні мережі та цифрові платформи сприяють розвитку нових форм комунікації та співпраці, що веде до формування глобальної громади.

Однак із цими перевагами також виникають нові виклики, такі як питання кібербезпеки, нерівність у доступі до цифрових технологій і потреба в нових навичках для успішної адаптації до швидко змінюваного світу. Важливо також врахувати соціальні та етичні аспекти, що супроводжують цифровізацію, які можуть вплинути на приватність особи та дотримання прав людини.

Таким чином, на рис. 1 можливо представити схематичне відображення моделі цифрової економіки.

Сьогодні цифрова економіка стала невід'ємною частиною сучасного суспільства, відіграючи ключову роль у розвитку бізнесу, покращенні якості життя та забезпеченні стійкості економічних систем. В табл. 4 наведемо основні аспекти, що підтверджують її необхідність.

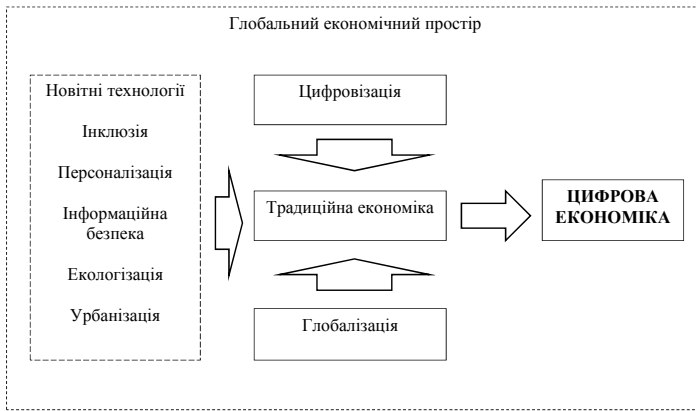


Рис. 1. Схематичне відображення моделі цифрової економіки

Джерело: авторське бачення

Таким чином, цифрова економіка є необхідною для забезпечення ефективного, інноваційного та стійкого розвитку сучасного суспільства. Вона відповідає на виклики часу і створює нові можливості для покращення життя людей і розвитку економіки в цілому. Вона має потенціал не лише для економічного зростання, але й для покращення якості життя, сталого розвитку та підвищення соціальної справедливості. Вона вимагає постійного вдосконалення та адаптації, щоб максимально використати її можливості та зменшити ризики. Успішна реалізація стратегій цифровізації стане основою для процвітання суспільства в майбутньому. Також зазначимо, що розвиток цифрової економіки є визначальним чинником, що формує сучасні бізнес-моделі та соціальні структури. Цифровізація змінює способи ведення бізнесу, впроваджуючи нові технології, які забезпечують ефективність, гнучкість та інноваційність. Цифрова економіка відкриває нові можливості для підприємств, дозволяючи їм адаптуватися до швидко змінюваного середовища та задовольняти потреби споживачів. Крім того, цифрова економіка стимулює глобалізацію, що відкриває нові ринки для підприємств і сприяє культурному

обміну. Це вимагає від компаній та держав гнучкості та готовності до адаптації своїх стратегій до умов міжнародного середовища.

Таблиця 4

**Ключові аспекти важливості цифрової економіки
для сучасного суспільного розвитку**

Аспект	Характеристика
Ефективність і продуктивність	Цифрові технології дозволяють автоматизувати багато бізнес-процесів, знижуючи витрати та час, необхідний для виконання завдань, що сприяє підвищенню загальної продуктивності економіки
Цифрова інклюзія	Цифрова економіка забезпечує легкий доступ до великої кількості інформації, що дозволяє підприємствам і споживачам ухвалювати обґрунтовані рішення. Це особливо важливо в умовах швидко змінюваного ринку
Інноваційність	Цифрові технології стимулюють інноваційний процес, створюючи нові продукти, послуги та бізнес-моделі. Це відкриває можливості для стартапів і підприємців, що сприяє розвитку економіки
Глобалізація	Цифрова економіка сприяє виходу на міжнародні ринки, знижуючи бар'єри для входу. Бізнеси можуть легко взаємодіяти з партнерами та споживачами з різних країн, розширюючи свою клієнтську базу
Покращення якості життя	Цифрові технології впливають на повсякденне життя людей, забезпечуючи зручність у користуванні послугами, такими як електронна комерція, онлайн-освіта та телемедицина. Це підвищує рівень комфорту та доступності послуг
Гнучкість	Цифрова економіка дозволяє працювати віддалено, що особливо актуально в умовах сучасних викликів, таких як пандемія COVID-19. Це створює нові можливості для роботи та зберігає баланс між професійним і особистим життям
Збереження ресурсів і сталий розвиток	Цифрові технології сприяють оптимізації використання ресурсів, що допомагає зменшити екологічний вплив бізнесу і сприяє сталому розвитку
Адаптивність	Цифрова економіка дозволяє підприємствам швидко реагувати на зміни у споживчому попиті, ринкових умовах і технологічних трендах, що робить їх більш конкурентоспроможними
Безпека та стійкість	Використання цифрових технологій може підвищити рівень безпеки в бізнес-процесах, зокрема завдяки системам моніторингу та аналізу ризиків

Джерело: складено автором на основі джерел [1, 2, 3, 4, 9, 14, 18]

Також необхідно зазначити, що під впливом трансформаційних змін сьогодення цифрова економіка змінює деякі вектори економічного росту окремих своїх елементів. Так під впливом цифрової економіки змінюється сучасна фінансова система, що призводить до подальших трансформацій в діяльності підприємницьких структур.

Звертаючи увагу на трансформаційні виклики сьогодення можливо зауважити, що цифровізація є одним з головних таких викликів. Так впровадження цифрових технологій в усі суспільні процеси забезпечило трансформацію і економічної системи в цілому та становлення цифрової економіки. Тому можливо зазначити, що цифровізація кардинально змінює фінансову систему, надаючи нові можливості для її учасників та ставлячи перед ними нові виклики. Трансформація фінансової системи під впливом цифровізації охоплює кілька ключових аспектів, що представлено у табл. 5.

Таблиця 5

Особливості трансформації фінансової системи

Особливість	Характеристика
Автоматизація та оптимізація процесів	Цифрові технології дозволяють автоматизувати багато фінансових операцій, що раніше вимагали значних людських ресурсів, що включає автоматизовані платіжні системи, управління ризиками, та процеси кредитування. Використання штучного інтелекту (ШІ) та машинного навчання допомагає в аналізі великих обсягів даних для прийняття більш точних і швидких фінансових рішень.
Розвиток фінансових технологій (фінтех)	Фінтех-компанії, які використовують передові технології для надання фінансових послуг, стають все більш важливими гравцями на ринку. Вони пропонують інноваційні продукти, такі як мобільні гаманці, краудфіндингові платформи, криптовалюти та робо-адвайзери, що розширюють можливості як для споживачів, так і для бізнесу
Покращення доступності та інклюзії	Цифрові фінансові сервіси розширюють доступ до банківських та інших фінансових послуг, зокрема, у віддалених та сільських районах, що сприяє фінансовій інклюзії, дозволяючи більшій кількості людей користуватися фінансовими послугами. Інтернет-банкінг, мобільні додатки та цифрові платіжні системи стають доступнішими і зручнішими у використанні
Вдосконалення безпеки	Зростання обсягів цифрових фінансових транзакцій підвищує важливість забезпечення кібербезпеки. Інновації в області безпеки, такі як блокчейн, біометричні технології та багатофакторна аутентифікація, допомагають захистити дані користувачів та знизити ризики шахрайства
Зміни в регуляторному середовищі	З розвитком цифрових фінансових технологій змінюється і регуляторне середовище. Виникає потреба у нових підходах до регулювання, які враховують специфіку цифрових послуг і технологій. Регулятори повинні забезпечувати баланс між стимулюванням інновацій та захистом інтересів споживачів
Культурні та поведінкові зміни	Цифровізація змінює спосіб взаємодії людей з фінансовими послугами. Зростає попит на зручність, швидкість та персоналізацію, що стимулює фінансові установи впроваджувати клієнтоорієнтовані підходи та інноваційні рішення

Джерело: складено автором на основі [1, 2, 12, 14, 18, 29]

Отже, цифровізація, а саме використання цифрових технологій, кардинально трансформує фінансову систему, підвищуючи її ефективність, доступність та безпеку. Проте, цей процес також ставить нові виклики, які потребують комплексного підходу, зокрема, щодо забезпечення кібербезпеки та адаптації регуляторних рамок до нових умов. Успішна трансформація фінансової системи залежить від здатності всіх учасників ринку адаптуватися до змін та використовувати нові можливості цифрової ери.

За таких умов розвитку цифрових технологій постає актуальним питання їх доступності та забезпечення захисту даних. Так цифрова інклюзія, яка передбачає доступність цифрових технологій та Інтернет-послуг для всіх верств населення, має значний вплив на фінансову систему. Вона створює нові можливості для економічного розвитку, покращення фінансової доступності та підвищення ефективності фінансових послуг. В табл. 6 представимо основні аспекти впливу цифрової інклюзії на фінансову систему.

Таблиця 6

Вплив цифрової інклюзії на фінансову систему

Аспект	Характеристика
1	2
Розширення доступу до фінансових послуг	
Фінансова інклюзія	Цифрові технології дозволяють забезпечити доступ до фінансових послуг для людей, які раніше не мали можливості користуватися банківськими продуктами, особливо у віддалених та сільських районах. Це включає мобільний банкінг, електронні гаманці та інші фінтех-рішення
Зниження бар'єрів входу	Використання цифрових платформ зменшує витрати на відкриття та ведення банківських рахунків, що робить фінансові послуги доступнішими для більшої кількості людей
Покращення фінансової грамотності	
Освітні платформи	Цифрові технології дозволяють розробляти і поширювати освітні матеріали з фінансової грамотності, що допомагає людям краще розуміти фінансові продукти і приймати обґрунтовані фінансові рішення
Доступ до інформації	Інтернет надає доступ до великого обсягу інформації про фінансові продукти, послуги та ринки, що сприяє підвищенню обізнаності населення
Підвищення ефективності фінансових операцій	
Автоматизація процесів	Цифровізація фінансових послуг дозволяє автоматизувати багато операцій, зменшуючи витрати і підвищуючи швидкість обробки транзакцій

Продовження табл. 6

1	2
Скорочення витрат	Використання цифрових каналів для проведення фінансових операцій часто є дешевшим, ніж традиційні методи, що знижує витрати для споживачів та фінансових установ
Інновації у фінансових послугах	
Нові фінансові продукти	Цифрові технології стимулюють створення нових фінансових продуктів і послуг, таких як P2P-кредитування, краудфандинг, криптовалюти та інші фінтех-інновації
Персоналізація	Завдяки аналізу великих даних та штучному інтелекту фінансові установи можуть пропонувати більш персоналізовані послуги, що відповідають потребам конкретних клієнтів
Зменшення тіньової економіки	
Прозорість транзакцій	Використання цифрових платіжних систем підвищує прозорість фінансових операцій, що ускладнює ведення тіньової економічної діяльності та сприяє підвищенню податкових надходжень
Зниження ризиків і підвищення безпеки	
Безпека транзакцій	Цифрові платіжні системи часто забезпечують вищий рівень безпеки завдяки використанню технологій шифрування, біометричної аутентифікації та блокчейн
Моніторинг і управління ризиками	Використання штучного інтелекту та аналітики даних допомагає фінансовим установам краще моніторити і керувати ризиками
Соціальний і економічний вплив	
Економічне зростання	Цифрова інклюзія сприяє економічному зростанню шляхом підвищення доступу до фінансових ресурсів, що дозволяє малим і середнім підприємствам (МСП) розширювати свою діяльність і створювати нові робочі місця
Соціальна справедливість	Підвищення доступності фінансових послуг для різних верств населення сприяє зменшенню соціальної нерівності та підвищенню загального рівня добробуту

Джерело: запропоновано на основі [1, 2, 12, 14, 18, 19, 26, 29]

Таким чином, цифрова інклюзія має значний позитивний вплив на фінансову систему, забезпечуючи широкий доступ до фінансових послуг, підвищуючи ефективність і безпеку операцій, стимулюючи інновації та сприяючи економічному зростанню і соціальній справедливості. Однак, для максимального використання цих переваг необхідно також враховувати і вирішувати проблеми, пов'язані з цифровою нерівністю та кібербезпекою.

Так, цифрова інклюзія залежить від багатьох факторів, які здійснюють вплив на доступність ресурсної бази та залучення у

глобальний цифровий процес всіх верств населення. До основних груп факторів впливу можливо віднести наступні: законодавче забезпечення, економічні та соціальні умови, підприємництво, інноваційність, фінансова грамотність, соціальний захист. Спираючись на зазначені групи факторів наведемо оцінку впливу кожного фактора на цифрову інклюзію та результати естетного оцінювання представимо в табл. 7.

Таблиця 7

Оцінка рівня факторів впливу на цифрову інклюзію

Фактори	Зважена експертна оцінка	Оцінка рівня впливу
Законодавче забезпечення	0,67	Середній
Економічні та соціальні умови	0,89	Високий
Підприємництво	0,83	Високий
Інноваційність	0,91	Високий
Фінансова грамотність	0,63	Середній
Соціальний захист	0,61	Середній

Процес опитування проводився шляхом анкетування членів сформованої експертної групи до якої ввійшли десять експертів, які є представниками бізнесу та науковці.

Процес здійснення оцінювання проводиться з використанням 5-бальної шкали, де 1 – максимально низький рівень впливу, а 5 – максимальний рівень впливу. В ході обробки отриманих результатів визначається середнє арифметичне значення кожного фактору впливу, а аналіз даних відбувається на основі математичних методів. Узгодженість експертних оцінок визначається за допомогою коефіцієнта варіації. Взаємодія представлених факторів визначає рівень цифрової інклюзії в країні та регіону. Правильне врахування представлених факторів впливу та відповідні комплекси заходів можуть забезпечити зростання цифрової інклюзії та забезпечити сталий розвиток.

Таким чином, оцінювання цифрової інклюзії є критично важливим у сучасному світі, де технологічний розвиток швидко змінює економічні та соціальні процеси. Цифрова інклюзія, яка передбачає доступність та використання цифрових технологій для всіх верств населення, є ключовим фактором забезпечення рівноправності, економічного зростання та соціальної інтеграції.

Оцінювання цифрової інклюзії є необхідним інструментом для забезпечення рівного доступу до цифрових технологій та сприяння економічному і соціальному розвитку. Воно допомагає виявити проблеми та бар'єри, коригувати політики, підтримувати економічне зростання, зменшувати соціальну нерівність і досягати цілей сталого розвитку. Регулярне і систематичне оцінювання цифрової інклюзії є запорукою створення більш інклюзивного і процвітаючого суспільства в умовах цифрової економіки.

Таким чином, зазначимо, що цифрова економіка має суттєвий вплив на трансформацію сучасної фінансової системи, а через взаємозв'язок розвитку фінансової системи та становлення сучасного підприємництва, цифрова економіка трансформує діяльність підприємницьких структур. Так підприємництво стає залежним від впровадження провідних цифрових технологій для забезпечення своєї конкурентоспроможності.

Саме тому можливо стверджувати, що цифрова економіка кардинально змінює ландшафт сучасного підприємництва, створюючи нові можливості та виклики для бізнесу. Впровадження цифрових технологій у різних аспектах підприємництва дозволяє компаніям оптимізувати процеси, підвищувати продуктивність і адаптуватися до швидко змінюваного ринку. Цифровізація стала основою для нових бізнес-моделей, які сприяють більш ефективному задоволенню потреб споживачів та розвитку інновацій.

Сьогодні підприємства використовують цифрові платформи для комунікації зі споживачами, автоматизації процесів, управління ланцюгами постачання та аналітики даних. Це не лише знижує витрати, але й дозволяє швидше реагувати на зміни в попиту та ринкових умовах. Соціальні мережі та онлайн-маркетинг забезпечують нові канали для залучення та утримання клієнтів, змінюючи традиційні підходи до реклами та продажу.

Цифрова економіка вимагає від підприємств нових стратегій управління, що враховують швидкість змін у технологіях і зростаючу конкуренцію. Зростаюча роль даних і аналітики дозволяє компаніям глибше розуміти потреби споживачів, прогнозувати тренди і приймати обґрунтовані рішення на основі реальних

показників. Це відкриває нові горизонти для персоналізації продуктів і послуг, що стає важливим фактором у досягненні конкурентних переваг.

Крім того, цифрова трансформація має вплив на організаційну структуру підприємств. Гнучкі команди, які працюють на основі принципів Agile, стають нормою, що дозволяє швидше впроваджувати зміни і реагувати на запити ринку. Залучення нових технологій, таких як штучний інтелект та автоматизація, створює нові можливості для оптимізації бізнес-процесів і зменшення витрат.

Не менш важливою є і соціальна складова цифрової економіки. Зміни в бізнес-середовищі сприяють формуванню нових відносин між підприємствами та споживачами, акцентуючи увагу на прозорості, етичності і відповідальності. Сучасні споживачі стають більш вимогливими, вимагаючи не лише якісних товарів, але й врахування соціальних та екологічних аспектів у бізнес-практиках.

Таким чином, як вже наголошувалось вище, цифрова економіка суттєво впливає на сучасне підприємництво, формуючи нові моделі бізнесу, способи взаємодії з клієнтами та управлінські підходи. Під впливом цифрової економіки формується нове сприйняття сутності інноваційного підприємництва.

Інноваційне підприємництво є необхідним для забезпечення економічної стійкості, соціального розвитку та технологічного прогресу. Воно сприяє створенню нових можливостей для бізнесу та суспільства, забезпечуючи сталий розвиток у глобалізованому світі. Спираючись на дослідження [3, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 14, 18, 28] представимо авторське трактування поняття «інноваційне підприємництво». Так надалі під інноваційним підприємництвом необхідно розуміти новітній підхід до ведення бізнесу, який базується на розробці та впровадженні нових ідей, продуктів, послуг або процесів для створення додаткової вартості. Основною метою інноваційного підприємництва є задоволення потреб споживачів і забезпечення конкурентних переваг на ринку шляхом використання нових технологій і бізнес-моделей. Основні аспекти сутності інноваційного підприємництва представимо в табл. 8.

Таблиця 8

Основні аспекти інноваційного підприємництва

Аспект	Особливість аспекту
Творчість і новизна	Інноваційне підприємництво базується на творчому підході до вирішення проблем і генерації нових ідей, що включає в себе не лише створення нових продуктів, але й вдосконалення існуючих, розробку нових ринкових стратегій і формування нових бізнес-моделей
Ризик і невизначеність	Інноваційні підприємці часто стикаються з високим рівнем ризику і невизначеності. Вони повинні бути готовими до експериментів, тестування нових концепцій і можливих невдач, що є невід'ємною частиною інноваційного процесу
Орієнтація на ринок	Успішне інноваційне підприємництво передбачає глибоке розуміння потреб споживачів і ринкових тенденцій, що дозволяє адаптувати нові рішення до вимог цільової аудиторії, забезпечуючи ефективну реалізацію інновацій
Співпраця і партнерство	Інноваційне підприємництво часто вимагає співпраці з іншими компаніями, науковими установами, стартапами та інвестиційними фондами. Спільна робота над проектами може сприяти швидшому розвитку інновацій і доступу до нових ресурсів
Використання нових технологій	Інноваційні підприємці активно використовують сучасні технології, такі як штучний інтелект, блокчейн, Інтернет речей та інші, що дозволяє створювати нові продукти та послуги, що відповідають вимогам сучасного ринку.
Сталий розвиток	Сьогодні інноваційне підприємництво також включає в себе принципи сталого розвитку, що передбачає врахування екологічних, соціальних та економічних аспектів при розробці нових рішень
Адаптивність	Інноваційні підприємства повинні бути здатними швидко адаптуватися до змінюваного середовища, що вимагає гнучкості в управлінні, організаційній структурі та стратегіях

Джерело: сформовано автором на основі джерел [4, 5, 6, 7, 9, 13, 15, 20, 21]

Отже, інноваційне підприємництво сьогодні є двигуном економічного розвитку і технологічного прогресу, оскільки сприяє створенню нових робочих місць, підвищенню конкурентоспроможності та покращенню якості життя в суспільстві.

Також слід зазначити, що беручи до уваги основні аспекти інноваційного підприємництва необхідно зазначити також основні складові його необхідності для сучасної цифрової економічної системи. Так до основних причин розвитку його необхідності можливо віднести: сприяння економічному зростанню, створення новітніх конкурентних переваг, сприяння адаптації до змін навколишнього середовища, сприяння розвитку новітніх технологій,

забезпечення сталого розвитку, створення нових робочих місць, покращення якості життя населення та залучення інвестицій. В табл. 9 представимо характеристику зазначених причин розвитку.

Таблиця 9

Причини розвитку інноваційного підприємництва

Причина	Характеристика
Економічне зростання	Інновації сприяють створенню нових продуктів і послуг, що стимулює попит і, відповідно, економічний розвиток, що може призвести до зростання ВВП і підвищення рівня життя населення
Конкурентні переваги	Інноваційні рішення дозволяють виділятися на фоні конкурентів і задовольняти потреби споживачів ефективніше
Адаптивність	Інноваційне підприємництво дозволяє компаніям швидше реагувати на зміни в ринковому середовищі, технологіях та споживчих вподобаннях
Розвиток нових технологій	Інноваційні підприємці активно досліджують і впроваджують нові технології, що сприяє технологічному прогресу і підвищенню продуктивності
Сталий розвиток	Сучасні інноваційні підприємства враховують екологічні та соціальні аспекти у своїй діяльності, сприяючи сталому розвитку. Вони розробляють рішення, які зменшують негативний вплив на навколишнє середовище
Створення робочих місць	Інноваційні підприємства часто ведуть до створення нових галузей і робочих місць, що сприяє зниженню рівня безробіття і покращенню економічної ситуації в регіонах
Покращення якості життя	Інновації можуть вирішувати соціальні проблеми, покращувати якість медичних послуг, освіти та доступу до інформації, що позитивно впливає на життя людей
Залучення інвестицій	Інноваційні підприємства часто стають привабливими для інвесторів, що дозволяє їм отримувати необхідні ресурси для розвитку та реалізації нових проєктів

Джерело: сформовано автором на основі джерел [4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 16]

Таким чином, інноваційне підприємництво є ключовим елементом для забезпечення сталого розвитку суспільства та економіки, що підтверджує його критичну роль у формуванні майбутнього. В умовах прискорення глобалізації та стрімкого технологічного прогресу, підтримка і розвиток інноваційного підприємництва стають необхідними для досягнення успіху та благополуччя на всіх рівнях.

Також інноваційне підприємництво виступає рушійною силою економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності і покращення якості життя. Інновації не лише створюють нові

продукти і послуги, але й оптимізують бізнес-процеси, дозволяючи компаніям ефективніше реагувати на зміни в ринкових умовах. Воно сприяє розвитку нових технологій, які покращують продуктивність і забезпечують сталість, а також відкриває можливості для створення нових робочих місць, залучення інвестицій та вирішення соціальних проблем. Крім того, акцент на сталому розвитку та соціальній відповідальності робить інноваційні підприємства важливими учасниками сучасного бізнес-середовища.

Сучасне інноваційне підприємництво, під впливом цифрової економіки, формує нові підходи та моделі, які враховують специфіку цифрових технологій і глобальних ринків. Основні складові представлено в табл. 10.

Таблиця 10

Складові сучасного інноваційного підприємництва

Складова	Характеристика
Цифрові технології	Включають штучний інтелект, великі дані, хмарні обчислення, Інтернет речей (IoT) та блокчейн, які забезпечують нові можливості для автоматизації, аналізу даних і оптимізації бізнес-процесів
Інноваційні бізнес-моделі	Сучасні підприємства розробляють нові моделі, такі як підписки, платформи, краудфандинг та фріланс-економіка. Ці моделі дозволяють гнучко реагувати на зміни в споживчому попиті і знижувати бар'єри для входу на ринок
Гнучкість і адаптивність	Підприємства повинні бути здатними швидко змінювати свої стратегії та процеси відповідно до змін у технологіях і ринкових умовах. Це включає в себе застосування методів Agile і Lean
Партнерство	Взаємодія між підприємствами, стартапами, науковими установами та інвестиційними фондами стає критично важливою для розвитку інновацій. Спільні проекти та крос-функціональні команди сприяють обміну знаннями і ресурсами
Орієнтація на споживача	Використання аналітики даних для глибшого розуміння потреб і вподобань споживачів дозволяє створювати персоналізовані продукти і послуги, що забезпечує більш ефективне задоволення потреб клієнтів
Екологічна і соціальна відповідальність	Інноваційне підприємництво повинно враховувати сталий розвиток, впроваджуючи екологічні практики і соціальні ініціативи, що підвищує репутацію компанії і залучає свідомих споживачів
Цифровий маркетинг і комунікації	Сучасні інструменти цифрового маркетингу, такі як соціальні мережі, контент-маркетинг і SEO, дозволяють ефективно взаємодіяти зі споживачами, просувати продукти і формувати бренд
Культура інновацій	Створення сприятливого середовища для інновацій в організації, що включає підтримку творчості, ризиків і експериментів, є критично важливим для успіху в умовах цифрової економіки

Джерело: сформовано автором на основі джерел [3, 4, 14, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 30]

Отже, сучасне інноваційне підприємництво під впливом цифрової економіки формує нові можливості для розвитку, які вимагають адаптації, гнучкості та інноваційного мислення. Представлені складові забезпечують підприємствам конкурентоспроможність і стійкість у швидко змінюваному світі.

Спираючись на зазначене вище, на рис. 2. представимо схематичне відображення сутності інноваційного підприємництва в умовах цифрової економіки.

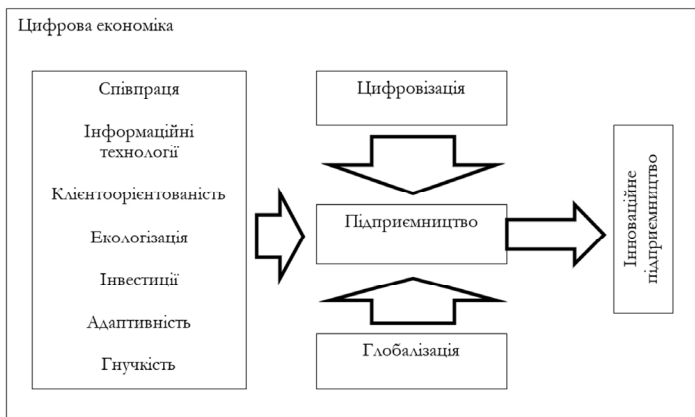


Рис. 2. Схематичне відображення сутності інноваційного підприємництва в умовах цифрової економіки

Джерело: сформовано автором

За таких умов здійснення суб'єктами господарювання своєї діяльності можливо зазначити, що для визначення розвитку інноваційної діяльності та становлення інноваційного підприємництва можливо запропонувати модель латентних факторів. Отже, розвиток інноваційного підприємництва може бути проаналізований через модель латентних факторів, яка враховує як явні, так і приховані (латентні) аспекти, що впливають на інноваційну активність. Представимо основні фактори, які можуть бути включені в цю модель: організаційна культура, фінансові ресурси, кадровий потенціал, інфраструктура, взаємодія з зовнішнім середовищем, споживчий попит, ресурсне середовище, регуляторне середовище, технологічні тренди.

Зазначені фактори взаємопов'язані і можуть мати як прямий, так і непряний вплив на розвиток інноваційного підприємництва. Важливо вивчати їх у комплексі, щоб зрозуміти, як вони формують інноваційне середовище.

Так зазначена модель може мати вигляд:

$$F_1 = 0,716x_{13} - 0,765x_{15} - 0,792x_{16} + 0,916x_{18} + 0,917x_{22}; \quad (1)$$

$$F_2 = -0,769x_5 + 0,811x_6 + 0,827x_{10}; \quad (2)$$

$$F_3 = 0,775x_3 + 0,721x_4; \quad (3)$$

$$F_4 = 0,889x_4; \quad (4)$$

$$F_5 = -0,717x_1 + 0,731x_{17} + 0,919x_{21}; \quad (5)$$

$$F_6 = -0,779x_{12}. \quad (6)$$

Модель латентних факторів розвитку інноваційного підприємництва складається з 6 рівнянь, тобто перші шість факторів визначають змінність початкової системи показників. Так для визначення внутрішнього взаємозв'язку між показниками слід врахувати значимі та знехтувати не значимими показниками.

Саме тому, слід зазначити, що сучасних умовах динамічного розвитку економіки та технологій підприємства стикаються з численними викликами, які вимагають впровадження інноваційних підходів до управління. Одним із ключових аспектів успіху підприємницької діяльності є ефективність інформаційно-технічного забезпечення, яке відіграє вирішальну роль у стимулюванні інновацій та забезпеченні стабільних фінансово-економічних показників. Розуміння внутрішніх взаємозв'язків між цими елементами стає надзвичайно важливим для розробки стратегії розвитку підприємства.

Для аналізу складних відносин між інформаційно-технічним забезпеченням, інноваційною діяльністю та фінансовими показниками підприємства доцільно використовувати канонічний кореляційний аналіз. Цей метод багатовимірного статистичного аналізу дозволяє виявити та оцінити взаємозв'язки між кількома наборами змінних, що робить його особливо корисним у випадках, коли прості кореляційні методи виявляються недостатніми.

Застосування канонічного аналізу допоможе не лише ідентифікувати значущі зв'язки між інформаційно-технічним

забезпеченням та інноваційною діяльністю, але й виявити їхній вплив на фінансові результати підприємства. Це дозволить підприємствам більш ефективно адаптувати свої стратегії та ресурси для досягнення конкурентних переваг, покращуючи загальну результативність бізнесу.

Канонічний кореляційний аналіз складається з кількох ключових етапів, які дозволяють виявити внутрішні взаємозв'язки між групами змінних. Розглянемо основні етапи:

I етап. Формування матриці значень початкових змінних. На першому етапі формується матриця даних, що складається з двох частин: факторних ознак (незалежні змінні, наприклад, інформаційно-технічне забезпечення) і результативних ознак (залежні змінні, наприклад, фінансово-економічні показники).

II. Обчислення коваріаційної або кореляційної матриці. На цьому етапі обчислюється коваріаційна або кореляційна матриця для двох груп змінних. Це дозволяє оцінити взаємозв'язки між незалежними та залежними змінними.

III. Визначення векторів коефіцієнтів канонічних змінних. На основі кореляційної матриці визначаються вектори коефіцієнтів для нових канонічних змінних, які представляють собою лінійні комбінації початкових змінних.

IV. Обчислення канонічних коефіцієнтів кореляції. На цьому етапі обчислюються канонічні коефіцієнти кореляції, які показують силу зв'язків між канонічними змінними. Зазначені коефіцієнти відображають, наскільки добре нові змінні пов'язані між собою.

V. Оцінка значимості канонічних кореляцій. Останній етап передбачає оцінку статистичної значимості канонічних кореляцій, що дозволяє з'ясувати, чи є отримані результати статистично значущими та чи можуть вони бути використані для подальшого аналізу.

Аналіз структури канонічних змінних та величини канонічних кореляцій дозволяє здійснити відбір найбільш інформативних змінних за характеристикою тісноти зв'язку між двома множинами змінних, що сприяє більш глибокому розумінню процесів, що відбуваються в підприємницькій діяльності.

Отже моделі зв'язку між показниками інноваційного підприємства та його інформаційно-технічним забезпеченням мають такий вигляд:

$$r_{U_1^1 V_1^1} = 0,82657 \quad (7)$$

$$\begin{cases} U_1^1 = 0,156x_1 + 0,754x_2 + 0,000018x_3 + 0,067x_4 - 0,661x_5 - 0,8665x_6 - \\ - 0,15x_7 + 0,016x_9 + 0,072x_{10} - 0,135x_{12} + 0,717x_{13} - 0,417x_{14}; \\ V_1^1 = 1,331x_{15} - 0,722x_{16} - 0,278x_{17} + 0,27x_{18}; \end{cases}$$

$$r_{U_2^1 V_2^1} = 0,844 \quad (8)$$

$$\begin{cases} U_2^1 = -0,525x_1 + 0,264x_2 - 0,105x_3 + 0,088x_4 + 0,137x_5 + 0,34x_6 - \\ - 0,307x_7 - 0,092x_9 + 0,319x_{10} - 0,504x_{12} + 0,506x_{13} + 0,109x_{14}; \\ V_2^1 = 0,374x_{15} - 1,096x_{16} + 0,619x_{17} - 0,836x_{18}; \end{cases}$$

$$r_{U_3^1 V_3^1} = 0,746 \quad (9)$$

$$\begin{cases} U_3^1 = 0,065x_1 + 0,182x_2 - 0,043x_3 - 0,011x_4 + 0,703x_5 + 0,725x_6 - \\ - 0,171x_7 + 0,128x_9 + 0,363x_{10} - 0,55x_{12} + 3,273x_{13} - 3,757x_{14}; \\ V_3^1 = -0,196x_{15} - 0,346x_{16} - 0,44x_{17} - 1,15x_{18}; \end{cases}$$

Далі представимо моделі взаємозв'язку між показниками інноваційної діяльності та фінансово-економічними показниками:

$$r_{U_1^2 V_1^2} = 0,9933 \quad (10)$$

$$\begin{cases} U_1^2 = 0,02x_{15} - 0,033x_{16} + 0,015x_{17} + 0,982x_{18}; \\ V_1^2 = -0,076_{19} - 0,02x_{20} - 0,018x_{21} + 0,977x_{22}; \end{cases}$$

$$r_{U_2^2 V_2^2} = 0,781 \quad (11)$$

$$\begin{cases} U_2^2 = -0,457x_{15} - 0,179x_{16} + 0,819x_{17} - 0,556x_{18}; \\ V_2^2 = 0,112_{19} - 0,073x_{20} + 1,006x_{21} + 0,258x_{22}; \end{cases}$$

$$r_{U_3^2 V_3^2} = 0,428 \quad (12)$$

$$\begin{cases} U_3^2 = 1,336x_{15} - 0,0962x_{16} + 0,318x_{17} - 0,011x_{18}; \\ V_3^2 = 1,104_{19} + 0,167x_{20} + 0,073x_{21} + 0,583x_{22}; \end{cases}$$

Також представимо моделі взаємозв'язку між показниками інформаційно-технічного забезпечення та фінансово-економічними показниками:

$$r_{U_1^3 V_1^3} = 0,928 \quad (13)$$

$$\begin{cases} U_1^3 = 0,12x_1 + 0,215x_2 + 0,164x_3 - 0,215x_4 - 0,654x_5 - 0,867x_6 - \\ - 0,145x_7 - 0,033x_9 - 0,077x_{10} + 0,035x_{12} + 1,051x_{13} + 0,152x_{14}; \\ V_1^3 = 0,151x_{19} - 0,087x_{20} - 0,23x_{21} + 0,983x_{22}; \end{cases}$$

$$r_{U_2^3 V_2^3} = 0,939 \quad (14)$$

$$\begin{cases} U_2^3 = -0,695x_1 - 0,077x_2 - 0,209x_3 + 0,173x_4 + 0,373x_5 + 0,572x_6 + \\ + 0,044x_7 - 0,133x_9 - 0,118x_{10} - 0,315x_{12} + 0,403x_{13} - 0,114x_{14}; \\ V_2^3 = -0,06x_{19} + 0,084x_{20} + 0,984x_{21} + 0,396x_{22}. \end{cases}$$

Отже, канонічний кореляційний аналіз не лише розкриває важливі взаємозв'язки, але й сприяє прийняттю обґрунтованих рішень, що є критично важливим у сучасному бізнес-середовищі. Впровадження даного методу в практику управління допоможе компаніям більш успішно адаптуватися до швидких змін ринку та досягати своїх стратегічних цілей.

Канонічний кореляційний аналіз є потужним інструментом для вивчення внутрішніх взаємозв'язків між інформаційно-технічним забезпеченням підприємницької діяльності, інноваційною діяльністю та фінансово-економічними показниками. Використання цього методу дозволяє не лише виявити і оцінити тісноту зв'язків між різними групами змінних, але й отримати детальну інформацію про вплив одних факторів на інші.

Процес канонічного аналізу, що включає формування матриці змінних, обчислення кореляційних матриць, визначення канонічних змінних та оцінку їх значимості, дозволяє підприємствам ефективно аналізувати свою діяльність. Результати цього аналізу можуть слугувати основою для стратегічного планування, оптимізації ресурсів і впровадження інновацій, що, в свою чергу, підвищує конкурентоспроможність і фінансову стабільність підприємств.

В системі сучасного інноваційного підприємництва окрім цифрових технологій суттєве значення сьогодні має маркетинг

інновацій. Саме тому можливо зазначити, що в умовах сучасної цифровізації інноваційне підприємництво і маркетинг інновацій стають ключовими елементами успішного розвитку бізнесу. З прогресом високих технологій, змінами у споживчих вподобаннях та зростаючою конкуренцією підприємства повинні адаптувати свої стратегії, щоб залишатися актуальними та конкурентоспроможними. Взаємозв'язок між інноваційним підприємництвом та маркетингом інновацій є критично важливим, оскільки обидва ці аспекти сприяють створенню додаткової вартості для споживачів і забезпечують стійке зростання компаній.

Інноваційне підприємництво передбачає впровадження нових ідей, технологій та бізнес-моделей, тоді як маркетинг інновацій зосереджений на ефективному просуванні цих нововведень на ринок. У умовах цифровізації, коли інформація розповсюджується миттєво, важливість ефективних маркетингових стратегій стає ще більш очевидною. Підприємства, що успішно інтегрують інновації в свої продукти та послуги, а також реалізують їх через сучасні маркетингові канали, мають значні переваги.

Завдяки цифровим технологіям, маркетинг інновацій стає більш персоналізованим, дозволяючи підприємствам краще розуміти потреби споживачів і швидше реагувати на зміни в ринковому середовищі. Це, в свою чергу, сприяє більш ефективному використанню ресурсів та зменшенню ризиків, пов'язаних із впровадженням нововведень.

Сьогодні цифрова економіка суттєво змінює парадигму маркетингу, надаючи нові можливості та виклики для компаній у сфері інновацій. Розвиток технологій, доступ до великої кількості даних та швидка зміна споживчих вподобань створюють умови для трансформації традиційних маркетингових стратегій. Саме тому маркетинг інновацій набуває особливого значення, оскільки він забезпечує ефективне просування нових продуктів і послуг, які відповідають потребам сучасних споживачів.

Цифрова економіка впливає на всі аспекти бізнесу: від дослідження ринку та генерації ідей до комунікації з клієнтами та управління брендом. Завдяки цифровим платформам компанії отримують можливість аналізувати поведінку споживачів у реальному

часі, персоналізувати свої пропозиції та взаємодіяти зі споживачами на новому рівні. Це, в свою чергу, сприяє більш ефективному впровадженню інновацій і підвищенню їх конкурентоспроможності.

Розвиток маркетингу інновацій під впливом цифрової економіки має кілька особливостей, які визначають його ефективність та адаптивність до сучасних умов. В табл. 11 наведемо основні особливості розвитку сучасного маркетингу інновацій під впливом цифрової економіки.

Таблиця 11

**Особливості розвитку маркетингу інновацій
під впливом цифрової економіки**

Особливість	Характеристика
1	2
Доступність даних	Цифрові технології дозволяють компаніям збирати та аналізувати великі обсяги даних про споживачів, їх поведінку та вподобання, що сприяє більш точному таргетингу та персоналізації
Швидкість реагування	Компанії повинні бути готовими адаптувати свої стратегії в реальному часі, швидко реагуючи на потреби споживачів і зміни в конкурентному середовищі
Взаємодія зі споживачами	Цифрові канали дозволяють здійснювати безпосередній зворотний зв'язок зі споживачами, що сприяє глибшому розумінню їх потреб і підвищенню лояльності до бренду
Інтеграція каналів	Компанії використовують багатоканальні стратегії, що поєднують онлайн та офлайн канали для досягнення більшого охоплення і ефективності в комунікації
Візуальний контент і мультимедійність	Зростання популярності візуального контенту (відео, графіки, інфографіка) робить його важливим інструментом для залучення уваги споживачів
Соціальні мережі	Соціальні платформи стали ключовими для просування інновацій, дозволяючи брендам взаємодіяти зі споживачами, отримувати відгуки та створювати спільноти навколо продуктів
Автоматизація маркетингу	Використання технологій автоматизації дозволяє зменшити витрати на маркетинг і підвищити його ефективність через налаштування персоналізованих кампаній
Екологічна свідомість	Зростаюча увага до екологічних і соціальних аспектів бізнесу змушує компанії інтегрувати стратегії сталого розвитку в свої маркетингові кампанії
Інноваційні моделі бізнесу	Цифрова економіка стимулює появу нових бізнес-моделей (наприклад, підписки, краудфандинг), які вимагають нових підходів у маркетингу

Продовження табл. 11

1	2
Глобалізація	Цифрові технології дозволяють підприємствам виходити на міжнародні ринки з меншими витратами, що створює нові можливості та виклики в конкурентному середовищі
Крос-функціональна співпраця:	Сприяє створенню комплексних рішень, що відповідають потребам ринку
Збільшення ролі штучного інтелекту	Використання технологій штучного інтелекту для аналізу даних, прогнозування поведінки споживачів і автоматизації процесів стає невід'ємною частиною маркетингу інновацій
Крос-індустріальні ініціативи	Співпраця з компаніями з інших галузей для створення нових рішень і покращення продуктів, що стимулює інновації
Відкриті інновації	Використання концепції відкритих інновацій, де компанії співпрацюють з зовнішніми партнерами, науковими установами та споживачами для спільного розвитку нових продуктів
Етика	У сучасному маркетингу важливо враховувати етичні аспекти та справедливість у взаємодії з споживачами, що підвищує довіру до бренду
Інноваційні екосистеми	Приєднання до інноваційних екосистем, таких як стартап-інкубатори та акселератори, для спільної роботи над новими ідеями та отримання доступу до нових ресурсів
Інформування через освіту	Залучення споживачів через освітні кампанії, вебінари та навчальні ресурси, які допомагають їм зрозуміти переваги нових продуктів і технологій

Джерело: складено автором на основі [8, 9, 15, 16, 17, 22]

Зазначені особливості формують новий ландшафт маркетингу інновацій, де компанії повинні бути гнучкими, адаптивними і готовими до змін, щоб успішно конкурувати в умовах цифрової економіки.

У сучасних умовах цифрової економіки маркетинг інновацій має кілька ключових складових, які допомагають підприємствам ефективно просувати свої нововведення та адаптуватися до швидко змінюваного ринку. Зазначимо основні з них: аналіз ринку та споживчих потреб; цифрові платформи; контент-маркетинг; персоналізація; соціальні медіа; реклама в цифровому середовищі; взаємодія з інфлюенсерами; зворотний зв'язок і вдосконалення продукту; аналіз ефективності; екологічна та соціальна відповідальність.

Представлені складові допомагають підприємствам ефективно впроваджувати інновації на ринок, адаптуватися до змін у поведінці споживачів і використовувати можливості, які надає цифрова економіка.

Саме тому спираючись на взаємозв'язок інноваційного підприємництва та маркетингу інновацій під впливом цифрової економіки на рис. 3 запропонуємо послідовність формування інноваційного підприємництва з урахування маркетингу інновацій в умовах цифрової економіки.

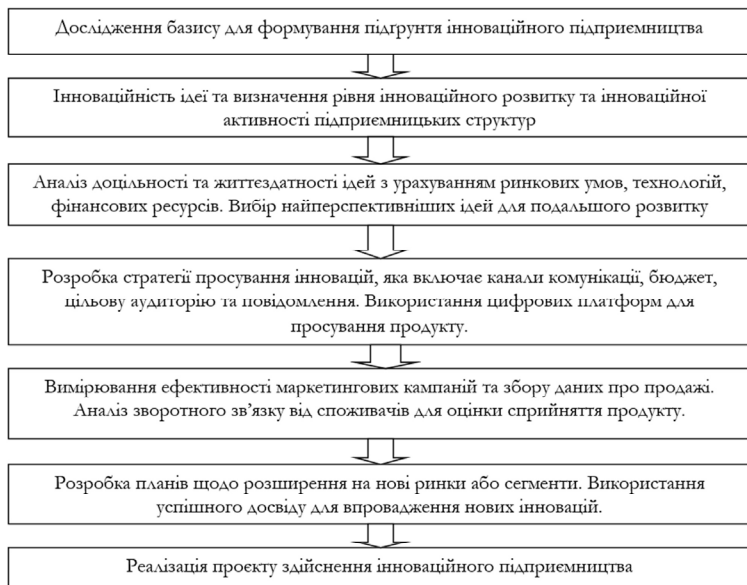


Рис. 3. Послідовність формування інноваційного підприємництва з урахуванням маркетингу інновацій в умовах цифрової економіки

Джерело: сформовано автором

Таким чином, формування інноваційного підприємництва в умовах цифрової економіки є складним, але критично важливим процесом, що вимагає системного підходу. Послідовність етапів, розроблена для інтеграції інновацій і маркетингових стратегій, дозволяє підприємствам ефективно адаптуватися до швидко змінюваного ринкового середовища.

Розпочинаючи з глибокого аналізу ринку та потреб споживачів, компанії можуть генерувати і відбирати інноваційні ідеї, які

мають реальний потенціал. Розробка прототипів і тестування на ринку з використанням зворотного зв'язку є критично важливими для вдосконалення продуктів. Наступний етап – це стратегічний маркетинг, який забезпечує ефективне просування інновацій, використовуючи цифрові платформи для максимального залучення споживачів.

Моніторинг результатів, адаптація продуктів та стратегій на основі отриманих даних дозволяють підприємствам підвищувати свою конкурентоспроможність. Крім того, постійний процес вдосконалення та масштабування сприяє довгостроковому розвитку і підтримує культуру інновацій всередині компанії.

Систематичний підхід до формування інноваційного підприємництва в поєднанні з ефективним маркетингом інновацій є запорукою успіху в умовах цифровізації, що відкриває нові можливості для бізнесу, дозволяє зберігати гнучкість і адаптивність у відповідь на виклики сучасного ринку.

Таким чином, доцільним буде також визначити основні фактори впливу на маркетинг інновацій для подальшого їх врахування при побудові взаємодії в межах інноваційного підприємництва (табл. 12).

Таблиця 12

Експертні оцінки факторів впливу на маркетинг інновацій при побудові взаємодії в межах інноваційного підприємництва

№	Групи факторів	Експерти									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Ринкові конкуренти	5	2	5	4	5	4	3	5	4	4
2	Розвиток цифрових технологій	3	3	4	4	4	5	5	5	4	3
3	Новітні цифрові платформи	4	5	5	4	4	3	5	4	5	5
4	Трансформація споживчих вподобань	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
5	Соціальна відповідальність	5	3	4	3	4	5	2	3	2	4
6	Економічна стабільність	4	4	3	3	4	5	5	3	5	5
7	Державна підтримка	5	2	5	4	5	4	4	5	4	4
8	Взаємодія з клієнтами	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
9	Фінансова інклюзія	5	4	5	4	5	4	3	5	4	4
10	Освіта	3	2	4	4	4	5	5	5	4	2

Результати проведеного дослідження проходять обробку в сервісі STATISTICA, за представленою нижче формулою

$$W = \left(\frac{12}{n^2 \times (m^3 - m)} \right) \times \sum_{j=1}^m \left(\sum_{i=1}^n \left(R_{ij} - \frac{n \times (m+1)}{2} \right) \right)^2, \quad (15)$$

де m – кількість об'єктів оцінювання;

n – кількість експертів (споживачів);

R_{ij} – ранг j -го об'єкта, який привласнений i -м експертом.

В табл. 13 представимо проміжні результати дослідження.

Таблиця 13

Результати експертних оцінок

№	Групи факторів	Сума рангів	Відхилення від середнього арифметичного	Квадрат відхилення від середнього арифметичного
1	Ринкові конкуренти	43	-0,5	0,25
2	Розвиток цифрових технологій	44	0,5	0,25
3	Новітні цифрові платформи	54	10,5	110,25
4	Трансформація споживчих вподобань	57	13,5	182,25
5	Соціальна відповідальність	41	-2,5	6,25
6	Економічна стабільність	43	-0,5	0,25
7	Державна підтримка	54	10,5	110,25
8	Взаємодія з клієнтами	54	10,5	110,25
9	Фінансова інклюзія	53	9,5	90,25
10	Освіта	38	-6,5	42,25

Коефіцієнт конкордації, як статистичний показник, який використовується для вимірювання узгодженості або погодженості між кількома ранговими оцінками або рейтинговими системами. Він дозволяє оцінити, наскільки однакові або схожі є думки (оцінки) різних суддів або експертів щодо одного й того ж набору об'єктів.

Коефіцієнт варіюється від 0 до 1, де:

0 означає відсутність узгодженості (оціночні дані абсолютно різні).

1 вказує на повну узгодженість (всі судді або оцінки надають однакові рангові оцінки).

На основі отриманих даних та за допомогою програми STATISTICA, було встановлено, що представлені дані узгоджені та значення коефіцієнту конкордації дорівнює 0,64.

Таким чином, взаємодія маркетингу інновацій в системі інноваційного підприємництва є критично важливою для успішного впровадження нових продуктів та послуг на ринок. Саме тому зазначимо кілька ключових аспектів, що підкреслюють цю необхідність:

- маркетинг інновацій дозволяє підприємствам глибше зрозуміти потреби та бажання споживачів;
- взаємодія між маркетингом і інноваційним підприємництвом сприяє більш ефективному стратегічному плануванню;
- зворотний зв'язок від споживачів, отриманий через маркетингові дослідження, може підказувати напрямки для нових розробок;
- маркетинг може допомогти в тестуванні ідей ще до їх впровадження;
- ефективний маркетинг інновацій допомагає компаніям виділятися на фоні конкурентів;
- взаємодія між маркетингом і інноваційним підприємництвом дозволяє більш ефективно управляти ризиками, пов'язаними з виходом нових продуктів на ринок;
- спільна робота між відділами маркетингу та інновацій дозволяє оптимізувати витрати, адже розуміння цільової аудиторії та ринкових умов допомагає зосередити ресурси на найбільш перспективних проектах;
- маркетинг інновацій допомагає формувати позитивний імідж компанії як інноватора.

Взаємодія маркетингу інновацій з системою інноваційного підприємництва є необхідною для досягнення конкурентних переваг, підвищення ефективності, зменшення ризиків і задоволення потреб споживачів. Тільки за умов тісної співпраці цих функцій підприємство може успішно реалізувати свої інноваційні стратегії.

Таким чином, розвиток цифрової економіки суттєво трансформує ландшафт бізнесу, впливаючи на інноваційне

підприємництво та маркетинг інновацій. Цифровізація змінює способи, якими підприємства взаємодіють з ринком, споживачами та один з одним, що створює нові можливості, але й вимагає адаптації до швидких змін.

По-перше, цифрова економіка надає доступ до величезних обсягів даних, що дозволяє підприємствам глибше розуміти потреби та поведінку споживачів. Це, в свою чергу, сприяє розвитку більш персоналізованих та цілеспрямованих маркетингових стратегій, що підвищує ефективність комунікацій і збільшує ймовірність успішного впровадження інновацій.

По-друге, технології автоматизації та штучного інтелекту значно спрощують процеси розробки, впровадження та просування нових продуктів. Компанії можуть швидше тестувати і адаптувати свої пропозиції, що зменшує ризики, пов'язані з інноваційними проектами. Застосування Agile-методів у розробці і маркетингу дозволяє підприємствам бути більш гнучкими та ефективними у відповіді на зміни ринку.

По-третє, соціальні медіа та цифрові платформи забезпечують нові канали комунікації, які дозволяють брендам активно взаємодіяти зі споживачами, отримувати зворотний зв'язок і будувати лояльність, що створює можливості для глибшого залучення клієнтів у процес інновацій, включаючи їхню участь у тестуванні продуктів та формуванні нових ідей.

Однак, разом з новими можливостями, цифрова економіка також приносить виклики. Зростання конкуренції, зокрема з боку стартапів, які швидко впроваджують новітні технології, вимагає від традиційних компаній постійної уваги до інновацій та адаптації. Крім того, питання етики, конфіденційності даних та екологічної відповідальності стають все більш актуальними в умовах цифровізації.

Таким чином, розвиток цифрової економіки є потужним каталізатором змін у інноваційному підприємництві та маркетингу інновацій. Підприємства, які здатні швидко адаптувати свої стратегії, інтегрувати нові технології та будувати стосунки зі споживачами, отримають значні конкурентні переваги. У майбутньому успішність бізнесу буде визначатися не лише якістю

продуктів, але й здатністю до інновацій та гнучкості у відповіді на виклики цифрової епохи.

Також, важливо зазначити, що цифрова економіка формує нові стандарти споживчої поведінки, де інформація та доступність продуктів стають вирішальними факторами у прийнятті рішень. Це означає, що підприємствам необхідно не лише впроваджувати інновації, а й активно працювати над покращенням клієнтського досвіду, використовуючи всі доступні цифрові інструменти.

Інтеграція інновацій у бізнес-моделі повинна супроводжуватися стратегіями сталого розвитку. Сучасні споживачі все частіше віддають перевагу брендам, які демонструють соціальну відповідальність і екологічну свідомість. Це вимагає від підприємств не лише інновацій у продуктах, але й у підходах до виробництва, упаковки та логістики.

Необхідність навчання та розвитку персоналу також стає ключовою. В умовах постійних змін і технологічного прогресу компанії повинні інвестувати в підвищення кваліфікації своїх співробітників, щоб вони могли ефективно використовувати нові інструменти і технології. Лідери повинні формувати культури інновацій, заохочуючи творчий підхід і експерименти на всіх рівнях організації.

Отже, розвиток цифрової економіки не лише відкриває нові горизонти для інноваційного підприємництва і маркетингу, але й ставить перед підприємствами ряд викликів, які вимагають стратегічного мислення та гнучкості. Ті компанії, які зможуть вчасно реагувати на зміни, використовувати нові технології та зосередитися на споживчих потребах, матимуть можливість не лише вижити, а й досягти успіху в умовах швидко змінюваного ринкового середовища. Цифрова економіка є не лише викликом, а й потужним каталізатором для тих, хто готовий до змін і шукає нові можливості для зростання та розвитку.

Література

1. Desyatnyuk O., Naumenko M., Lytovchenko I., Beketov O. Impact of Digitalization on International Financial Security in Conditions of Sustainable Development. *Problemy Ekorozwoju/Problems of Sustainable Development*. 2024. No 1. pp. 104-114. URL: <https://ph.pollub.pl/index.php/preko/article/view/5325/4341>

2. Desyatnyuk O., Krysovaty A., Ptashchenko O., Kyrylenko O. Financial Security in the Conditions of Globalization: Strategies and Mechanisms for the Protection of National Interests. *Econ. Aff.* 2024. No 69 (Special Issue). pp. 261-268. URL: <https://ndpublisher.in/admin/issues/EAv69n1z1.pdf>
3. Doran J., McCarthy N., O'Connor M. The role of entrepreneurship in stimulating economic growth in developed and developing countries. *Cogent Economics & Finance*. 2018. Vol. 6. Iss. 1. Art. 1442093. DOI: <https://doi.org/10.1080/23322039.2018.1442093>
4. Florian Butollo and Lea Schneidemesser (2022) Platforms in Industry – disruptors of traditional manufacturing? URL: https://digitalage.berlin/wp-content/uploads/2022/02/Brief_ButolloSchneidemesser_4.pdf
5. Henning Kagermann, Reiner Anderl, Jürgen Gausemeier, Günther Schuh, Wolfgang Wahlster (Eds.) (2016) Industrie 4.0 in a Global Context URL: https://www.acatech.de/wp-content/uploads/2016/11/acatech_eng_STUDIE_Industrie40_global_Web.pdf
6. Krysovaty A., Ptashchenko O. The mechanism of entrepreneurial innovation system in institutions of higher education. *Economics of Development*. 2023. No 22(2). pp. 51-60. <https://doi.org/10.57111/econ/2.2023.51>. <https://ecdev.com.ua/uk/journals/t-22-2-2023/mekhanizm-pidpriyemnitskoyi-innovatsiynoyi-sistemi-u-zakladakh-vishchoyi-osviti>
7. Krysovaty I. The impact of transformational changes on the development of innovation parks. *Abstracts of XIII International Scientific and Practical Conference*. Prague, Czech Republic. pp. 71-73. URL: <https://eu-conf.com/en/events/social-ways-of-training-specialists-in-the-social-sphere-and-inclusive-education/>
8. Krysovaty I. Transformation of the market infrastructure in the conditions of the digital ECONOMY. *Proceedings of the 2nd International scientific and practical conference*. SPC «Sci-conf.com.ua». Lviv, Ukraine. 2024. pp. 907-912. URL: <https://sci-conf.com.ua/ii-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-perspectives-of-contemporary-science-theory-and-practice-1-3-04-2024-lviv-ukrayina-arhiv/>.
9. Michael Sony (2018) Industry 4.0 and lean management: a proposed integration model and research propositions. URL: <https://www.>

- researchgate.net/publication/328611557_Industry_40_and_lean_management_a_proposed_integration_model_and_research_propositions
10. Núñez, G. and F. Da Silva (2021), «Free competition in the post-pandemic digital era: the impact on SMEs», Project Documents (LC/TS.2021/15), Santiago, Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC)
 11. Patricia Carolina Garcia Martin, Nikolina Koporcic, Vinit Parida, David Sjödin. Scaling Digital Solutions in Traditional Industries: A Mission Impossible for Small Firms? URL: <https://cmr.berkeley.edu/assets/documents/pdf/2023-11-scaling-digital-solutions-in-traditional-industries-a-mission-impossible-for-small-firms.pdf>
 12. Pereira Carvalho, Núbia Gabriela, Edson Walimir Cazarini. Industry 4.0—What Is It? In Industry 4.0 Current Status and Future Trends. London: IntechOpen, 2020. ISBN 978-1-83880-086-4.
 13. Reznikova N. V., Rubtsova M. Yu., Ivashchenko O. A. Prospects for the development of international marketing strategies in the context of global convergence. *Efektivna Ekonomika*. 2019. No 7. doi: 10.32702/2307-2105-2019.7.10.
 14. Rüßmann M. Industry 4.0: The Future of Productivity and Growth in Manufacturing Industries. The Boston Consulting Group. Inc. 2015. URL: https://www.bcg.com/publications/2015/engineered_products_project_business_industry_4_future_productivity_growth_manufacturing_industries
 15. Shlapak A., Yatsenko O., Ivashchenko O., Zarytska N., Osadchuk V. Digital transformation of international trade in the context of global competition: technological innovations and investment priorities. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2023. No 6 (53). pp. 334-347. ISSN 2306-4994; 2310-8770
 16. Shtal T., Ptashchenko O., Rodionov S., Kurtsev O. Implementation of modern marketing tools in entrepreneurial activity. *Development Management*. 2023. No 22(4). pp. 53-63. doi: 10.57111/devt/4.2023.53. URL: <https://ecdev.com.ua/uk/journals/t-22-4-2023/implementatsiya-suchasnogo-marketingovogo-instrumentariyu-v-pidpriyemnistku-diyalnist>

17. Інформаційні матеріали щодо стану інноваційної діяльності. Міністерство економіки України. URL: <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=69b9a9bf-5fbc-4035-8c0f-ac26b853c0eb&title=InformatsiiniMaterialiSchodoStanuInnovatsiinoiDiialnosti>
18. Крисоватий А. Четверта промислова революція : зміна напрямів міжнародних інвестиційних потоків: монографія / А. І. Крисоватий та ін.; за наук. ред. А. І. Крисоватого та О. М. Сохацької. Тернопіль: Осадця Ю. В., 2018. 480 с.
19. Крисоватий А., Десятнюк О., Птащенко О. Digital inclusion: financial and marketing aspects. *Журнал стратегічних економічних досліджень*. 2023. № 3(14). С. 93-102. URL: <https://econ-vistnyk.knutd.edu.ua/wp-content/uploads/sites/17/2023/08/3-2023-10.pdf>. DOI: 10.30857/2786-5398.2023.3.10
20. Крисоватий І. А. Високотехнологічні кластери: інновації та цифровізація. *Science and society: modern trends in a changing world*. Proceedings of the 2nd International scientific and practical conference. MDPC Publishing. Vienna, Austria. 2024. pp. 590-595. URL: <https://sci-conf.com.ua/ii-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-science-and-society-modern-trends-in-a-changing-world-22-24-01-2024-viden-avstriya-arhiv/>
21. Крисоватий І. А. Розвиток інноваційних парків в умовах цифрової економіки. *Global science: prospects and innovations*. Proceedings of the 6th International scientific and practical conference. Cognum Publishing House. Liverpool, United Kingdom. 2024. pp. 498-501. URL: <https://sci-conf.com.ua/vi-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-global-science-prospects-and-innovations-1-3-02-2024-liverpul-velikobritaniya-arhiv/>
22. Крисоватий І. Innovation parks as a component of innovative enterprise. *Актуальні проблеми економіки, управління та маркетингу в аграрному бізнесі*: матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Дніпро, 05-06 жовтня 2023 р.). Дніпро: ДДАЕУ, 2023. С. 211-212.
23. Крисоватий І. Цифрова економіка: розвиток блокчейну та високотехнологічних кластерів. *Особливості інтеграції країн у світовий економічний та політико-правовий простір*:

- Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції (15 грудня 2023 р.) / За заг. ред. д.е.н., проф. О. В. Булатової. Київ: МДУ, 2023. С. 154-155.
24. Лучик С. Проблеми і перспективи розвитку малого і середнього бізнесу: монографія / за ред. д.е.н., проф. С. Д. Лучик; Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ. Чернівці: Технодрук, 2021. 400 с.
25. Птащенко О., Резнікова Н., Іващенко О. Міжнародні стратегічні альянси в умовах цифрових трансформацій і розвитку ринку даних. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*. 2023. № 2(12). С. 214-227. URL: <https://doi.org/10.32750/2023-0218> URL: <https://journal.eae.com.ua/index.php/journal/article/view/250>
26. Резнікова Н. В., Шлапак А. В., Іващенко О. А. From industrial ecosystems to digital economy ecosystems: new business models and models of competition in the conditions of digitalization of international trade in goods and services. *Вісник Хмельницького національного університету*. Серія: Економічні науки. 2023. № 2(316). С. 332-340. ISSN 2307-5740
27. Сімків Л. Є. Ринкова інфраструктура: елементи та значення в ринковій економіці. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2020. Вип. 4 (144). С. 3-7. URL: [https://ird.gov.ua/sep/sep20204\(144\)/sep20204\(144\)_003_SimkivL.pdf](https://ird.gov.ua/sep/sep20204(144)/sep20204(144)_003_SimkivL.pdf)
28. Соціально-економічна мотивація інноваційного розвитку регіону : монографія/за заг. ред. д-ра екон. наук, професора О. В. Прокопенко. Суми: Сумський державний університет, 2012. 576 с.
29. Фінансові детермінанти економічного зростання регіонів і громад України в умовах нестабільності: погляд крізь призму поведінкової економіки: монографія / за ред. Г. В. Возняк. Львів: ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України, 2023. 557 с.
30. Шкінь О. М. Концептуальні засади сучасної парадигми стратегічного управління інноваційною діяльністю. *Економіка та держава*. 2012. № 4. С. 85-86.