

UDC658.1:004.7

JEL classification: M15, M21, M31, L86, G32

DOI: 10.35774/visnyk2025.02.90

Сергій КИРИЛЕНКО,

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри підприємництва і торгівлі,
Західноукраїнського національного університету,
вул. Львівська 11, м. Тернопіль, 46009, Україна.
Електронна адреса: serhiy.kyrylenko@gmail.com.
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7804-0403>.

Володимир ВОВК,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу,
Харківського національного економічного
університету імені Семена Кузнеця,
проспект. Науки, 9а, м. Харків, 61166, Україна.
Електронна адреса: Volodymyr.vovk@hneu.net.
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1140-3273>.

**ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ:
ФІНАНСОВИЙ, ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ТА МАРКЕТИНГОВИЙ АСПЕКТИ**

Кириленко С., Вовк В. Використання цифрового інструментарію в підприємстві: фінансовий, організаційний та маркетинговий аспекти. *Вісник економіки*. 2025. Вип. 2. С. 90–100. DOI: 10.35774/visnyk2025.02.90.

Kyrylenko, S., & Vovk, V. (2025). Vykorystannia tsyfrovoho instrumentarii v pidpriemnytstvi: finansovy, orhanizatsiyni ta marketynhovyi aspekty [Use of digital tools in entrepreneurship: Financial, organizational and marketing aspects]. *Visnyk Ekonomiky – Herald of Economics*, 2, 90-100. <https://doi.org/10.35774/visnyk2025.02.90>.

Анотація.

Вступ. У представленій роботі розглянуто основні особливості сучасного підприємництва. Цифровізація бізнес-процесів надає підприємцям можливість оптимізувати операції, знижувати витрати, підвищувати ефективність та досягати конкурентних переваг на ринку.

Метою дослідження є визначення особливостей використання сучасного цифрового інструментарію в підприємстві з урахуванням фінансового, організаційного та маркетингового аспектів для забезпечення більш чіткого розуміння самого процесу цифровізації підприємництва з урахуванням умов інклюзивності та цифрової економіки.

Методи дослідження. У процесі дослідження використано такі методи: аналізу та синтезу для виявлення особливостей цифрового інструментарію; порівняння; узагальнення; логічний метод; методи індукції та дедукції для врахування особливостей фінансового, організаційного та маркетингового аспектів; графічний метод.

Результати дослідження. У фінансовій сфері цифрові технології сприяють зниженню витрат на управління фінансами, забезпечують автоматизацію обліку та звітності, а також підвищують ефективність прогнозування і планування фінансових потоків. Організаційний аспект цифровізації підприємства передбачає інтеграцію інструментів для автоматизації внутрішніх процесів, управління персоналом і оптимізації робочих процедур. У маркетинговому вимірі цифрові інструменти дають змогу підприємствам точно ідентифікувати потреби споживачів, реалізовувати персоналізовані рекламні кампанії, покращувати комунікацію з клієнтами та своєчасно реагувати на зміни ринкового попиту.

Перспективи. Подальші дослідження в цій галузі можуть бути зосереджені на декількох основних напрямках: аналіз впливу цифрових інструментів на конкурентоспроможність підприємств; розробка нових моделей фінансового управління за допомогою цифрових інструментів; інтеграція організаційних процесів через цифрові технології; маркетингові інновації у цифровому середовищі; розробка моделей оцінювання ризиків під час використання цифрових технологій; вивчення впливу цифровізації на соціальні аспекти підприємництва.

Ключові слова: цифрові інструменти, цифрова економіка, міжнародний маркетинг, маркетингові інструменти, цифрові технології, інклюзія, інклюзивна економіка.

Формули: 0, **рис.:** 0, **табл.:** 2, **бібл.:** 12.

Serhiy KYRYLENKO,

PhD(Economics), Senior Lecturer,
Department of Entrepreneurship and Trade,
West Ukrainian National University,
11Lvivska str., Ternopil, 46009, Ukraine.
E-mail: serhiy.kyrylenko@gmail.com.
ORCID ID: 0000-0002-7804-0403.

Volodymyr VOVK,

PhD (Economics), Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Marketing,
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics,
9a Nauki Prospectus, Kharkiv, 61166, Ukraine.
E-mail: Volodymyr.vovk@hneu.net.
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1140-3273>.

USE OF DIGITAL TOOLS IN ENTREPRENEURSHIP: FINANCIAL, ORGANIZATIONAL AND MARKETING ASPECTS

Abstract.

Introduction. The presented work examines the main features of modern entrepreneurship. Digitalization of business processes provides entrepreneurs with the opportunity to optimize operations, reduce costs, increase efficiency and achieve competitive advantages in the market. The purpose of the study is to determine the features of using modern digital tools in entrepreneurship, taking into account financial, organizational and marketing aspects, to ensure a clearer understanding of the process of digitalization of entrepreneurship, taking into account the conditions of inclusion and the digital economy.

Research methods. The presented work uses methods of analysis and synthesis to identify the features of digital tools, the comparison method, the generalization method, the logical method, induction and deduction methods to take into account the features of financial, organizational and marketing aspects, the graphical method.

Research results. In the financial sector, digital technologies allow reducing the costs of financial management, ensuring the automation of accounting and reporting, as well as effectively forecasting and planning financial flows. The organizational aspect of enterprise digitalization includes the integration of tools for automating internal processes, managing personnel, and optimizing workflows. Regarding marketing aspects, digital tools allow enterprises to accurately identify consumer needs, implement personalized advertising campaigns, improve communication with customers, and respond quickly to changes in demand.

Prospects. Further research in this area can focus on several key areas: analyzing the impact of digital tools on the competitiveness of enterprises; developing new financial management models using digital tools; integrating organizational processes through digital technologies; marketing innovations in the digital environment; developing risk assessment models when using digital technologies; studying the impact of digitalization on the social aspects of entrepreneurship.

Keywords: digital tools, digital economy, international marketing, marketing tools, digital technologies, inclusion, inclusive economy.

Formulas: 0, figures: 0, tables: 2, bibl.: 12.

JEL classification: M15, M21, M31, L86, G32.

Постановка проблеми. У сучасному бізнес-середовищі цифрові технології стали невід'ємною частиною підприємницької діяльності. У результаті швидкого розвитку Інтернету, програмного забезпечення та новітніх технологій підприємства мають змогу оптимізувати свої операційні процеси, зменшувати витрати, підвищувати ефективність і своєчасно реагувати на зміни ринкових умов. Цифровий інструментарій охоплює різноманітні технології та платформи, що дають змогу автоматизувати фінансові операції, покращити організаційні процеси, розвивати нові маркетингові стратегії і взаємодіяти з клієнтами.

У фінансовій сфері цифрові інструменти дають змогу бізнесменам оптимізувати управління грошовими потоками, проводити автоматичний моніторинг та аналіз фінансових результатів, а також знижувати ризики шахрайства і помилок. Організаційна ефективність підвищується через впровадження інструментів для управління проектами, бізнес-процесами та персоналом, а також за допомогою інтеграції у хмарні

системи. Маркетингові стратегії, зокрема завдяки даним про поведінку споживачів та інструментам автоматизації, дають змогу підприємствам точніше й ефективніше залучати та утримувати клієнтів.

Саметому можна акцентувати увагу на тому, що використання цифрових інструментів у підприємстві не лише підвищує рівень інноваційності та конкурентоспроможності, а й створює нові можливості для розвитку бізнесу в умовах глобалізації та цифрової трансформації економіки. Це підтверджує, що обрана проблематика дослідження є своєчасною та актуальною.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Питання розвитку цифрових інструментів, цифрових трансформацій та становлення цифрової економіки відображені в наукових працях багатьох учених і економістів. Серед них варто виокремити такі праці та авторів: Десятнюк О., Крисоватий А., Кириленко О., Птащенко О. [1; 2], які звертають увагу на формування фінансової та цифрової інклюзії. На трансформаційних процесах у цифровій економіці акцентують також: Зайцев Ю. [3], Буяк Л. [4], Єлісєєва Л. [5], Карчева Г. [6], Македон В., Ільченко Н. [7], Пантелєєва Н., Колодій С., Ребрик М. [8], Панченко В., Резнікова Н., Іващенко О. [9], Піжук О., Муравйов В. [10], Філіппов В. [11], Хаджинов І. [12] та інші.

Зазначене вище дає змогу стверджувати, що проблематика розвитку підприємницьких структур під впливом цифрових трансформацій, а також формування цифрової економіки викликає значний науковий інтерес. Водночас динамічний характер сучасних економічних процесів постійно актуалізує окремі аспекти цього напрямку, що потребують подальшого уточнення та глибших досліджень.

Мета дослідження. Метою дослідження є визначення особливостей використання сучасного цифрового інструментарію у підприємстві з урахуванням фінансового, організаційного і маркетингового аспектів для забезпечення чіткішого розуміння самого процесу цифровізації підприємства відповідно до умов інклюзивності та цифрової економіки.

Виклад основних результатів дослідження. Варто зауважити, що на сучасному етапі цифрові технології та інструменти стають основними драйверами розвитку підприємства в умовах трансформаційної економіки. Вони надають можливість компаніям оптимізувати внутрішні процеси, знижувати витрати, підвищувати продуктивність і забезпечувати необхідну гнучкість у реагуванні на динамічні зміни ринкового середовища. Цифровий інструментарій у сфері підприємства охоплює широкий спектр технологій, які спрямовані на удосконалення фінансових, організаційних і маркетингових аспектів діяльності підприємств. З огляду на це доцільним є представлення в табл. 1 основних блоків цифрових інструментів сучасності.

Отже, цифровий інструментарій у підприємстві розкриває численні можливості для розвитку та трансформації бізнесу, а також дає змогу підприємствам працювати швидше, ефективніше та результативно відповідно до постійних змін у зовнішньому середовищі. Цифровізація є важливим етапом для підприємств, які прагнуть зберігати конкурентоспроможність в умовах швидкозмінюваного цифрового світу.

Таблиця 1

Цифрові інструменти

Група цифрових інструментів	Коротка характеристика
Фінансовий інструментарій	Цифрові технології значно змінюють підходи до управління фінансами. Інструменти автоматизації бухгалтерії та фінансового обліку дають змогу зменшити людський фактор і помилки, а також прискорити процеси складання звітності. Відкриття доступу до онлайн-платежів, блокчейн-технології та цифрові валюти сприяють зниженню витрат на транзакції, підвищують прозорість і безпеку фінансових операцій
Організаційний інструментарій	Для підвищення ефективності внутрішніх процесів підприємства активно використовують програмне забезпечення для управління проєктами, автоматизації бізнес-процесів та моніторингу діяльності. Хмарні технології і платформи для спільної роботи дають змогу знижувати витрати на інфраструктуру, забезпечують доступність даних у реальному часі для всіх співробітників, незалежно від їхнього місцезнаходження. Системи управління ресурсами (ERP) та управління взаєминами з клієнтами (CRM) допомагають оптимізувати роботу з персоналом, забезпечити ефективнішу комунікацію та підвищити загальну продуктивність
Маркетинговий інструментарій	Цифрові інструменти значно змінили підхід до маркетингу. Завдяки таким інструментам, як пошукова оптимізація (SEO), контекстна реклама, соціальні мережі та електронна пошта, компанії можуть безпосередньо взаємодіяти зі своїми клієнтами, точно налаштовувати рекламні кампанії, а також проводити персоналізований маркетинг. Використання аналітики великих даних і алгоритмів машинного навчання дає змогу точніше передбачати потреби споживачів, а також оптимізувати стратегії залучення й утримання клієнтів

Джерело: розроблено авторами на основі [1; 2; 4; 5; 7; 12].

Цифровий інструментарій у сфері підприємництва охоплює широкий спектр технологій, які сприяють підвищенню ефективності діяльності підприємств в умовах швидкоплинного та динамічного економічного середовища. Його впровадження супроводжується низкою специфічних особливостей, що потребують урахування під час інтеграції цифрових рішень у діяльність компаній.

У табл. 2 наведено основні аспекти застосування цифрового інструментарію в підприємницькій діяльності з урахуванням трансформаційних змін економіки та необхідності забезпечення інклюзивного розвитку.

Таблиця 2

Особливості використання цифрового інструментарію в підприємстві

Особливість	Короткий опис
Автоматизація	Цифрові інструменти дозволяють автоматизувати більшість операційних процесів, таких як бухгалтерія, фінансовий облік, управління запасами, виробничими процесами та персоналом

Персоналізація маркетингу	Цифровий інструментарій дає змогу підприємствам здійснювати глибокий аналіз даних про споживачів та створювати персоналізовані маркетингові кампанії. Завдяки інструментам як SEO, контекстна реклама, соціальні мережі, e-mail маркетинг та аналітика великих даних, підприємства можуть точно налаштовувати свої пропозиції, залучаючи та утримуючи клієнтів з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і переваг
Мобільність і доступність	Багато цифрових інструментів дозволяють підприємствам працювати в будь-якому місці і в будь-який час завдяки хмарним платформам і мобільним додаткам
Інтеграція з іншими системами	Важливою особливістю є здатність цифрових інструментів інтегруватися з іншими системами, такими як CRM, ERP, платформи для управління проектами тощо, що дозволяє створювати єдину інформаційну базу, що полегшує управлінські рішення і забезпечує злагоджену роботу підприємства
Безпека та захист даних	Використання цифрових інструментів потребує впровадження ефективних систем кібербезпеки. З огляду на значний обсяг обробленої інформації важливо забезпечити надійний захист персональних даних, фінансової інформації та корпоративної інфраструктури від кіберзагроз
Адаптація до змін	Цифрові інструменти дають змогу підприємствам швидко адаптуватися до змін у бізнес-середовищі. Підприємства можуть змінювати стратегії, моделі управління, а також тестувати нові продукти та послуги, реагуючи на тенденції ринку та потреби клієнтів
Залученість	Цифрові інструменти відкривають нові можливості для залучення клієнтів і розширення ринку. Завдяки інтернет-платформам, соціальним мережам та електронній комерції підприємства можуть здійснювати продажі на глобальному рівні, що дозволяє розширити свою присутність і збільшувати кількість споживачів
Динамічність	Цифрові технології дозволяють обробляти великі обсяги даних швидко і з високою точністю, що дає змогу бізнесам своєчасно реагувати на зміни в ринкових умовах, проводити ефективне планування та прогнозування, а також ухвалювати рішення на основі актуальної інформації

Джерело: розроблено авторами з урахуванням джерел [3; 4; 5; ; 8; 10; 12].

Особливість використання цифрового інструментарію в підприємстві полягають у можливості значно підвищити ефективність, знизити витрати та оптимізувати бізнес-процеси. Водночас підприємства мають активно розвивати стратегії для безпеки даних, постійно адаптуватися до технологічних змін і активно використовувати новітні цифрові інструменти для залучення клієнтів і зміцнення конкурентних позицій.

Варто зауважити, що цифрова економіка та інклюзивність значно змінюють підходи до розвитку підприємництва. Це змушує бізнеси переосмислювати свої стратегії та адаптуватися до нових умов. Вони не лише впливають на методи ведення бізнесу, а й відкривають нові можливості для зростання та розвитку, зокрема економічну інтеграцію, технологічні інновації та забезпечення доступу до ресурсів для всіх учасників.

Цифрова економіка суттєво спрощує фінансові операційні процеси завдяки впровадженню таких інструментів, як онлайн-платежі, мобільні банківські сервіси, криптовалюти, а також блокчейн-технології. Це дозволяє підприємствам здійснювати фінансові транзакції швидше, безпечніше та з меншими витратами.

Інклюзивність у фінансовій сфері означає забезпечення доступу до фінансових послуг для всіх категорій населення – незалежно від соціального статусу, рівня доходів або географічного розташування. Використання цифрових фінансових інструментів створює можливості для залучення до фінансової системи малих підприємств, а також осіб, які раніше були позбавлені доступу до традиційних банківських установ. Це дає їм змогу брати участь у фінансово-економічному житті, долучатися до інвестицій та здійснювати платіжні операції.

У контексті цифрової економіки організаційна структура підприємств також зазнає значних змін. Використання цифрових технологій дає змогу автоматизувати бізнес-процеси, зменшувати витрати на адміністративні функції і підвищувати ефективність управління ресурсами. Хмарні технології, платформи для співпраці, CRM-системи та програмне забезпечення для управління проєктами забезпечують гнучкість і оперативність в ухваленні рішень.

Інклюзивність у цьому аспекті полягає у створенні доступних можливостей для всіх працівників незалежно від їхнього фізичного стану, гендеру, віку або соціальної приналежності. Впровадження технологій, які сприяють рівному доступу до інформації та ресурсів, підтримує різноманітність у компаніях і дає змогу створювати інклюзивну корпоративну культуру, що збагачує компанію новими ідеями та підходами.

Варто звернути увагу на те, що цифрові інструменти змінили традиційні методи маркетингу і надали бізнесам нові можливості для прямого контакту з кінцевим споживачем. Завдяки таким інструментам, як пошукова оптимізація (SEO), контекстна реклама, соціальні мережі, email-маркетинг та аналітика великих даних, підприємства можуть таргетувати свої рекламні кампанії, знижуючи витрати і збільшуючи їхню ефективність. Застосування штучного інтелекту та машинного навчання дає змогу прогнозувати попит і розробляти персоналізовані пропозиції для кожного клієнта.

Інклюзивний маркетинг означає не лише орієнтацію на широкі сегменти ринку, а й забезпечення доступу до продуктів і послуг для різних груп споживачів, зокрема осіб з обмеженими можливостями, етнічних меншин та різних соціальних прошарків. Це передбачає створення продуктів і послуг, які враховують потреби всіх споживачів, а також комунікацію, що спрямована на різноманітність.

Отже, цифрові технології покращують рівень інклюзивності у підприємстві. Вони дають змогу малим і середнім підприємствам зростати, а також надають доступ до ресурсів тим, хто раніше не брав участі в економічному процесі через відсутність доступу до традиційних фінансових або організаційних інструментів. Інклюзивні бізнес-моделі, зокрема використання цифрових платформ для фінансових послуг, сприятиме залученню осіб з різних соціальних груп до підприємницьких ініціатив.

Цифрова економіка та інклюзивність значно трансформують підприємницьку діяльність та нові можливості для розвитку фінансових, організаційних та маркетингових аспектів бізнесу. Впровадження цифрових технологій дозволяє підприємствам підвищити загальну ефективність діяльності, скоротити витрати,

покращити якість обслуговування клієнтів, а також розширити ринки збуту завдяки виходу на нові сегменти. Водночас застосування інклюзивних підходів сприяє забезпеченню рівного доступу до економічних можливостей для всіх учасників ринку, що формує підґрунтя для розвитку соціально відповідального бізнесу. Такий підхід також є важливим чинником забезпечення сталого розвитку в умовах цифрової трансформації економіки.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Використання цифрового інструментарію в підприємництві є важливим чинником, що визначає успіх і конкурентоспроможність сучасних бізнесів. Цифрові технології дають змогу значно підвищити ефективність фінансових, організаційних та маркетингових процесів, забезпечуючи підприємствам можливості для оптимізації витрат, підвищення продуктивності й покращення взаємодії з клієнтами.

У сфері фінансів цифрові інструменти забезпечують автоматизацію бухгалтерських процесів, зниження витрат на транзакції та підвищення безпеки фінансових операцій. Це, у свою чергу, сприяє ефективнішому управлінню грошовими потоками та зменшенню фінансових ризиків. Організаційні інструменти, зокрема платформи для управління бізнес-процесами та ресурсами, дозволяють підприємствам інтегрувати різні функції, скорочувати час на виконання операцій і знижувати адміністративні витрати. Маркетингові технології дають змогу точніше налаштовувати рекламні кампанії, персоналізувати пропозиції та покращувати взаємодію з клієнтами, що підвищує рівень лояльності та сприяє зростанню обсягів продажів.

Таким чином, впровадження цифрового інструментарію в усі аспекти підприємницької діяльності є не лише доцільним, а й необхідним кроком для забезпечення сталого функціонування та розвитку бізнесу в умовах глобальних економічних змін. Застосування цифрових технологій дозволяє підприємствам адаптуватися до нових викликів, зберігати конкурентоспроможність і досягати високих результатів на сучасному ринку.

Подальші дослідження в цій галузі можуть бути зосереджені на декількох основних напрямках: аналіз впливу цифрових інструментів на конкурентоспроможність підприємств; розробка нових моделей фінансового управління за допомогою цифрових інструментів; інтеграція організаційних процесів через цифрові технології; маркетингові інновації у цифровому середовищі; розробка моделей оцінювання ризиків під час використання цифрових технологій; вивчення впливу цифровізації на соціальні аспекти підприємництва. Загалом доцільно подальші дослідження зосередити на глибокому вивченні ефективності застосування цифрових технологій для підвищення продуктивності, зменшення витрат та адаптації підприємств до змінюваного ринкового середовища.

Література

1. Desyatnyuk O., Krysovatty A., Ptashchenko O., Kyrylenko O. Enhancing financial inclusivity and accessibility of financial services through digital technologies. AD ALTA: *Journal of Interdisciplinary Research*. 2024. Vol. 14, № 1. P. 65–69. URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140142/papers/A_13.pdf.

2. Крисоватий А., Десятнюк О., Птащенко О. Digital inclusion: financial and marketing aspects. *Журнал стратегічних економічних досліджень*. 2023. № 3(14). С. 93–102. DOI: 10.30857/2786-5398.2023.3.10
3. Zaitsev Y., Krysovaty I., Gavkalova N., Sobko O., Boichyk V. Interaction of digitization and corporate social responsibility in the context of sustainable development. *Economic Affairs*. 2024. Vol. 69, Special Issue. P. 217–227. URL: <https://ndpublisher.in/admin/issues/EAv69n1w.pdf>
4. Буяк Л., Семененко Ю. Цифрова трансформація міжнародного маркетингу. *Modeling the Development of the Economic Systems*. 2024. № 14. С. 177–185. DOI: <https://doi.org/10.31891/mdes/2024-14-24>
5. Єлісєєва Л. В. Вплив інформатизації та цифровізації економіки на трансформацію соціального капіталу. *Ефективна економіка*. 2019. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7429>
6. Карчева Г. Т., Огородня Д. В., Опенька В. А. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки. *Фінансовий простір*. 2017. № 3(27). С. 13–21.
7. Македон В. В., Ільченко Н. О. Кон'юнктура світового ринку ІТ-послуг в умовах економіки 4.0. *Ефективна економіка*. 2021. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8525>
8. Пантелєєва Н. М., Колодій С. Ю., Ребрик М. А. Цифрова економіка як ключовий тренд розвитку постіндустріального суспільства : монографія. Київ : ДВНЗ «Університет банківської справи», 2019. 299 с.
9. Панченко В. Г., Резнікова Н. В., Птащенко О. В., Іващенко О. А. Цифрові трансформації міжнародного ринку праці в умовах платформізації зайнятості. *Ефективна економіка*. 2024. № 2. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/3063/3099>
10. Піжук О. І., Муравйов В. Є. Економічні та соціальні наслідки цифровізації національного господарства. *Економічний простір*. 2020. № 163. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/163-10>
11. Філіппов В. Ю. Управління розвитком підприємництва за імперативами сталого розвитку в інформаційно-інноваційній економіці : системно-інтегрований підхід. Швайнфурт : Time Realities Scientific Group UG (haftungsbeschränkt), 2020. 489 с.
12. Хаджинов І. В. Міжнародний маркетинг: стратегічні імперативи розвитку. *Європейський науковий журнал економічних та фінансових інновацій*. 2025. № 1(15). С. 37–47. URL: <https://journal.eae.com.ua/index.php/journal/article/view/376>

References

1. Desyatnyuk, O., Krysovaty, A., Ptashchenko, O. and Kyrylenko, O. (2024). Enhancing financial inclusivity and accessibility of financial services through digital technologies. *AD ALTA: Journal of Inter disciplinary Research*. P. 65–69. Retrieved from https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140142/papers/A_13.pdf. [inEnglish].
2. Desyatnyuk, O., Krysovaty, A., Ptashchenko, O. (2023). Tsyfrova inkluziia: finansovi ta marketynhovi aspekty [Digital inclusion: financial and marketing aspects].

-
- Zhurnal stratehichnykh ekonomichnykh doslidzhen – Journal of strategic economic research, 3(14), 93-102. DOI: 10.30857/2786-5398.2023.3.10. [in English].
3. Zaitsev, Y., Krysovaty, I., Gavkalova, N., Sobko, O. and Boichyk, V. (2024). Interaction of Digitization and Corporate Social Responsibility in the Context of Sustainable Development. *Econ. Aff., 69 (Special Issue)*: 217-227. Retrieved from <https://ndpublisher.in/admin/issues/EAv69n1w.pdf>. [in English].
 4. Buiak, L., Semenenko, Y. (2024). Tsyfrova transformatsiia mizhnarodnoho marketynhu [Digital transformation of international marketing]. *Modeling the development of the economic systems*. P.177-185. DOI: <https://doi.org/10.31891/mdes/2024-14-24>. [in Ukrainian].
 5. Ielisieieva, L.V. (2019). Vplyv informaty zatsii ta tsyfrovi zatsii ekonomiky na transformatsiiu sotsialnoho kapitalu [The impact of informatization and digitization of the economy on the transformation of social capital]. *Efektivna ekonomika–Efficient economy*, 11. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7429>. [in Ukrainian].
 6. Karcheva, H.T., Ohorodnia, D.V., Openka, V.A. (2017). Tsyfrova ekonomika ta yii vplyv narozvytok natsionalnoi ta mizhnarodnoi ekonomiky [The digital economy and its impact on the development of the national and international economy]. *Finansovyi prostir – Financial spaces*, 3(27), 13–21. [in Ukrainian].
 7. Makedon, V. V., Ilchenko, N. O. (2021). Koniunktura svitovoho rynku IT-posluh v umovakh ekonomiky 4.0 [The state of the world market of IT services in the conditions of economy 4.0]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8525>. [in Ukrainian].
 8. Pantielieieva, N. M., Kolodii, S. Iu., Rebryk, M. A. (2019). Tsyfrova ekonomika yak kliuchovy trend rozvytku post industrialnoho suspilstva: monohr. [Digital economy as a key trend in the development of post-industrial society: monograph.] K.: DVNOZ “University of Banking”. K.: DVNZ «Universytet bankivskoi spravy» – K.: DVNOZ “University of Banking”, 2019. 299 p. [in Ukrainian].
 9. Panchenko V. H., Reznikova N. V., Ptashchenko O. V., Ivashchenko O. A. (2024). Tsyfrovi transformatsii mizhnarodnoho rynku pratsi v umovakh platformizatsii zainiatosti [Digital transformations of the international labor market in conditions of employment platformization]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, 2. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/3063/3099>. [in Ukrainian].
 10. Pizhuk, O. I., Muraviov, V. Ie. (2020). Ekonomichni ta sotsialni naslidky tsyfrovizatsii natsionalnoho hospodarstva [Economic and social consequences of digitization of the national economy]. *Ekonomichniy prostir – Economic space*, 163. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/163-10>. [in Ukrainian].
 11. Filippov, V. Iu. (2020). Upravlinnia rozvytkom pidpriemnytstva za imperatyvamy staloho rozvytku v informatsiino-innovatsiinii ekonomitsi: systemno-intehrovanyi pidkhid [Filippov V. Yu. Managing the development of entrepreneurship according to the imperatives of sustainable development in the information and innovation economy: a system-integrated approach]. Schweinfurt: Time Realities Scientific Group UG (haftungsbeschränkt). 489 p. [in Ukrainian].

12. Khadzhynov, I. (2025). Mizhnarodnyi marketynh: stratehichni imperatyvy rozvytku [International marketing: strategic imperatives of development]. *Yevropeyskyi naukovyi zhurnal Ekonomichnykh ta Finansovykh innovatsii – European Scientific Journal of Economic and Financial Innovations*. *Yevropeyskyi naukovyi – Zhurnal Ekonomichnykh ta Finansovykh innovatsii*, 1(15), 37-47. Retrieved from <https://journal.eae.com.ua/index.php/journal/article/view/376>. [in Ukrainian].

Статтю отримано 20 лютого 2025 р.

ArticlereceivedFebruary20, 2025.