

УДК 339.1:330.4(519.7)

*Олексин І. І.,
irina-oleksin@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-9118-8173,
Researcher ID: F-7306-2019,
к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики Львівського торговельно-економічного університету, м. Львів*

*Демчук С. В.,
demchuk.serhii.v@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9646-5790
здобувач, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

*Качур С. М.,
solia_kachur@icloud.com, ORCID ID: 0000-0002-1196-7968
Researcher ID: GRJ-4188-2022,
к.е.н., старший викладач кафедри економіки Львівського торговельно-економічного університету, м. Львів*

СУЧАСНІ ПІДХОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ ТА ВИСОКИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Анотація. У статті розглянуто теоретичні та прикладні підходи до впровадження інновацій та високих технологій в торгівлі України. Метою статті було дослідження сучасних підходів та рішень для побудови інноваційної моделі сталого розвитку торговельних мереж, а також пошук інструментарію впровадження інновацій та високих технологій в торгівлі України у період повоєнної відбудови національної економіки. Доведено, що торгівля є найкращою сферою для впровадження інновацій та високих технологій, виявлено низку характерних особливостей даного процесу. Уточнено дефініцію “інновації у торгівлі” як фундамент діяльності, необхідний для підвищення ефективності та конкурентоспроможності в умовах кардинальних трансформацій торговельної галузі. Аргументовано існування категорії “інноваційний потенціал” та уточнено його сутність як сукупність ресурсів та дій, що застосовуються для досягнення наміченої мети інноваційної діяльності у торгівлі. Обґрунтовано передумови переходу торгівлі на інноваційний напрям розвитку з метою досягнення заданих темпів зростання, отримання необхідної норми прибутку; завоювання ринкового сегмента. На основі дослідження циклів переходу торгівлі на інноваційний напрям розвитку виявлено роль організаційного та економічного забезпечення як передумови для виконання всіх видів діяльності, спрямованих на підвищення ефективності інноваційної діяльності та конкурентоспроможності торговельного підприємства. Запропоновано схему побудови інноваційної моделі сталого розвитку торговельних мереж як процесу формування та пошуку інноваційних рішень на основі поетапного виконання послідовних завдань. Запропоновано окремі заходи з побудови моделі та вибору інструментарію впровадження інновацій та високих технологій у торгівлі України. Зроблено висновок, що торговельне підприємство у процесі своєї інноваційної діяльності змушене реалізовувати інноваційні рішення, аналізуючи відповідні інформаційні потоки. Зазначена залежність зазвичай обумовлена важливістю досягнення короткострокових і довгострокових цілей, визначених для торговельного підприємства.

Ключові слова: високі технології, інновації, інноваційна діяльність, інноваційна модель, інноваційний потенціал, інструментарій, ринок інновацій, торговельне підприємство, торгівля.

*Oleksyn I. I.,
irina-oleksin@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-9118-8173,
Researcher ID: F-7306-2019,
Ph.D., Associate Professor, Professor of the Department of Entrepreneurship, Trade and Logistics, Lviv University of Trade and Economic, Lviv*

*Demchuk S. V.,
demchuk.serhii.v@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9646-5790
Postgraduate, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

Kachur S. M.,

solia_kachur@icloud.com, ORCID ID: 0000-0002-1196-7968

Researcher ID: GRJ-4188-2022,

Ph.D., Senior Lecturer of the Department of Economics, Lviv University of Trade and Economic, Lviv

MODERN APPROACHES, MODELS AND TOOLS FOR THE INTRODUCTION OF INNOVATIONS AND HIGH TECHNOLOGIES IN THE TRADE OF UKRAINE

Abstract. *The article examines theoretical and applied approaches to the introduction of innovations and high technologies in the trade of Ukraine. The purpose of the article was the study of modern approaches and solutions for building an innovative model of sustainable development of trade networks, as well as the search for tools for the introduction of innovations and high technologies in the trade of Ukraine during the period of post-war reconstruction of the national economy. It has been proven that trade is the best area for the introduction of innovations and high technologies, and a number of characteristic features of this process have been revealed. The definition of "innovation in trade" has been clarified as the foundation of activity necessary to increase efficiency and competitiveness in the conditions of radical transformations of the trade industry. The existence of the category "innovative potential" is argued and its essence is clarified, as a set of resources and actions used to achieve the intended goal of innovative activity in trade. It is substantiated by the prerequisites for the transition of trade to an innovative direction of development in order to achieve the specified growth rates and obtain the necessary rate of profit; conquest of the market segment. On the basis of the study of the cycles of the transition of trade to the innovative direction of development, the role of organizational and economic support was revealed as a prerequisite for the performance of all types of activities aimed at increasing the efficiency of innovative activities and the competitiveness of a trade enterprise. A scheme for building an innovative model of sustainable development of trade networks is proposed as a process of formation and search for innovative solutions based on the step-by-step implementation of successive tasks. Separate measures for building a model and choosing tools for the introduction of innovations and high technologies in the trade of Ukraine are proposed. It was concluded that the trading company in the process of its innovative activity is forced to implement innovative solutions by analyzing the relevant information flows. This dependence is usually due to the importance of achieving short-term and long-term goals defined for the trading company.*

Key words: high technologies, innovation, innovative activity, innovative model, innovative potential, tools, innovations market, trade enterprise, trade.

JEL Classification: O31, F17, M20

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2022-69-16>

Постановка проблеми. Одним із системотворчих елементів української економіки є торгівля. Вона являє собою економічну систему, що перерозподіляє ресурси, продукти, технології та послуги між сферою виробництва та сферою споживання. Для ефективного вирішення завдання перерозподілу необхідні розробка та впровадження інноваційної моделі розвитку всіх галузей національного господарства, яка базується на методології раціонального ресурсного обміну та орієнтована на прискорення економічного зростання. Для торгівлі найбільш актуальним є формування інноваційної моделі повоєнного розвитку торгових мереж, які мають широкий спектр інноваційних можливостей та найбільший інноваційний потенціал.

Реалії сьогодення свідчать, що повноцінне функціонування торгівлі в умовах військового стану в Україні неможливе без активного впровадження інновацій та високих технологій на всіх стадіях економічного циклу [1]. Роль інновацій та високих технологій для підтримки та відновлення комерційного підприємництва (в умовах військових дій) проявляється в: диверсифікації форм обміну

товарами та послугами; підвищенні рівня інтеграції торговельних підприємств на національних і міжнародних ринках; спрощенні документообігу; збільшенні присутності у віртуальному просторі; використанні сучасних інтерактивних, мережових каналів позиціонування на ринку, а також інструментів digital-маркетингу.

Перехід торгівлі на інноваційний шлях розвитку пов'язаний із прийняттям рішень і реалізацією адаптивно-організованих дій, спрямованих на інтенсифікацію економічних процесів шляхом створення і раціонального використання нематеріальних активів, ліцензій, патентів та інших об'єктів інтелектуальної власності [2]. Це дозволяє торговельним підприємствам здійснювати економічну діяльність на більш ефективному та конкурентоспроможному рівні порівняно з іншими підприємницькими структурами. Значною мірою конкурентні позиції торговельних підприємств зумовлюються їх спрямованістю на застосування ефективних інновацій та високих технологій, що відповідає внутрішній логічній спрямованості галузі до змін як відповіді на розвиток уподобань споживачів та

одночасно як продовження організаційного та технічного удосконалення торгово-технологічних процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблеми розвитку інноваційної діяльності в національній економіці країни є предметом дослідження багатьох українських та зарубіжних учених. Серед них слід виділити таких, як Ю. М. Бажал, А. В. Ворона [3], Ю. Г. Горященко [4], О. І. Гуторов [5], В. А. Гросул, Л. В. Дейнеко, В. В. Костецький [6], І. М. Манаєнко [7], І. В. Одолюк, К. О. Січкаренко, Н. І. Чухрай та ін. У роботах цих авторів зроблено істотний теоретичний внесок у дослідженні проблем інноваційної політики та розвитку високих технологій, зокрема сутності та значення даної категорії, концептуального та типологічного аналізу інноваційної діяльності. Українські науковці також плідно працюють над проблемами інтеграції України в єдиний науковий та інноваційний простір із країнами ЄС. Основні аспекти створення, освоєння і поширення інновацій у сфері обігу товарів та послуг дослідили у своїх працях такі провідні вчені, як: Т. Г. Васильців, А. А. Мазаракі, І. П. Міщук, Р. Л. Лупак, Н. М. Носач, Л. І. Федулова, Л. В. Фролова та ін. Проте, незважаючи на вагомий кількість наукових праць та значущість здійснених досліджень, у предметній області залишається низка питань, які є об'єктом науково-прикладних дискусій та досі не знайшли свого практичного вирішення в повоєнному періоді, що свідчить про необхідність подальшого дослідження даної тематики.

Постановка завдання. Основною метою статті є з'ясування сучасних підходів та рішень для побудови інноваційної моделі сталого розвитку торговельних мереж, а також пошук інструментарію впровадження інновацій та високих технологій в торгівлі України у період повоєнної відбудови національної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Процес створення, освоєння і поширення інновацій визначається як інноваційна діяльність, яка полягає у розробці і реалізації результатів науково-технічних досліджень у вигляді нового продукту (послуги), нового технологічного, організаційного чи управлінського процесу [1]. Даний процес являє собою послідовність дій із ініціації інновації, з розроблення нових продуктів і операцій задля їх реалізації на ринку і подальшого поширення результатів. Ключовими компонентами сутності інновацій є: креативність, стратегія, реалізація, прибутковість [2].

Торгівля є найкращою сферою для впровадження інновацій. Інновації та високі технології в торгівлі мають низку характерних особливостей: - вони більшою мірою пов'язані з появою нової послуги або зміною властивостей вже існуючої послуги; - особливе значення для реалізації інноваційного розвитку торговельного підприємства

набувають маркетингові інновації; - на підприємствах торгівлі основна частина нововведень пов'язана з впровадженням інноваційних елементів торговельно-технологічного процесу, устаткування або маркетингу; - в сфері торговельної галузі створюються і впроваджуються інновації, створені як у самій галузі, так і в інших галузях; - значна частина інновацій у торгівлі є результатом запозичень зарубіжного досвіду, технологій і торговельно-технологічного обладнання [7].

Інноваційна діяльність активується в періоди військового стану та економічних спадів, адже саме в цих умовах посилюється обмеженість суб'єктів торговельної діяльності щодо ресурсів і часу, колишні механізми функціонування частіше дають збій і необхідність утримання конкурентного статусу вимагає впровадження принципово нових продуктів, послуг, методів і високих технологій; при цьому в зарубіжному розумінні інновації для найбільших торговельних компаній є не стільки засобом виживання, скільки філософією корпоративної етики, невід'ємною частиною життєдіяльності організацій [8].

На наш погляд, інновації у торгівлі слід розглядати як фундамент діяльності, необхідний для підвищення ефективності та конкурентоспроможності в умовах кардинальних трансформацій торговельної галузі. До основних тенденцій розвитку вітчизняної торгівлі у поствоєнний період слід віднести: 1) зміну бізнес-моделей, стандартів та технологій обслуговування; 2) поєднання онлайн- і офлайн-торгівлі, тобто цифрових і традиційних форматів; 3) омніканальність; 4) клієнтоорієнтованість та формування унікального досвіду покупців, що зумовлюється високими технологіями цифрової економіки, активним впровадженням мережевими структурами інноваційних розробок [9].

Вибір характеру інноваційної поведінки належить більше до тактичної сторони управління інноваціями в торгівлі, оскільки ключовим тут є створення достатнього високого рівня товарного потенціалу, а також підтримання необхідного рівня платоспроможності попиту на торговельний асортимент. Інноваційний потенціал повоєнної торгівлі покликаний забезпечити можливість побудови комплексу високоефективних ресурсних потоків. Зазначена теза підтверджується змістом розглянутого поняття "інноваційний потенціал", який у класичному варіанті передбачає певну сукупність ресурсів та дій, що застосовуються для досягнення наміченої мети інноваційної діяльності. Розширимо межі зазначеного визначення шляхом акцентування уваги на змістовних моментах даної дефініції. Для цього позначимо інноваційний потенціал як сукупність ресурсів інноваційної діяльності у торгівлі, які потребують регламентації для ряду аспектів, наведених у рис. 1.



Рис. 1. Змістове наповнення інноваційного потенціалу торговельного підприємства

Джерело: побудовано на основі [9]

Таблиця 1

Обґрунтування вибору напрямку переходу торгівлі на інноваційний напрям розвитку [10]

Цілі	Спеціалізація торговельних підприємств, % пріоритетності цілей	Диверсифікація діяльності торговельних підприємств, % пріоритетності цілей
Динаміка зростання	79	62
Рівень прибутку	35	54
Питома вага на цільовому ринку	87	55

Таким чином, вибір виду інноваційної поведінки торговельного підприємства відноситься до тактичної сторони діяльності, оскільки змістовний розгляд зазначених термінів дає змогу встановити процесуальну спільність, а також єдині об'єкти для вивчення. Сюди доцільно включити такі об'єкти, як: взаємодія торговельного підприємства з контрагентами, оцінка їхнього поточного становища, визначення орієнтирів управління інноваційною діяльністю торгівлі тощо.

Процес переходу торгівлі на інноваційний шлях розвитку виокремлює напрями функціонального розвитку торговельних підприємств (табл. 1).

Пріоритетними передумовами переходу торгівлі на інноваційний напрям розвитку слід розглядати можливості: 1) досягнення заданих темпів зростання; 2) отримання необхідної норми прибутку; 3) завоювання ринкового сегмента. Якщо розглядати сучасні підприємства торгівлі, то максимальне поширення набуває передумова, пов'язана з досягненням кількісного рівня стосовно продажу товарів. Це відображає ступінь збігу інноваційних заходів підприємства торгівлі з потребами та уподобаннями ринку [3]. Також даний показник

може відображати проблеми ресурсного обмеження сталого розвитку торгівлі. В результаті цього торговельне підприємство стає більш обережним у питаннях стратегічного зростання, адже ризик розробки та впровадження інновацій пов'язаний із втратами внаслідок нестабільної економіки та військового стану.

Таким чином, в якості обґрунтування вибору напрямів переходу торгівлі на інноваційний шлях розвитку можуть слугувати дії торговця в чітко визначеній константі перспективного розвитку, що відображає рівень інноваційного потенціалу торговельного підприємства та його цільовий ринок. Відношення зростання й обсягів продажів визначає рівень конкурентоспроможного потенціалу торговельного підприємства та свідчить про гнучкість і адаптивність його керуючої системи.

Іншим способом обґрунтування вибору напрямів переходу торгівлі на інноваційний напрям розвитку може бути політика торговельного підприємства щодо формалізації циклів модулювання сталого розвитку (рис. 2).

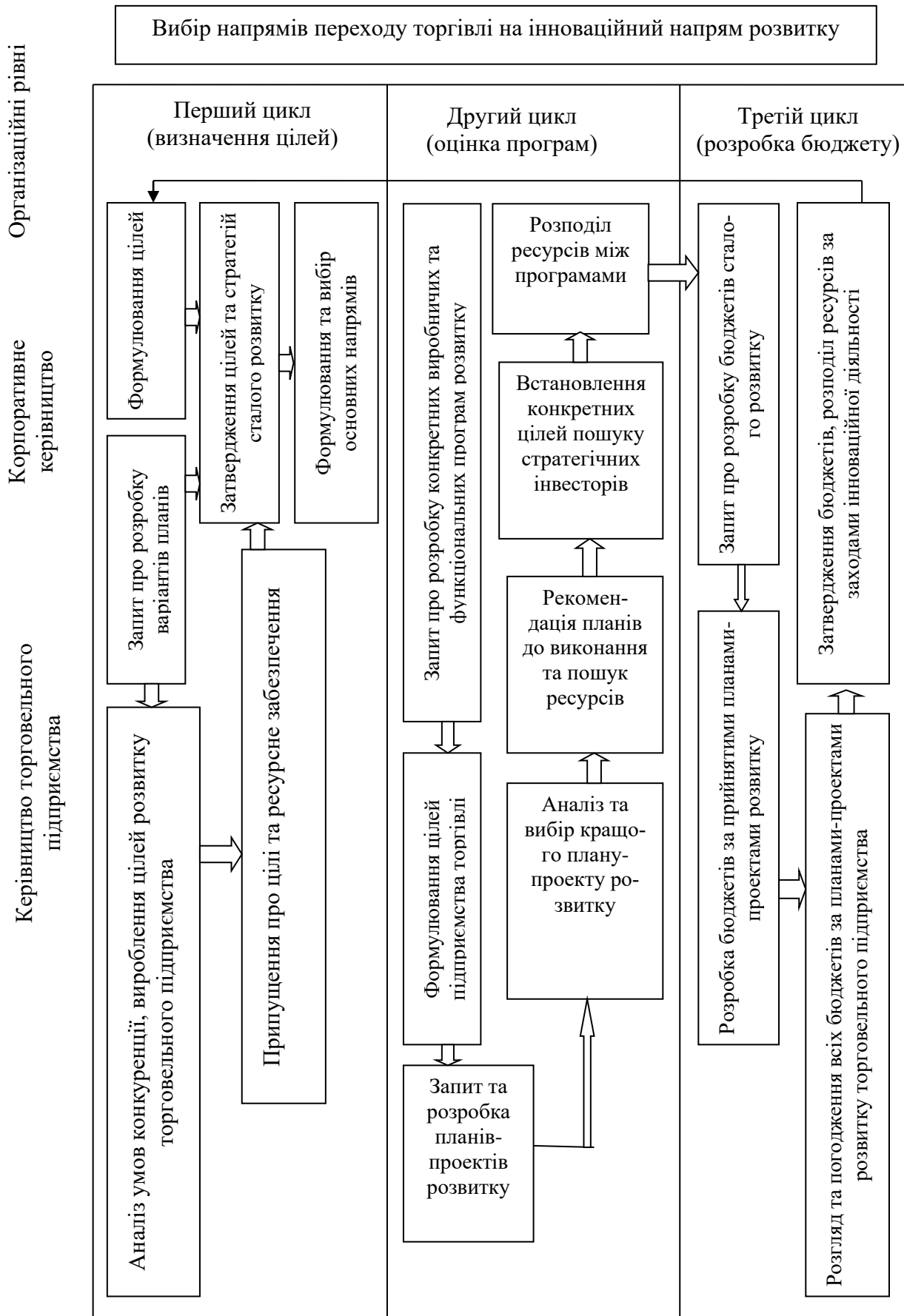


Рис. 2. Цикли переходу торгівлі на інноваційний напрям розвитку

Джерело: побудовано на основі [1]

При вирішенні зазначених проблем організаційне та економічне забезпечення вибору напрямів переходу торгівлі на інноваційний шлях розвитку відіграє подвійну роль:

1. Виступає важливою ланкою між зовнішнім середовищем і торговельним підприємством, що забезпечує відповідність підприємницької діяльності та його результатів умовам ефективного функціонування.

2. Забезпечує інтеграцію, скоординоване виконання всіх видів діяльності, спрямованих на формування, досягнення цілей підвищення ефективності інноваційної діяльності та конкурентоспроможності підприємства торгівлі.

На наш погляд, вибір напрямів переходу торговельного підприємства на інноваційний шлях розвитку формує методологічну базу для розподілу інноваційного потенціалу за цілями та стратегіями диверсифікації торгово-технологічних процесів. Таким чином, ще однією важливою передумовою переходу торгівлі на інноваційний напрям розвитку виступає об'єднання інноваційних рішень із деталізацією, "перетворенням" [11] цілей, а також стратегій сталого розвитку в систему планів-бюджетів.

Важливе значення при виборі напрямів переходу торгівлі на інноваційний шлях розвитку займає облік сучасних умов організації інноваційної діяльності за допомогою створення інформаційної бази даних та досягнення ефективної торговельної діяльності, що дозволяє усунути ефект відсталості управлінських структур та підвищити якість прийнятих інноваційних рішень.

У результаті внутрішньої реструктуризації торговельного підприємства, яка необхідна для відповідності процесам руху ресурсних потоків між учасниками інноваційної діяльності, не призводить до виникнення серйозних проблем. Крім того, формується концепція програмно-орієнтованого бюджету інноваційної діяльності, що дозволяє розподілити сукупність ресурсів за перспективними напрямками розробки та впровадження інновацій, а також визначити інструментарій для здійснення довгострокового та сталого розвитку.

Для побудови інноваційної моделі сталого розвитку торгових мереж (надалі – ТМ) потрібна концепція, яка базується на засадах і методах теорії галузевих економічних систем, комунікативного менеджменту та повоєнного економічного зростання і дозволяє використовувати раціональний ресурсообмін для побудови ефективної системи забезпечення інноваційного розвитку [12]. Схему побудови інноваційної моделі стійкого розвитку ТМ представлено на рис. 3.

Побудова інноваційної моделі в межах розробленої концепції пов'язана з формуванням та пошуком інноваційних рішень. Найбільш зручною для формування та пошуку інноваційних рішень у торгівлі виступає модель діяльності, що розглядає

процеси сталого розвитку як ділову активність. За допомогою адаптивно-організованих та рекреативних дій ділова активність сприяє адаптації керуючої системи торговельного підприємства до зовнішнього середовища [14]. Використання цих дій забезпечує соціальну орієнтованість, інноваційний розвиток та раціональний ресурсообмін між учасниками ТМ.

У найпростішому вигляді досліджувана модель являє собою процес формування та пошуку інноваційних рішень у торгівлі та включає взаємопов'язані етапи:

1) використовуючи наявний досвід та дані про торговельну діяльність, виявлення проблем стосовно управління інноваційною діяльністю в ТМ, а також формулювання завдань по їх усуненню;

2) прийняття різних інноваційних рішень та їх реалізація;

3) оцінка результатів здійснення інноваційних рішень за критерієм встановлення способів їх модифікації, додавання зазначених результатів до поточного досвіду, що використовується для подальшого прийняття ефективних рішень у галузі управління інноваційною діяльністю [15].

Іншими словами, процес формування та пошуку інноваційних рішень у торгівлі повинен включати виконання певних дій, а також навчання існуючої керуючої системи ТМ за допомогою застосування досвіду, способам ефективної інноваційної діяльності в майбутньому.

Подібним чином на рівні ТМ управління слід розглядати як адаптивний механізм, за допомогою якого торговельні підприємства постійно перебудовуються для відшукування ефективних зв'язків із учасниками зовнішнього середовища [16]. Це в результаті призводить до певних логічних гіпотез щодо формування та прийняття інноваційних рішень як важливої практичної та наукової складових побудови інноваційної моделі сталого розвитку ТМ.

Процес формування, пошуку та прийняття інноваційних рішень у ТМ слід розглядати з позицій того, що він складається з однакових етапів, незалежно від того, виступають вони інтуїтивними чи чітко сформульованими. Бачиться за доцільне в окремих ситуаціях прийняття інноваційних рішень робити більш ефективним за рахунок наближення даних рішень до чітко обґрунтованих та свідомих процесів формування ключових функцій, принципів та законів управління інноваційною діяльністю в ТМ.

Метою прийняття інноваційних рішень має бути знаходження шляхів оптимізації та вдосконалення процесів, пов'язаних із адаптацією керуючої системи торговельного підприємства до зовнішніх та внутрішніх змін у характері інноваційного процесу.

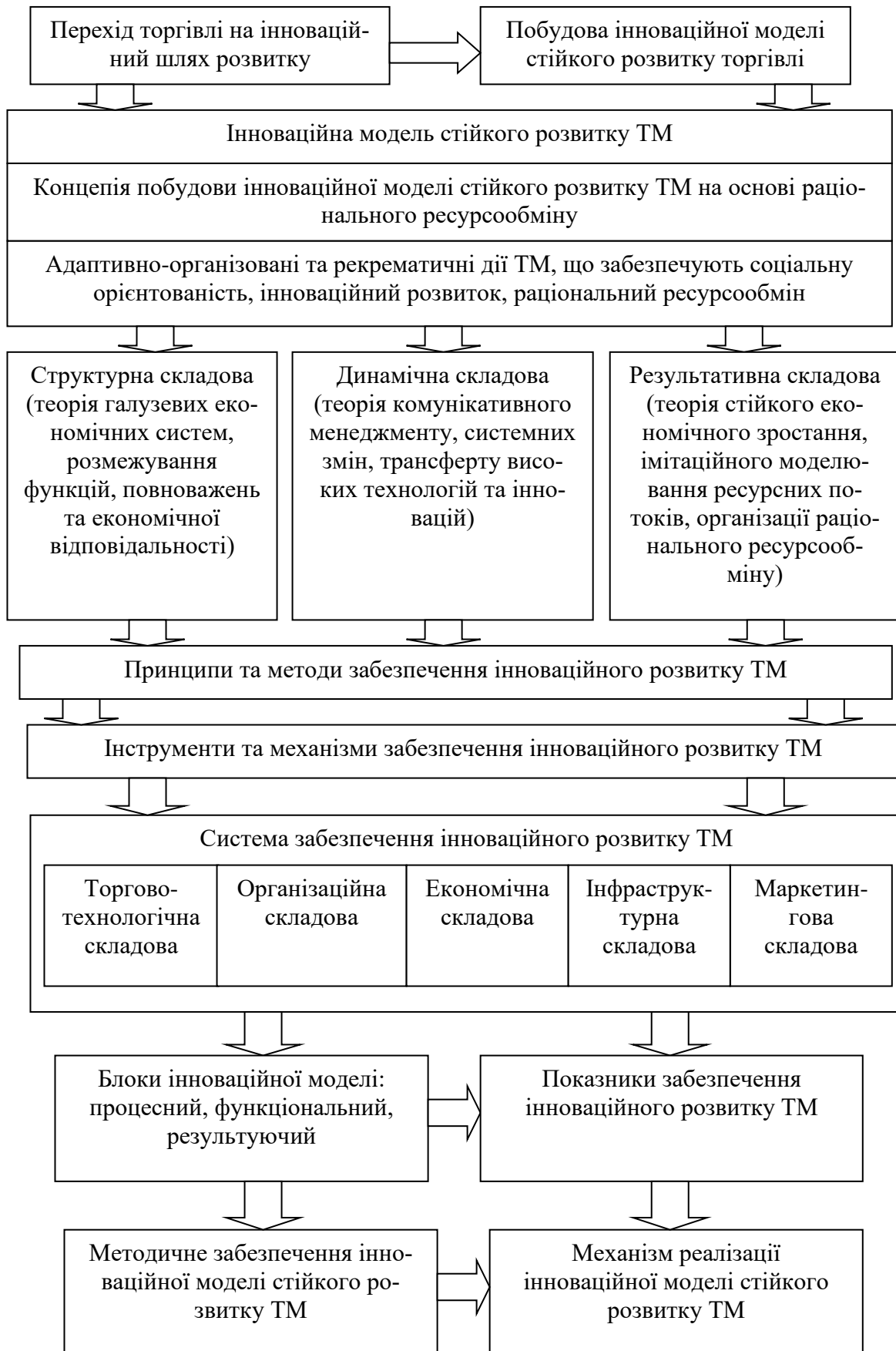


Рис. 3. Схема побудови інноваційної моделі стійкого розвитку торговельних мереж

Джерело: побудовано на основі [13]

Формування, пошук та прийняття інноваційних рішень у торгівлі доцільно розглядати як факти, пов'язані зі співпадінням інтересів ТМ та її партнерів у процесі реалізації ними цілей перспективної інноваційної діяльності. При цьому припустимо, що цілі стосуються виключно їх підприємницьких мотивів, відповідають місії ТМ, партнерів, кон'юнктурі ринку. Виходячи з цього, інноваційне рішення слід трактувати як комплекс взаємозалежних дій, скерованих на задоволення потреб у певних ресурсах.

Відповідно, формування, пошук та прийняття інноваційного рішення можливі лише тоді, коли розроблено механізм, який порівнює обмінювані ресурси, або їх ціни. Він повинен влаштовувати та відповідати можливостям більшості учасників інноваційних заходів. Нарешті, процеси планування послідовності під час реалізації потреб пов'язані з встановленням комунікативних зв'язків у межах поточної організаційної структури учасників інноваційних заходів. Отже, ТМ у межах продажу товарів та послуг опосередковано включено у реалізацію інноваційних рішень, пов'язаних із узгодженням послідовності дій щодо пошуку, розподілу та перерозподілу ресурсів між більшістю учасників інноваційної діяльності.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Проведені дослідження дають підставу для твердження, що під інноваційною моделлю сталого розвитку галузевої економічної системи слід розуміти сукупність взаємопов'язаних елементів та механізм їх взаємодії, що забезпечують виявлення та активне використання інноваційної складової у всіх видах торговельної діяльності, а також сприяють збереженню та підвищенню економічного потенціалу учасників даної системи та їх інфраструктурного забезпечення.

На погляд авторів, облік сучасних умов організації інноваційної діяльності – механізм, що забезпечує створення ринкової моделі торгівлі. Внаслідок цього формуються передумови, пов'язані з оперативним обліком потреб покупців, включаючи механізм, який забезпечує підвищення гнучкості при реалізації цілей, пов'язаних із розробкою та впровадженням інновацій та високих технологій у торгівлі України.

На думку дослідників, торговельне підприємство у процесі своєї інноваційної діяльності змушене реалізовувати інноваційні рішення, аналізуючи відповідні інформаційні потоки. Зазначена залежність зазвичай обумовлена важливістю досягнення короткострокових і довгострокових цілей, визначених для торговельного підприємства. Дослідники відзначають, що вихід на цільові ринки з новими товарами передбачає вивчення інформації, яка стосується майбутніх дій конкурентів, має як негативний, так і позитивний характер стосовно можливостей розробки та впровадження інновацій та високих технологій.

У зв'язку з цим подальших досліджень потребують питання оцінювання результативності керівництва інноваційною діяльністю, а також впливу

зовнішніх і внутрішніх чинників на ефективність впровадження інновацій та високих технологій у торгівлі України. Подальші дослідження повинні бути скеровані на обґрунтування і реалізацію низки стратегічних завдань, пов'язаних із формуванням інструментарію впровадження сучасних технологій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-p>.
2. Про інноваційну діяльність: Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>.
3. Ворона А. В. Інноваційна активність підприємств як перспектива розвитку національної економіки України. *Ефективна економіка*. 2020. № 3. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2020/157.pdf.
4. Горященко Ю. Г., Байов Б. С. Ринок інновацій в Україні та характеристика інноваційних стратегій промислових підприємств. *Economics bulletin*. 2017. № 1. С. 132-139.
5. Гуртов О. І., Ярута М. Ю., Сисоєва С. І. Економіка та організація інноваційної діяльності : навч. посіб. Харків : Харківський національний аграрний університет ім. В. В. Докучаєва, 2019. 227 с.
6. Костецький В. В., Примаченко І. О. Сучасні аспекти пошуку стимулів до інноваційної діяльності суб'єктів господарювання. *Світ фінансів*. 2020. № 2. С. 134-144.
7. Манаєнко І. М., Кравець А. І. Фінансування інноваційної діяльності підприємств: українські реалії та досвід ЄС. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. № 5. С. 109-115.
8. Bezus A. M., Shafranov K. V. Development of innovative activity of Ukrainian enterprises. *Research: tendencies and prospects*: Collection of scientific articles. – Editorial Arane, S.A. de C.V., Mexico City, Mexico, 2018. P. 18-22.
9. Україна 2030E – країна з розвинутою цифровою економікою. URL: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:HkKn9YvdHOIJ>.
10. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
11. Soltan L. Digital Divide: The Technology Gap between the Rich and Poor. *Digital responsibility*. 2020. URL: <http://www.digitalresponsibility.org/digital-divide-the-technology-gap-between-rich-and-poor>.
12. Oracle Blockchain Platform Cloud Service. URL: <https://www.oracle.com/ru/blockchain/cloud-platform/>.
13. Interactive Media in Retail Group (IMRG). URL: https://www.hsssearch.co.uk/page_646895.asp.
14. Kuznetsova M. V. Innovation management as part of economic security. *Journals National Interests: Priorities and Security*. 2019. Vol. 15 (1). P. 53-63.
15. Sazonova A. S., Filippova L. B., Filippov R. A. Assessment of innovative potential of the region. *Vest-*

nik VGUIT [Proceedings of VSUET]. 2017. Vol. 79. № 2. P. 273-279.

16. Oltra V., Kemp R., Frans. De Vries F. Patents as a Measure for Eco-Innovation. Working Papers of gretha. URL: <http://ideas.repec.org/p/grt/wpegrt/2009-05.html>.

REFERENCES

1. Pro skhvalennia Stratehii rozvytku sfery innovatsijnoi diial'nosti na period do 2030 roku, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-r>.

2. Pro innovatsijnu diial'nist': Zakon Ukrainy, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>.

3. Vorona, A. V. (2020), Innovatsijna aktyvnist' pidpriemstv iak perspektyva rozvytku natsional'noi ekonomiky Ukrainy, *Efektivna ekonomika*, № 3, available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2020/157.pdf.

4. Horiaschenko, Yu. H. and Bajov, B. S. (2017), Rynok innovatsij v Ukraini ta kharakterystyka innovatsijnykh stratehij promyslovykh pidpriemstv, *Economics bulletin*, № 1, s. 132-139.

5. Hutorov, O. I. Yaruta, M. Yu. and Sysoieva, S. I. (2019), Ekonomika ta orhanizatsiia innovatsijnoi diial'nosti : navch. posib, Kharkivs'kyj natsional'nyj ahrarnyj universytet im. V. V. Dokuchaieva, Kharkiv, 227 s.

6. Kostets'kyj, V. V. and Prymachenko, I. O. (2020), Suchasni aspekty poshuku stymuliv do innovatsijnoi diial'nosti sub'ektiv hospodariuvannia, *Svit finansiv*, № 2, c. 134-144.

7. Manaienko, I. M. and Kravets', A. I. (2018), Finansuvannia innovatsijnoi diial'nosti pidpriemstv: ukrains'ki realii ta dosvid YeS, *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy*, № 5, s. 109-115.

8. Bezus, A. M. and Shafranova, K. V. (2018), Development of innovative activity of Ukrainian enterprises, *Research: tendencies and prospects: Collection of scientific articles*. – Editorial Arane, S.A. de C.V., Mexico City, Mexico, r. 18-22.

9. Ukraina 2030E – kraina z rozvynutoiu tsyfrovou ekonomikou, available at: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:HkKn9YvdHOIJ>.

10. Ofitsijnyj sajt Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

11. Soltan L. Digital Divide: The Technology Gap between the Rich and Poor. *Digital responsibility*, 2020, available at: <http://www.digitalresponsibility.org/digital-divide-the-technology-gap-between-rich-and-poor>.

12. Oracle Blockchain Platform Cloud Service, available at: <https://www.oracle.com/ru/blockchain/cloud-platform/>.

13. Interactive Media in Retail Group (IMRG), available at: https://www.hsssearch.co.uk/page_646895.asp.

14. Kuznetsova, M. V. (2019), Innovation management as part of economic security, *Journals National Interests: Priorities and Security*, vol. 15 (1), p. 53-63.

15. Sazonova, A. S. Filippova, L. B. and Filipov, R. A. (2017), Assessment of innovative potential of the region, *Vestnik VGUIT* [Proceedings of VSUET], vol. 79, № 2, p. 273-279.

16. Oltra V., Kemp R., Frans. De Vries F. Patents as a Measure for Eco-Innovation, Working Papers of gretha, available at: <http://ideas.repec.org/p/grt/wpegrt/2009-05.html>.

Стаття надійшла до редакції 11 жовтня 2022 року