

УДК 334.720

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-4263/2024-3-14>**Македон В. В.***доктор економічних наук, професор кафедри міжнародної економіки і світових фінансів**Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара***Makedon Viacheslav***Doctor of Economics Sciences, Professor of International Economics and World Finance Department Oles Honchar Dnipro National University*

МАРКЕТИНГОВІ ІНІЦІАТИВИ ДЛЯ ПІДТРИМКИ ПРОФЕСІЙНОГО ТА ОСОБИСТІСНОГО РОЗВИТКУ ЛЮДЕЙ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ

MARKETING INITIATIVES TO SUPPORT THE PROFESSIONAL AND PERSONAL DEVELOPMENT OF PEOPLE WITH DISABILITIES

АНОТАЦІЯ

У статті розглядається важлива роль маркетингових програм навчання та підвищення кваліфікації у підтримці професійного та особистісного розвитку людей з особливими потребами. Було визначено, що провідною формою підтримки є програми стажування та працевлаштування, які дозволяють людям з особливими потребами отримати практичний досвід роботи. Було встановлено, що маркетингові кампанії відіграють важливу роль у зміні суспільних стереотипів щодо людей з особливими потребами, підвищуючи рівень обізнаності та розуміння їхніх проблем. Державні та громадські організації відіграють ключову роль у підтримці людей з особливими потребами, надаючи фінансову підтримку, організовуючи спеціалізовані навчальні центри та забезпечуючи правову допомогу. Використання медіа для поширення інформації про потреби людей з особливими потребами допомагає змінити ставлення до них.

Ключові слова: люди з обмеженими можливостями, маркетингові програми, маркетингова кампанія, маркетингові ініціативи, інклюзивні програми, професійний розвиток.

ANNOTATION

The article examines the important role of marketing training and professional development programs in supporting the professional and personal development of people with special needs. Inclusive programs allow these people to acquire the necessary knowledge and skills, which contributes to their employment and professional growth. In addition, such programs help to change public attitudes towards people with special needs, eliminating stereotypes and prejudices. Internship and employment programs that allow people with special needs to gain practical work experience were identified as the leading form of support. Such programs often include mentoring, where experienced professionals help newcomers adapt to the work environment and develop the necessary skills. State and public organizations play a key role in supporting people with special needs by providing financial support, organizing specialized training centers and providing legal assistance. Marketing campaigns have been found to play an important role in changing public stereotypes about people with special needs, raising awareness and understanding of their problems. Using the media to spread information about the needs of people with special needs helps to change attitudes towards them. Innovative technologies open up new opportunities for learning, communication, professional development and social integration. Devices for alternative and augmentative communication, electronic Braille readers, digital hearing aids and implants, electronic prostheses and exoskeletons are examples of technologies that significantly improve the quality of life of people with special needs. For the effective implementation and dissemination of these technologies, close cooperation between business, non-governmental organizations and government structures is necessary. Business plays a key role

in the development and commercialization of new technologies by investing in innovation, research and development. Thus, marketing programs and projects aimed at supporting the professional and personal development of people with special needs are of great importance for the creation of an inclusive and just society.

Keywords: people with disabilities, marketing programs, marketing campaign, marketing initiatives, inclusive programs, professional development.

Постановка проблеми. В сучасному світі питання інклюзії та підтримки людей з особливими потребами стає все більш важливим, як відомо, за даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, близько 15 % світового населення має ті чи інші форми інвалідності, що підкреслює масштабність цієї проблеми. Незважаючи на те, що багато країн впроваджують політики та програми для підтримки таких людей, реальність показує, що їх професійний та особистісний розвиток все ще стикається з численними перешкодами. Маркетингові ініціативи можуть відіграти ключову роль у зміні цієї ситуації, і вони можуть сприяти створенню інклюзивного середовища, де кожна людина, незалежно від своїх фізичних чи розумових особливостей, матиме рівні можливості для розвитку, що включає в себе не лише професійне навчання та працевлаштування, але й особистісний розвиток, соціальну інтеграцію та подолання стереотипів у суспільстві.

Інноваційні технології та креативні маркетингові стратегії можуть значно підвищити якість життя людей з особливими потребами, допомагаючи їм реалізувати свій потенціал та бути активними учасниками суспільства. Водночас, такі ініціативи можуть сприяти формуванню більш толерантного та відкритого суспільства. Отже, дослідження маркетингових ініціатив, спрямованих на підтримку професійного та особистісного розвитку людей з особливими потребами, є надзвичайно актуальним. Воно дозволяє не лише виявити успішні практики та стратегії, але й розробити нові підходи, які сприятимуть подальшій інклюзії та покращенню життя мільйонів людей по всьому світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття інклюзивного маркетингу, яке розглядає Буковинська М. [3], визначається як комплекс стратегій та практик, що враховують різноманітність споживачів, включаючи людей з особливими потребами. Інклюзивний маркетинг спрямований на забезпечення доступу до продуктів, послуг та інформації для всіх груп населення, незалежно від їхніх фізичних чи ментальних особливостей. Згідно з дослідженнями Поснова Т.В., Терещенко Г.М. [9], професійний розвиток людей з особливими потребами є критично важливим для їхньої інтеграції в суспільство. Програми навчання та підвищення кваліфікації, які адаптовані до специфічних потреб цієї групи, є ключовими для забезпечення їхньої конкурентоспроможності на ринку праці. Важливим аспектом є доступ до якісної освіти та можливостей для безперервного навчання.

Одним з важливих аспектів підтримки людей з особливими потребами є зміна суспільних стереотипів та упереджень. Дослідження, проведені Бочко О. [1], підкреслюють важливість інформаційних кампаній та соціальної реклами у формуванні позитивного ставлення до людей з особливими потребами. Такі кампанії допомагають підвищити обізнаність суспільства та зменшити дискримінацію. Технологічні інновації відіграють ключову роль у підтримці професійного та особистісного розвитку людей з особливими потребами. Згідно з дослідженнями Македон В.В., Чабаненко А.В. [8], пристрої для альтернативної та доповнювальної комунікації, електронні читалки шрифту Брайля, цифрові слухові апарати та інші інноваційні рішення значно покращують якість життя таких людей. Важливим є також використання мобільних додатків та онлайн-платформ для навчання та розвитку професійних навичок (Ханін С. [12]).

Успіх маркетингових ініціатив значною мірою залежить від ефективної співпраці між державними органами, бізнесом та неурядовими організаціями (НУО). Дослідження, проведені Фісун Ю., Борисенко О., Ярмолюк О. [11], свідчать про те, що така співпраця дозволяє більш ефективно реалізовувати програми підтримки та забезпечувати стійкість ініціатив. Держава може забезпечувати нормативно-правову базу та фінансування, бізнес – інноваційні рішення та ресурси, а НУО – безпосередню роботу з людьми з особливими потребами та їхню підтримку. Аналіз літератури показує, що маркетингові ініціативи для підтримки професійного та особистісного розвитку людей з особливими потребами є багатограничними та вимагають комплексного підходу.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження можливості використання маркетингових ініціатив, спрямованих на підтримку професійного та особистісного розвитку людей з особливими потребами. Дослідження має на меті визначити ефективні практики, що сприяють інклюзії та рівним можливостям для цієї

групи населення, а також розробити рекомендації для подальшого вдосконалення маркетингових програм.

Завдання дослідження:

- оцінити поточні маркетингові програми та проекти, спрямовані на підтримку людей з особливими потребами;

- обґрунтувати положення, щодо того, як сучасні технології можуть бути використані для покращення маркетингових програм для людей з особливими потребами;

- запропонувати нові практики і підходи, які можуть сприяти більш ефективній підтримці професійного та особистісного розвитку людей з особливими потребами.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному суспільстві питання інклюзії набирає все більшої ваги, а професійний розвиток людей з особливими потребами стає центральним аспектом цієї проблеми. Незважаючи на значні досягнення у сфері прав людини та соціальної справедливості, люди з особливими потребами все ще стикаються з численними бар'єрами на шляху до професійного успіху їхнє включення у робочу силу не лише сприяє їхньому особистісному розвитку, але й приносить користь суспільству загалом. Професійний розвиток людей з особливими потребами передбачає створення умов для їхнього навчання, підвищення кваліфікації та працевлаштування. Це включає в себе доступ до освіти, адаптацію робочих місць, розвиток навичок та підтримку в кар'єрному зростанні. Основною метою є забезпечення рівних можливостей для всіх, незалежно від фізичних чи ментальних обмежень. Інклюзивні програми навчання та підвищення кваліфікації відіграють важливу роль у цьому процесі, вони дозволяють людям з особливими потребами отримати необхідні знання та навички, що сприяють їхньому працевлаштуванню та професійному зростанню. Крім того, такі програми сприяють зміні суспільного ставлення до людей з особливими потребами, допомагаючи усунути стереотипи та упередження [4].

Програми навчання та підвищення кваліфікації для людей з особливими потребами є ключовими інструментами для забезпечення їхньої інтеграції в суспільство та професійного зростання, такі програми можуть бути різноманітними за своєю формою та змістом, але всі вони мають спільну мету – надати людям з особливими потребами можливість розвиватися та реалізовувати свій потенціал.

Одним з прикладів таких програм є спеціалізовані курси та тренінги, спрямовані на розвиток професійних навичок. Ці курси можуть включати навчання комп'ютерній грамотності, управлінню проектами, розробці програмного забезпечення, а також навчання ремеслам та професіям, які не потребують фізичних зусиль. Важливою складовою є адаптація навчальних матеріалів та методик, що враховують специфічні потреби учасників.

Іншою важливою формою підтримки є програми стажування та працевлаштування, які дозволяють людям з особливими потребами отримати практичний досвід роботи, що є незамінним для їхньої кар'єри. Стажування часто поєднується з наставництвом, де досвідчені фахівці допомагають новачкам адаптуватися до робочого середовища та розвивати необхідні навички.

Також варто відзначити роль державних та громадських організацій у підтримці людей з особливими потребами, бо вони можуть надавати фінансову підтримку, організувати спеціалізовані навчальні центри та забезпечувати правову допомогу. Співпраця між державою, бізнесом та громадськими організаціями є важливим фактором успіху таких програм.

Розвиток навичок соціальної інтеграції є фундаментальним для успішної адаптації людей з особливими потребами у суспільстві що включає розвиток комунікативних навичок, здатності до співпраці, навичок самостійного прийняття рішень та вирішення конфліктів. Такі навички дозволяють людям з особливими потребами активно брати участь у суспільному житті, будувати соціальні зв'язки та ефективно взаємодіяти з іншими. Одним з важливих аспектів розвитку соціальних навичок є створення інклюзивного освітнього середовища. Інклюзивна освіта дозволяє дітям з особливими потребами навчатися разом з однолітками, що сприяє їхній соціалізації та розвитку комунікативних навичок. Важливу роль у цьому відіграють вчителі та вихователі, які повинні бути готові до роботи з дітьми з різними потребами та забезпечувати підтримку в процесі навчання. Крім того, важливою складовою є організація соціальних заходів та програм, спрямованих на розвиток соціальних навичок. Це можуть бути спортивні заходи, культурні події, клуби за інтересами та інші форми активності, які сприяють соціалізації та інтеграції людей з особливими потребами у суспільство [6].

Маркетингові кампанії відіграють важливу роль у зміні суспільних стереотипів щодо людей з особливими потребами. Вони можуть впливати на суспільну свідомість, підвищуючи рівень обізнаності та розуміння проблем, з якими стикаються такі люди. Крім того, маркетингові кампанії можуть сприяти формуванню позитивного образу людей з особливими потребами, підкреслюючи їхні досягнення та внесок у суспільство.

Успішні маркетингові кампанії використовують різні стратегії для досягнення своїх цілей. Однією з них є підкреслення індивідуальних історій успіху, які демонструють, що люди з особливими потребами можуть досягати великих результатів у різних сферах життя, що допомагає змінити негативні стереотипи та сприяє формуванню позитивного ставлення до таких людей.

Іншою важливою стратегією є використання медіа для поширення інформації про проблеми та потреби людей з особливими потребами. Це можуть бути документальні фільми, соціальні ролики, статті у пресі та інші форми медіа, які

допомагають привернути увагу суспільства до важливих питань та сприяють зміні ставлення до людей з особливими потребами [9].

Інноваційні технології відкривають нові можливості для навчання, спілкування, професійного розвитку та соціальної інтеграції. Завдяки їм люди з особливими потребами можуть значно покращити якість свого життя та долати численні бар'єри. Одним з найбільш помітних прикладів використання технологій для підтримки людей з особливими потребами є пристрої для альтернативної та доповнювальної комунікації (ААС). Ці пристрої допомагають людям, які не можуть говорити, спілкуватися з іншими за допомогою символів, тексту чи синтезованої мови. Наприклад, планшети з спеціалізованими додатками можуть стати голосом для людей з аутизмом або іншими комунікативними розладами [10].

Ще одним важливим технологічним досягненням є розробка пристроїв для людей з порушеннями зору, що включає в себе електронні читалки шрифту Брайля, мобільні додатки для розпізнавання тексту та об'єктів, а також спеціальні навігаційні системи, які допомагають сліпим людям орієнтуватися у просторі. Окуляри з вбудованими камерами та системами штучного інтелекту також можуть допомагати людям з вадами зору в розпізнаванні облич, предметів та текстів. Для людей з порушеннями слуху розроблено численні технології, включаючи цифрові слухові апарати, імплантати, а також додатки для смартфонів, які трансформують аудіоінформацію у текст або візуальні сигнали. Ці технології значно покращують якість життя людей з вадами слуху, дозволяючи їм ефективніше спілкуватися та орієнтуватися у навколишньому середовищі. Інновації також торкнулися людей з порушеннями опорно-рухового апарату. Сучасні електронні протези, екзоскелети та інші реабілітаційні пристрої допомагають таким людям відновити мобільність та незалежність. Наприклад, екзоскелети можуть дозволити людям з паралічем ходити, що значно покращує їх фізичний стан та якість життя [7].

Для ефективної реалізації та поширення технологій, спрямованих на підтримку людей з особливими потребами, необхідна тісна співпраця між бізнесом, неурядовими організаціями та державними структурами. Бізнес відіграє ключову роль у розробці та комерціалізації нових технологій. Інвестиції в інновації, дослідження та розробки дозволяють створювати передові рішення, які змінюють життя людей. НУО часто виступають ініціаторами та реалізаторами проєктів, спрямованих на підтримку людей з особливими потребами. Вони можуть надавати фінансову, освітню та психологічну підтримку, а також виступати посередниками між людьми з особливими потребами та розробниками технологій. Завдяки своїм зусиллям, НУО сприяють підвищенню обізнаності суспільства про проблеми та потреби таких людей (табл. 1).

Таблиця 1

Інноваційні підходи та технології підтримки професійного та особистісного розвитку людей з особливими потребами

Інноваційний підхід	Опис технології	Переваги	Приклади застосування
1. Пристрої для альтернативної та доповнювальної комунікації	Пристрої, що допомагають людям з вадами мовлення спілкуватися за допомогою символів, тексту чи синтезованої мови	Забезпечують комунікацію та соціальну інтеграцію	Планшети з додатками для комунікації
2. Електронні читалки шрифту Брайля	Пристрої для розпізнавання тексту та об'єктів, що допомагають людям з порушеннями зору	Допомагають людям з порушеннями зору орієнтуватися у просторі	Мобільні додатки для розпізнавання тексту та об'єктів
3. Цифрові слухові апарати та імплантати	Аудіопристрої, які допомагають людям з порушеннями слуху сприймати звуки	Покращують якість життя, забезпечуючи можливість слуху	Слухові апарати та кохлеарні імплантати
4. Електронні протези	Протези з електронним управлінням, що дозволяють відновити мобільність	Забезпечують високу мобільність та незалежність	Протези кінцівок з електронним управлінням
5. Екзоскелети	Пристрої, що допомагають людям з паралічем або обмеженою рухливістю ходити	Допомагають відновити функції ходьби, покращуючи фізичний стан	Екзоскелети для людей з паралічем

Джерело: сформовано автором на основі [1; 5]

Державна підтримка є критично важливою для забезпечення доступності технологій, яка може включати фінансування досліджень, розробку законодавчих ініціатив, які сприяють інклюзії, а також програми субсидування та грантові програми для підтримки людей з особливими потребами.

Крім держави і самі неурядові організації займають особливе місце у підтримці людей з особливими потребами завдяки своїй гнучкості, інноваційності та здатності оперативно реагувати на потреби громади. НУО часто виступають ініціаторами соціальних проєктів, спрямованих на розвиток навичок, підвищення кваліфікації та соціальну інтеграцію людей з особливими потребами. Однією з основних функцій НУО є надання освітніх та тренінгових програм, які допомагають людям з особливими потребами отримати необхідні знання та навички для успішної професійної діяльності. Наприклад, такі організації можуть організувати курси комп'ютерної грамотності, навчання ремеслам, мовні курси та інші форми навчання, які сприяють розвитку професійних компетенцій. Крім того, НУО активно працюють над підвищенням обізнаності суспільства щодо проблем та потреб людей з особливими потребами. Вони проводять інформаційні кампанії, організують публічні заходи та співпрацюють з медіа для формування позитивного ставлення до таких людей, що має допомагати змінювати суспільні стереотипи та сприяє соціальній інтеграції [2].

Маркетингові програми, спрямовані на підтримку людей з особливими потребами, мають кілька ключових цілей. По-перше, вони сприяють підвищенню обізнаності суспільства про проблеми та потреби таких людей. По-друге, вони допомагають створювати інклюзивні робочі місця та навчальні програми, які враховують специфічні потреби людей з інвалідністю. По-третє, такі програми підкреслюють важливість

різноманітності та інклюзії у бізнесі та суспільстві загалом.

1. Освітні та тренінгові програми. Багато компаній та організацій реалізують освітні програми, спрямовані на підвищення кваліфікації людей з особливими потребами. Наприклад, великі технологічні корпорації, такі як Microsoft та Google, пропонують безкоштовні курси з програмування, дизайну та інших технічних спеціальностей. Ці курси спеціально адаптовані для людей з порушеннями слуху, зору або рухових функцій. Така підтримка дозволяє людям з особливими потребами отримати високооплачувану роботу та розвивати свої професійні навички.

2. Кампанії з підвищення обізнаності. Соціальні та інформаційні кампанії, спрямовані на підвищення обізнаності про проблеми людей з особливими потребами, є важливим елементом маркетингових програм. Такі кампанії можуть включати телевізійні ролики, публікації у соціальних мережах, статті у пресі та інші медіа-матеріали. Наприклад, кампанія "WeThe15", яка була запущена до Паралімпійських ігор, спрямована на підвищення обізнаності про права та можливості людей з інвалідністю, що складають 15 % населення Землі.

3. Програми працевлаштування. Компанії все частіше реалізують програми, спрямовані на працевлаштування людей з особливими потребами. Це можуть бути спеціальні квоти на працевлаштування, адаптація робочих місць, а також програми наставництва та підтримки на робочому місці. Наприклад, компанія Starbucks має програму, яка включає працевлаштування людей з порушеннями слуху у спеціально адаптованих кафе, де працюють як співробітники, так і клієнти можуть спілкуватися жестовою мовою [13].

4. Технологічні ініціативи. Інноваційні технологічні рішення також відіграють важливу роль у підтримці людей з особливими потреба-

ми. Компанії, які займаються розробкою технологій для людей з інвалідністю, не тільки створюють нові продукти, але й проводять маркетингові кампанії для підвищення обізнаності про ці рішення. Наприклад, компанія Apple активно просуває свої продукти, такі як iPhone та iPad, які мають вбудовані функції доступності для людей з порушеннями зору та слуху.

5. Роль співпраці у маркетингових програмах. Ефективні маркетингові програми часто є результатом співпраці між бізнесом, неурядови-

ми організаціями (НУО) та державними структурами. Така співпраця дозволяє об'єднувати ресурси, знання та досвід для створення більш ефективних та масштабних програм. Наприклад, компанії можуть співпрацювати з НУО, щоб краще розуміти потреби людей з особливими потребами та розробляти програми, які дійсно відповідають цим потребам. Держава, у свою чергу, може надавати фінансову та законодавчу підтримку, що робить реалізацію таких програм більш стійкою (табл. 2).

Таблиця 2

Маркетингові програми і проекти підтримки професійного та особистісного розвитку людей з особливими потребами

Програма/Проект	Опис	Переваги	Приклади застосування
Освітні програми від Microsoft	Курси з програмування, дизайну та інших технічних спеціальностей для людей з порушеннями слуху, зору або рухових функцій	Дозволяють отримати високооплачувану роботу та розвивати професійні навички	Навчання ремеслам, мовні курси, тренінги
Соціальна кампанія 'WeThe15'	Кампанія з підвищення обізнаності про права та можливості людей з інвалідністю, що складають 15 % населення Землі	Підвищення обізнаності суспільства про права та можливості людей з інвалідністю	Телевізійні ролики, публікації у соціальних мережах
Програма працевлаштування Starbucks	Програма, яка включає працевлаштування людей з порушеннями слуху у спеціально адаптованих кафе	Створення інклюзивного робочого середовища	Адаптовані кафе з можливістю спілкування жестовою мовою
Технологічні ініціативи Apple	Продукти з вбудованими функціями доступності для людей з порушеннями зору та слуху	Покращують доступ до технологій для людей з особливими потребами	iPhone та iPad з функціями доступності
Курси програмування від Google	Безкоштовні курси з програмування для людей з особливими потребами	Розширюють можливості для професійного розвитку	Онлайн-курси та тренінги
Інформаційна кампанія Паралімпійських ігор	Кампанія з підвищення обізнаності про важливість інклюзії у спорті	Сприяють соціальній інтеграції через спорт	Публікації у пресі, соціальні ролики

Джерело: розроблено автором

Маркетингові програми та проекти, спрямовані на підтримку професійного та особистісного розвитку людей з особливими потребами, мають величезне значення для створення інклюзивного та справедливого суспільства. Вони не тільки допомагають людям з особливими потребами реалізувати свій потенціал, але й сприяють формуванню позитивного ставлення до різноманітності та інклюзії. Завдяки співпраці бізнесу, НУО та держави можна досягти значущих результатів у цій сфері та забезпечити рівні можливості для всіх.

Висновки з проведеного дослідження. Було визначено, що професійний розвиток людей з особливими потребами вимагає створення спеціальних умов для їхнього навчання, підвищення кваліфікації та працевлаштування, що включає доступ до освіти, адаптацію робочих місць, розвиток професійних навичок та підтримку в кар'єрному зростанні. Основною метою є забезпечення рівних можливостей для всіх, незалежно від фізичних чи ментальних обмежень. Встановлено, що роль маркетингових інклюзивних програм навчання та підвищення кваліфікації, так інклюзивні програми

навчання та підвищення кваліфікації відіграють важливу роль у процесі професійного розвитку людей з особливими потребами. Було обґрунтовано, що ефективність маркетингових програм підтримки людей з особливими потребами значною мірою залежить від співпраці держави, бізнесу та громадських організацій. Державні програми забезпечують фінансування, законодавчу базу та інфраструктуру для реалізації ініціатив. Громадські організації відіграють ключову роль у наданні освітніх та тренінгових програм, підвищенні обізнаності суспільства та організації соціальних заходів. Співпраця між різними секторами суспільства є важливим фактором успіху таких програм, сприяючи інтеграції та професійному зростанню людей з особливими потребами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бочко О.Ю. Модернізація пріоритетів соціально відповідального бізнесу у період війни. Маркетинг і логістика в системі менеджменту: тези доповідей XIV Міжнародної науково-практичної конференції. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. 276 с. С. 33–34.

2. Грохова Т. Розвиток соціально відповідального маркетингу. Чому компаніям слід просувати себе "відповідально". URL: <http://iqholding.com.ua/articles/rozvitok-sotsialno-vidpovidalnogo-marketingu-chomu-kompaniyam-slid-prosuvati-sebe-vidpov-0o>
3. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу: монографія / за заг. редакцією М.П. Буковинської. Київ: ЦП "Компринт", 2015. 297 с.
4. Македон В.В. Дослідження процесів забезпечення соціальної відповідальності у провідних моделях корпоративного управління. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки*. Вип. 126. Харків: ХНТУСГ, 2012. С. 198–206.
5. Македон В.В., Валіков В.П., Рябик Г.Є. Розвиток світового ринку ділових інтелектуальних послуг під впливом економіки 4.0. *Нобелівський вісник*. 2019. № 1. С. 59–72. DOI: <https://doi.org/10.32342/2616-3853-2019-2-12-7>
6. Македон В.В., Валіков В.П., Федьора С.С. Удосконалення управління промисловими підприємствами на основі стратегій інноваційного розвитку. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2019. № 1. С. 108–125.
7. Македон В.В., Маковецька А.О. Інформаційне забезпечення економічної безпеки підприємств в умовах ринкової нестабільності. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки"*. 2023. № 12. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-12-9477>
8. Македон В.В., Чабаненко А.В. Факторні складові цифровізації глобальної економіки та макроекономічних систем країн світу. *Ефективна економіка*. 2022. № 1. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.1.11>
9. Поснова Т.В., Терещенко Г.М. Розвиток ІТ-освіти як чинник формування креативного людського капіталу. *Освітня аналітика України*. 2021. Вип. 3. С. 5–16. DOI: <https://doi.org/10.32987/2617-8532-2021-3-5-16>
10. Самійленко Г.М. Креативна економіка: теоретичні засади та особливості її функціонування в умовах становлення нової економіки. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2020. № 2 (22). С. 31–42.
11. Фісун Ю.В., Борисенко О.С., Ярмолук О.Я. Інноваційні підходи проведення маркетингових досліджень сучасних підприємств. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2022. № 2(125). С. 100–103. DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2022-2-16>
12. Ханін С.Г. Становлення креативної економіки в Україні із урахуванням досвіду європейських країн. *Economic Synergy*. 2022. Вип. 3. С. 17–26. DOI: <https://doi.org/10.53920/ES-2022-3-2>
13. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
14. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
15. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
16. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
17. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
18. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
19. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
20. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
21. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
22. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
23. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
24. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
25. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
26. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
27. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
28. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
29. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
30. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
31. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
32. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
33. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
34. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
35. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
36. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
37. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
38. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
39. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
40. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
41. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
42. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
43. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
44. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
45. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
46. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
47. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
48. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
49. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
50. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
51. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
52. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
53. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
54. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
55. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
56. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
57. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
58. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
59. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
60. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
61. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
62. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
63. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
64. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
65. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
66. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
67. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
68. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
69. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
70. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
71. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
72. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
73. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
74. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
75. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
76. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
77. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
78. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
79. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
80. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
81. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
82. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
83. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
84. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
85. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
86. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
87. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
88. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
89. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
90. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
91. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
92. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
93. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
94. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
95. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
96. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
97. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
98. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
99. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
100. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.

REFERENCES:

1. Bochko O. Yu. (2022) Modernizatsiya priorytetiv sotsial'no vidpovidal'nogo biznesu u period viyny [Marketing and logistics in the formation of the digital economy of Ukraine]. Social responsibility of business as a component of modern enterprise development: monograph / For science ed. E. V. Krykavskiy, O. V. Deinega. Lviv-Rivne: O. Zen, pp. 76–84.
2. Horokhova T. (2020) Rozvytok sotsialno vidpovidalnogo marketynhu. Chomu kompaniyam slid prosuvaty sebe "vidpovidalno" [Development of socially responsible marketing. Why companies should promote themselves "responsibly"]. Available at: <http://iqholding.com.ua/articles/rozvitok-sotsialno-vidpovidalnogo-marketingu-chomu-kompaniyam-slid-prosuvati-sebe-vidpov-0> (accessed July 8, 2024).
3. Bukovynskoyi M. P. (2015) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist biznesu [Corporate social responsibility of business]: monohrafiya / za zah. redaktsiyeyu M. P. Bukovynskoyi. Kyiv: TSP "Komprynt", 297 p.
4. Makedon V. V. (2012) Doslidzhennya protsesiv zabezpechennya sotsial'noyi vidpovidal'nosti u providnykh modelyakh korporatyvnoho upravlinnya [Research on processes of ensuring social responsibility in leading models of corporate governance]. *Visnyk Kharkivsk'oho natsional'nogo tekhnichnoho universytetu sil's'koho hospodarstva: Ekonomichni nauky*, is. 126. Kharkiv: KHNTUS-H, pp. 198–206.
5. Makedon V. V., Valikov V. P., Ryabyk G. E. (2019) Rozvytok svitovoho rynku dilovykh intelektual'nykh posluh pid vplyvom ekonomiky 4.0 [Development of the world market of business intellectual services under the influence of economy 4.0]. *Nobelevskiy vestnik*, no. 1, pp. 59–72. DOI: <https://doi.org/10.32342/2616-3853-2019-2-12-7>
6. Makedon V. V., Valikov V. P., Fedyora S. S. (2019) Udoskonalennya upravlinnya promyslovymy pidpryyemstvamy na osnovi stratehiy innovatsiynoho rozvytku [Improving the management of industrial enterprises based on innovative development strategies]. *European vector of economic development*, no. 1, pp. 108–125.
7. Makedon V. V., Makovets'ka A. O. (2023) Informatsiyne zabezpechennya ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstv v umovakh rynkovoyi nestabil'nosti [Information provision of economic security of enterprises in conditions of market instability]. *Mizhnarodnyy naukovyy zhurnal "Internauka". Seriya: "Ekonomichni nauky"*, no. 12. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-12-9477>
8. Makedon V. and Chabanenko A. (2022) Faktorni skladovi tsyfrovizatsiyi hlobal'noyi ekonomiky ta makroekonomichnykh system krayin svitu [Factor components of digitalization of the global economy and macroeconomic systems of countries], *Efektivna ekonomika*, vol. 1. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.1.11>
9. Posnova T. V., & Tereshchenko H. M. (2021) Rozvytok IT-osvity yak chynnyk formuvannya kreatyvnoho lyuds'koho kapitalu [The development of IT education as a factor in the formation of creative human capital]. *Osvitnya analityka Ukrainy – Educational analytics of Ukraine*, no. 3, pp. 5–16. DOI: <https://doi.org/10.32987/2617-8532-2021-3-5-16>
10. Samiylenko G. M. (2020) Kreatyvna ekonomika: teoretychni zasady ta osoblyvosti yiyi funktsionuvannya v umovakh stanovlennya novoyi ekonomiky [Creative economy: theoretical principles and features of its functioning in the conditions of the formation of a new economy]. *Problems and prospects of economics and management*, no. 2 (22), pp. 31–42.
11. Fisun Yu. V., Borysenko O. S., Yarmolyuk O. Ya. (2022) Innovatsiyni pidkhody provedennya marketynhovoykh doslidzhen' suchasnykh pidpryyemstv. [Innovative approaches to marketing research of modern enterprises. State and regions.]. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Ekonomika ta pidpryyemnystvo*, no. 2(125), pp. 100–103. DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2022-2-16>
12. Khanin S. G. (2022) Stanovlennya kreatyvnoyi ekonomiky v Ukrayini iz urakhuvanniam dosvidu yevropeys'kykh krayin [Formation of creative economy in Ukraine taking into account the experience of European countries]. *Economic Synergy*, no. 3, pp. 17–26. DOI: <https://doi.org/10.53920/ES-2022-3-2> (in Ukrainian)
13. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. (2019) Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology, *Scientific journal Economics and finance*, issue 2, pp. 52–62.