

Елизавета О. Снітко<sup>1</sup>, Наталія В. Бурда<sup>2</sup>, Сергій М. Платонов<sup>3</sup>  
**ІНСТРУМЕНТАРІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ  
ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ УПРАВЛІННЯ  
ПРОЕКТАМИ, АДАПТИВНОГО МАРКЕТИНГУ  
ТА СМАРТ-ЕКОНОМІКИ**

*У статті розглядається роль інноваційного розвитку промислових підприємств в умовах сучасних економічних і технологічних викликів. Основну увагу приділено інтеграції управління проектами, адаптивного маркетингу та смарт-економіки як ключових елементів для досягнення конкурентних переваг і сталого зростання. Обговорюються методології управління проектами, які сприяють гнучкості і швидкому реагуванню на зміни. Аналізується важливість адаптивного маркетингу для відповіді на змінювані потреби споживачів і ринку через персоналізовані стратегії. Особливо акцентується увага на смарт-економіці, що передбачає впровадження інноваційних технологій та автоматизації для підвищення ефективності і сталого розвитку. Стаття підкреслює, що комплексний підхід до цих аспектів є необхідним для успішного розвитку промислових підприємств у сучасному динамічному середовищі.*

*Ключові слова:* промислові підприємства, інноваційний розвиток, адаптивний маркетинг, смарт-економіка, технології, конкурентоспроможність.

*Таб. 1. Літ. 23.*

*DOI: 10.32752/1993-6788-2024-1-276-195-202*

Elizaveta Snitko, Natalia Burda, Sergey Platonov

**TOOLKIT FOR INNOVATIVE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL  
ENTERPRISES IN THE TERMS OF PROJECT MANAGEMENT,  
ADAPTIVE MARKETING AND SMART ECONOMY**

*The article examines the role of innovative development of industrial enterprises in the conditions of modern economic and technological challenges. The main focus is on the integration of project management, adaptive marketing and smart economy as key elements for achieving competitive advantage and sustainable growth. Project management methodologies that promote flexibility and quick response to changes are discussed. The importance of adaptive marketing to respond to changing consumer and market needs through personalized strategies is analyzed. Special attention is paid to the smart economy, which involves the introduction of innovative technologies and automation to increase efficiency and sustainable development. The article emphasizes that a comprehensive approach to these aspects is necessary for the successful development of industrial enterprises in the modern dynamic environment.*

*Keywords:* industrial enterprises, innovative development, adaptive marketing, smart economy, technologies, competitiveness.

*Peer-reviewed, approved and placed: 06.06.2024.*

**Постановка проблеми.** Інноваційний розвиток промислових підприємств в умовах управління проектами, адаптивного маркетингу та смарт-економіки є надзвичайно важливим завданням у сучасному світі. Підприємства змушені адаптуватися до швидких технологічних змін, підвищеної конкуренції та

<sup>1</sup> Luhansk Taras Shevchenko National University. Ukraine.

<sup>2</sup> Luhansk Taras Shevchenko National University. Ukraine.

<sup>3</sup> Kyiv National University of Technologies and Design. Ukraine.

зростаючих вимог до ефективності та стійкості. Використання управління проектами дозволяє систематизувати і контролювати процес впровадження інновацій, забезпечуючи їх своєчасну реалізацію. Адаптивний маркетинг, який орієнтований на оперативне реагування на зміни в ринкових умовах і поведінці споживачів, стає необхідним інструментом для підтримки конкурентоспроможності. Водночас, смарт-економіка вимагає інтеграції цифрових технологій, що створює додаткові виклики для підприємств у вигляді необхідності модернізації інфраструктури, впровадження нових бізнес-моделей і зміни підходів до управління. Проблема полягає у тому, як поєднати ці три аспекти – управління проектами, адаптивний маркетинг і вимоги смарт-економіки – для забезпечення стабільного інноваційного розвитку промислових підприємств, що дозволить їм залишатися конкурентоспроможними на глобальному ринку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз останніх досліджень і публікацій з питань інноваційного розвитку промислових підприємств в умовах управління проектами, адаптивного маркетингу та смарт-економіки свідчить про зростаючий інтерес до комплексного підходу в цих сферах [1-5]. Дослідники підкреслюють важливість інтеграції інноваційного менеджменту з сучасними технологіями і новими методами управління, що дозволяє підприємствам ефективніше реагувати на виклики сучасного ринку [6-8]. Одним із ключових аспектів, що обговорюються в літературі, є управління проектами як основний інструмент для впровадження інновацій. Вчені відзначають, що успішна реалізація інноваційних проектів вимагає чітко налагоджених процесів планування, моніторингу та оцінки ризиків, що забезпечує підвищення гнучкості підприємства та його здатності до швидкої адаптації [9-12]. Адаптивний маркетинг також активно досліджується в контексті інноваційного розвитку. Автори відзначають, що здатність підприємств адаптувати маркетингові стратегії відповідно до змін на ринку та потреб споживачів є вирішальним фактором успіху. Використання цифрових технологій і даних стає центральним елементом у процесі прийняття маркетингових рішень, що дозволяє підвищити ефективність комунікацій та збільшити лояльність клієнтів [13-15]. Ще одним важливим напрямом досліджень є вплив смарт-економіки на промислові підприємства. Вчені досліджують, як впровадження цифрових технологій, таких як інтернет речей, великі дані та штучний інтелект, сприяє підвищенню ефективності виробничих процесів, оптимізації ресурсів і зниженню витрат [16-21]. Особлива увага приділяється ролі цифрової трансформації в досягненні стійкого розвитку підприємств і їх здатності залишатися конкурентоспроможними в умовах швидких змін [22-23]. Загалом, сучасні дослідження підтверджують важливість інтеграції управління проектами, адаптивного маркетингу та смарт-економіки для забезпечення успішного інноваційного розвитку промислових підприємств. Вони підкреслюють необхідність розробки нових підходів і методик, які б дозволили підприємствам ефективно впроваджувати інновації, адаптуватися до змін і використовувати можливості цифрових технологій для досягнення довгострокової конкурентоспроможності.

Метою даної статті є дослідження теорії інноваційного розвитку промислових підприємств в умовах управління проектами, адаптивного маркетингу та смарт-економіки.

**Основні результати дослідження.** Інноваційний розвиток промислових підприємств означає процес постійного впровадження нових технологій, продуктів, методів управління та організації виробництва з метою підвищення конкурентоспроможності, ефективності та стійкості підприємства на ринку [3; 5]. Такий розвиток включає адаптацію до швидких технологічних змін, оптимізацію виробничих процесів, використання нових матеріалів і технологій, а також впровадження сучасних управлінських підходів і стратегій, що дозволяють підприємствам не лише вижити, але й процвітати в умовах глобальної конкуренції. Інноваційний розвиток є ключовим фактором для довгострокового успіху промислових підприємств, забезпечуючи їм можливість ефективно реагувати на зміни ринку та вимоги споживачів. Інноваційний розвиток промислових підприємств стикається з низкою проблем, які можуть уповільнювати або навіть блокувати цей процес. Однією з головних проблем є брак фінансових ресурсів, необхідних для впровадження нових технологій та інноваційних рішень. Високі витрати на дослідження та розробки, а також ризики, пов'язані з невизначеністю результатів, часто стають перешкодою для підприємств, особливо малих і середніх [6; 12]. Іншою важливою проблемою є недостатній рівень кваліфікації персоналу, що ускладнює освоєння та впровадження новітніх технологій. Нестача спеціалістів, які мають необхідні знання та навички, обмежує можливості підприємств щодо ефективного використання інноваційних рішень. Також серйозною проблемою є слабка підтримка з боку держави та недостатній рівень співпраці між промисловими підприємствами і науковими установами. Зазначене призводить до того, що наукові розробки не завжди знаходять своє практичне застосування, а підприємства не мають доступу до новітніх наукових досягнень. Крім того, часто існують проблеми з інфраструктурою, які перешкоджають впровадженню інновацій, особливо в регіонах з менш розвинутою економікою. Невідповідність або застарілість виробничих потужностей також може стримувати інноваційний розвиток. Нарешті, підприємства стикаються з проблемою культурної інертності та опору змінам. Впровадження інновацій часто вимагає суттєвих змін у внутрішніх процесах і структурі управління, що може викликати супротив з боку керівництва або працівників, які не готові до змін або не бачать у них необхідності [4; 10]. Такі проблеми ускладнюють процес інноваційного розвитку промислових підприємств, однак їх вирішення є критично важливим для забезпечення конкурентоспроможності та стійкості підприємств у довгостроковій перспективі.

Важливим заходом з вирішення даної проблеми щодо інноваційного розвитку промислових підприємств є залучення адаптивного маркетингу та управління проектами [16; 18]. Адаптивний маркетинг дозволяє підприємствам швидко реагувати на зміни ринкових умов і споживчих потреб, адаптуючи свої стратегії до нових викликів. Що включає використання сучасних аналітичних інструментів для збору й аналізу даних, що допомагає

приймати більш обґрунтовані рішення та підвищувати ефективність маркетингових кампаній. Завдяки адаптивному маркетингу підприємства можуть краще розуміти потреби ринку, швидше впроваджувати інновації та забезпечувати їхню успішну реалізацію.

Управління проектами, з іншого боку, забезпечує структурований підхід до планування, виконання та контролю інноваційних ініціатив. Воно дозволяє чітко визначати цілі, розподіляти ресурси, мінімізувати ризики та дотримуватися термінів. Використання методологій управління проектами, таких як щучний інтелект, дозволяє підприємствам бути більш гнучкими та ефективними у впровадженні інновацій, що особливо важливо в умовах швидкозмінного ринку.

Комбінування адаптивного маркетингу та управління проектами створює синергію, яка допомагає промисловим підприємствам не лише подолати існуючі проблеми, але й забезпечити стійкий інноваційний розвиток [7; 10]. Такий підхід дозволяє підприємствам залишатися конкурентоспроможними, швидко адаптуватися до змін і ефективно використовувати свої ресурси для досягнення стратегічних цілей. У таблиці 1 зображено основні інструменти адаптивного маркетингу в розвитку інноваційних промислових підприємств.

**Таблиця 1. Основні інструменти адаптивного маркетингу в розвитку інноваційних промислових підприємств, узагальнено авторами з урахуванням [2-14]**

Інструмент	Опис
Аналіз ринку та споживачів	Збір та аналіз даних про ринок, конкуренцію та споживачів для визначення трендів та потреб
Цифрові маркетингові платформи	Використання платформ для керування рекламними кампаніями, соціальними мережами та аналітикою
CRM-системи	Управління взаємодією з клієнтами для забезпечення персоналізованих підходів і підвищення лояльності
Штучний інтелект та машинне навчання	Використання AI для аналізу даних, прогнозування попиту та персоналізації комунікацій
Адаптивна реклама	Створення рекламних кампаній, які автоматично коригуються відповідно до поведінки користувачів
Автоматизація маркетингових процесів	Автоматизація рутинних завдань, таких як розсилки, публікації у соціальних мережах, аналітика
Персоналізований контент	Розробка контенту, адаптованого до конкретних сегментів споживачів, що підвищує їхню залученість
Аналіз поведінки користувачів	Моніторинг та аналіз дій користувачів на сайті для оптимізації користувацького досвіду
Крос-канальна комунікація	Інтеграція різних каналів комунікації для забезпечення єдиного користувацького досвіду

Таблиця ілюструє, як адаптивний маркетинг допомагає інноваційним промисловим підприємствам ефективніше взаємодіяти з ринком, підвищувати свою конкурентоспроможність і успішно впроваджувати нові технології та продукти. Адаптивний маркетинг дозволяє інноваційним промисловим підприємствам більш гнучко та ефективно взаємодіяти з ринком, що є ключовим для підтримки конкурентоспроможності в сучасних

умовах [5; 16]. Завдяки використанню передових технологій та аналітики, підприємства можуть оперативнo реагувати на зміни в ринковому середовищі та потреби споживачів, оптимізуючи свої маркетингові стратегії в реальному часі. Зазначене сприяє більш точному позиціонуванню продуктів і послуг, що підвищує їхню привабливість для цільової аудиторії. Крім того, адаптивний маркетинг підтримує процес впровадження нових технологій та продуктів, дозволяючи підприємствам швидко тестувати і коригувати свої пропозиції, забезпечуючи успішне їх впровадження та розвиток на ринку [7; 14]. Такий підхід дозволяє підприємствам не лише задовольняти поточні потреби споживачів, але й прогнозувати майбутні тенденції, залишаючись на крок попереду конкурентів.

Європейський досвід управління проектами та адаптивного маркетингу для розвитку промислових підприємств відзначається високим рівнем інтеграції інноваційних підходів. Європейські компанії часто орієнтуються на гнучкі методи управління, що дозволяють швидко реагувати на зміни в ринку та потреби споживачів. Зазначене дозволяє знижувати ризики і підвищувати ефективність реалізації проектів.

Адаптивний маркетинг в Європі включає в себе активне використання даних і аналітики для точного прогнозування тенденцій і поведінки споживачів [5; 12; 15]. Зазначене сприяє створенню персоналізованих пропозицій і кампаній, що відповідно до змінюваних потреб ринку. Європейські підприємства також активно впроваджують новітні технології, такі як штучний інтелект і машинне навчання, для покращення процесів та підвищення конкурентоспроможності.

Загалом, європейський підхід до управління проектами і маркетингу акцентує увагу на інноваціях, гнучкості та інтеграції сучасних технологій для досягнення сталого розвитку та успіху на ринку.

Під час війни управління проектами і адаптивний маркетинг на інноваційних промислових підприємствах стають ще більш критичними. В умовах невизначеності та нестабільності важливо забезпечити гнучкість і швидкість у прийнятті рішень [1; 19]. Важливими аспектами є здатність адаптувати стратегії та оперативні плани до змінюваних обставин, зокрема до нових ризиків і можливостей, що виникають у воєнний час. Управлінці проектами змушені зосереджуватись на забезпеченні безперервності діяльності, оптимізації ресурсів та швидкій адаптації до нових умов [11; 15; 19]. Це може включати перебудову ланцюгів постачання, зміну пріоритетів проектів або перерозподіл бюджету для підтримки критично важливих напрямків. Адаптивний маркетинг в таких умовах фокусується на гнучкому реагуванні на зміну споживчих уподобань і ринкових умов [17; 20]. Підприємства повинні швидко переорієнтувати свої маркетингові стратегії, щоб віддзеркалювати поточні реалії та потреби споживачів. Збір і аналіз даних стають ключовими для розуміння нових трендів і адаптації комунікаційних стратегій. Інноваційні промислові підприємства, що ефективно управляють проектами і адаптивно підходять до маркетингу, мають змогу не тільки зберігати стабільність під час кризи, але й використовувати нові можливості для розвитку і зростання.

**Висновки.** В умовах сучасного динамічного середовища, інноваційний розвиток промислових підприємств потребує комплексного підходу, що включає управління проектами, адаптивний маркетинг та концепцію смарт-економіки. Управління проектами в такому контексті забезпечує структурованість і контроль над процесами, дозволяючи ефективно реалізовувати інноваційні ініціативи. Застосування гнучких методологій, дозволяє швидко реагувати на зміни і забезпечує постійний моніторинг прогресу, що є критично важливим для успішної реалізації інновацій. Адаптивний маркетинг грає ключову роль у забезпеченні актуальності продукції та послуг. Швидка реакція на зміни в споживчих вподобаннях та ринкових умовах дозволяє компаніям зберігати конкурентоспроможність. Інтеграція даних та аналітики у процеси прийняття рішень допомагає створювати персоналізовані пропозиції і ефективно комунікувати з цільовими аудиторіями. Смарт-економіка, в свою чергу, акцентує увагу на впровадженні новітніх технологій, автоматизації та оптимізації ресурсів. Використання інноваційних рішень для покращення ефективності виробництва і впровадження інтелектуальних систем дозволяє досягати значних конкурентних переваг. Вона сприяє створенню розумних інфраструктур, які підтримують сталий розвиток і адаптацію до змінюваного середовища. Загалом, інноваційний розвиток промислових підприємств вимагає інтегрованого підходу, що включає ефективне управління проектами, адаптивний маркетинг і впровадження смарт-економічних принципів, що дозволяє не тільки підтримувати конкурентоспроможність, але й забезпечувати стійке зростання в умовах постійних змін і викликів.

1. Медведєва О. М., Євдокимова А. В. Особливості малих інноваційних підприємств в аспекті управління проектами та концепції корпоративної соціальної відповідальності. *Управління проектами та розвиток виробництва*. 2009. № 3. С. 120-130.
2. Маслак О. О., Жежуха В. Й., Григоренко О. В. Основні проблеми інноваційної діяльності промислових підприємств регіону. *Регіональна економіка*. 2008. № 2. С. 261-269.
3. Чернов С. К. Управління інноваційними проектами в умовах технопарку. *Управління проектами та розвиток виробництва*. 2007. № 1 (21). С. 44-49.
4. Шимановська-Діанич Л. М., Шкробот М. В., Бережна Ю. Г., Гнатенко І. А. Стратегічні орієнтири в плануванні діяльності інноваційно активного підприємства в умовах удосконалення податкової політики, інвестиційних ризиків та управління змінами в знаннєвій економіці. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2022. № 1. С. 117-124.
5. Ілляшенко Н. С. Впровадження концепції інноваційного маркетингу в діяльність промислових підприємств. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2010. № 1. С. 28-33.
6. Баюра Д. О., Білоног Т. В. Модель комплексного управління інвестиційними проектами промислових підприємств. *Економічний часопис-XXI*. 2013. № 3-4 (1). С. 54-57.
7. Новак Н. Г., Башинська І. О., Новак Н. Г., Башинська І. А. Ефективне управління проектами підприємства. *Електронний науково-практичний журнал: Інфраструктура ринку*. 2017. № 6. С. 75-78.
8. Гнатенко І. А. Особливості функціонування сучасного малого підприємництва як органічного елементу ринкової економіки. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2015. № 2 (1). С. 214-217.
9. Брюховецька Н. Ю., Чорна О. А. Інтелектуалізація як пріоритетний напрям розвитку промислових підприємств в умовах індустрії 4.0. *Економіка промисловості*. 2019.
10. Брюховецька Н. Ю., Черних О. В. Індустрія 4.0 та цифровізація економіки: можливості використання зарубіжного досвіду на промислових підприємствах України. *Економіка промисловості*. 2020.

11. Гнатенко І. А. Моделювання сценаріїв стійкого розвитку підприємств в умовах глобалізації та діджиталізації: управлінський аспект. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 16. С. 20-25.
12. Метеленко В. Г., Воронкова В. Г., Нікітенко В. О., Сіліна І. В. Становлення і розвиток smart-економіки та її модифікації в умовах цифрового розвитку. Vectors of the development of science and education in the modern world (Вектори розвитку науки і освіти на сучасному світі). 2023. С. 79-95.
13. Гурочкіна В. В., Будзинська М. С. Циркулярна економіка: українські реалії та можливості для промислових підприємств. Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування. 2020. № 5. С. 52-64.
14. Гнатенко І. А. Феномен інноваційного підприємництва в національній економіці. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. № 23 (1). С. 61-64.
15. Носирев О. О. Smart-концепція промислової політики в умовах цифрової економіки. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2018. № 5. С. 29-34.
16. Михайлов А. М., Ільїн В. Ю., Коцупатрий М. М., Фурсіна О. В., Гнатенко І. А. Управління інноваційною економікою в контексті тренду сталого розвитку в рамках моделі інституціонально-матричної кластеризації в умовах адаптивного кадрового менеджменту, діджиталізації агропродовольчої сфери та адаптації до умов пандемії COVID-19. Економічні горизонти. 2021. № 2 (17). С. 29-40.
17. Разводовська В. О., Заяц О. В., Парохненко О. С., Гнатенко І. А. Інноваційність в підприємницькій діяльності в системі ефективного управління операційною діяльністю, конкурентоспроможністю та маркетингом. Український журнал прикладної економіки. 2021. Т. 6, № 1. С. 290-297.
18. Захарова О. В., Федоренко Н. А., Деньга Л. М. Потенціал Черкаського регіону у запровадженні технологій smart-спеціалізації. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2021. № 60. С. 30-40.
19. Правдивець О. Аналіз результатів вітчизняних наукових досліджень у напрямку інноваційного розвитку системи економічної безпеки підприємства на основі цифрових технологій. Вчені записки Університету «КРОК». 2023. № 1 (69). С. 15-28.
20. Гнатенко І. А. Фундаментальні умови державного регулювання та підтримки інноваційного підприємництва. Проблеми системного підходу в економіці. 2019. № 4 (1). С. 37-43.
21. Летуновська Н. Є., Сигида Л. О. Маркетингові дослідження як інструмент визначення стратегічних напрямів інноваційного розвитку промислового підприємства у сфері товарної політики. Бізнес Інформ. 2019. № 4 (495). С. 97-105.
22. Гнатенко І. Управлінські, маркетингові та фінансові підходи оцінювання соціо-еколого-економічного ефекту взаємодії підприємств в умовах зміни споживчих переваг. Економічний дискурс. 2021. № 1-2. С. 111-121.
23. Авершин С. В. Адаптація підприємств інноваційного аерокосмічного кластеру в індустріально-інтелектуальну економіку. Загальнодержавний науково-виробничий та інформаційний журнал «Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит». 2021. № 1-2 (155-156). С. 3-11.

1. Medvedieva O. M., Yevdokymova A. V. Osoblyvosti malykh innovatsiinykh pidpriemstv v aspekti upravlinnia proektamy ta kontseptsii korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti. Upravlinnia proektamy ta rozvytok vyrobnytstva. 2009. № 3. S. 120-130.
2. Maslak O. O., Zhezhukha V. Y., Hryhorenko O. V. Osnovni problemy innovatsiinoi diialnosti promyslovykh pidpriemstv rehionu. Rehionalna ekonomika. 2008. № 2. S. 261-269.
3. Chernov S. K. Upravlinnia innovatsiinykh proektamy v umovakh tekhnoparku. Upravlinnia proektamy ta rozvytok vyrobnytstva. 2007. № 1 (21). S. 44-49.
4. Shymanovska—Dianych L. M., Shkrobot M. V., Berezhna Yu. H., Hnatenko I. A. Stratehichni oriientyry v planuvanni diialnosti innovatsiino aktyvnoho pidpriemstva v umovakh udoskonalennia podatkovoi polityky, investytsiinykh ryzykiv ta upravlinnia zminamy v znannievii ekonomitsi. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini. 2022. № 1. S. 117-124.
5. Illiashenko N. S. Vprovadzhennia kontseptsii innovatsiinoho marketynhu v diialnist promyslovykh pidpriemstv. Marketynh i menedzhment innovatsii. 2010. № 1. S. 28-33.
6. Baiura D. O., Bilonoh T. V. Model kompleksnoho upravlinnia investytsiinykh proektamy promyslovykh pidpriemstv. Ekonomichnyi chasopys-XXI. 2013. № 3-4 (1). S. 54-57.

7. Novak N. H., Bashynska I. O., Novak N. H., Bashynska I. A. Efektyvne upravlinnia proektamy pidpriemstva. Elektronnyi naukovo-praktychnyi zhurnal: Infrastruktura rynku. 2017. № 6. S. 75-78.
8. Hnatenko I. A. Osoblyvosti funktsionuvannia suchasnoho maloho pidpriemnytstva yak orhanichnoho elementu rynkovoї ekonomiky. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky. 2015. № 2 (1). S. 214-217.
9. Briukhovetska N. Yu., Chorna O. A. Intelktualizatsiia yak priorytetnyi napriam rozvytku promyslovykh pidpriemstv v umovakh industrii 4.0. Ekonomika promyslovosti. 2019.
10. Briukhovetska N. Yu., Chernykh O. V. Industriia 4.0 ta tsyfrovizatsiia ekonomiky: mozhlyvosti vykorystannia zarubizhnoho dosvidu na promyslovykh pidpriemstvakh Ukrainy. Ekonomika promyslovosti. 2020.
11. Hnatenko I. A. Modeliuvannia stsenaariiv stiikoho rozvytku pidpriemstv v umovakh hlobalizatsii ta didzhitalizatsii: upravlinskiy aspekt. Investytsii: praktyka ta dosvid. 2021. № 16. S. 20-25.
12. Metelenko V. H., Voronkova V. H., Nikitenko V. O., Silina I. V. Stanovlennia i rozvytok smart-ekonomiky ta yii modyfikatsii v umovakh tsyfrovoho rozvytku. Vectors of the development of science and education in the modern world (Vektory rozvytku nauky i osvity na suchasnomu sviiti). 2023. S. 79-95.
13. Hurochkina V. V., Budzynska M. S. Tsyrukuliarna ekonomika: ukraiynski realii ta mozhlyvosti dlia promyslovykh pidpriemstv. Ekonomichni visnyk. Serii: finansy, oblik, opodatkovannia. 2020. № 5. S. 52-64.
14. Hnatenko I. A. Fenomen innovatsiinoho pidpriemnytstva v natsionalnii ekonomitsi. Naukovi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove gospodarstvo. 2019. № 23 (1). S. 61-64.
15. Nosyriev O. O. Smart-kontseptsiiia promyslovoi polityky v umovakh tsyfrovoi ekonomiky. Derzhava ta rehiony. Serii: Ekonomika ta pidpriemnytstvo. 2018. № 5. S. 29-34.
16. Mykhailov A. M., Ilin V. Yu., Kotsupatryi M. M., Fursina O. V., Hnatenko I. A. Upravlinnia innovatsiinou ekonomikou v konteksti trendu staloho rozvytku v ramkakh modeli instytutsionalno-matrychnoi klasteryzatsii v umovakh adaptivnoho kadrovoho menezhmentu, didzhitalizatsii ahroprodovolchoi sfery ta adaptatsii do umov pandemii COVID-19. Ekonomichni horyzonty. 2021. № 2 (17). S. 29-40.
17. Razvodovska V. O., Zaiats O. V., Parokhnenko O. S., Hnatenko I. A. Innovatsiiniist v pidpriemnytskii diialnosti v systemi efektyvnoho upravlinnia operatsiinou diialnistiu, konkurentospromozhnistiu ta marketynhom. Ukrainyky zhurnal prykladnoi ekonomiky. 2021. T. 6, № 1. S. 290-297.
18. Zakharova O. V., Fedorenko N. A., Denha L. M. Potentsial Cherkaskoho rehionu u zaprovadzhenni tekhnologii smart-spetsializatsii. Zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho derzhavnogo tekhnologichnoho universytetu. Serii: Ekonomichni nauky. 2021. № 60. S. 30-40.
19. Pravdyvets O. Analiz rezultativ vitchyznianskykh naukovykh doslidzhen u napriamku innovatsiinoho rozvytku systemy ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva na osnovi tsyfrovyykh tekhnologii. Vcheni zapysky Universytetu «KROK». 2023. № 1 (69). S. 15-28.
20. Hnatenko I. A. Fundamentalni umovy derzhavnogo rehuliuвання ta pidtrymky innovatsiinoho pidpriemnytstva. Problemy systemnoho pidkhdou v ekonomitsi. 2019. № 4 (1). S. 37-43.
21. Letunovska N. Ye., Syhyda L. O. Marketynhovi doslidzhennia yak instrument vyznachennia stratehichnykh napriamiv innovatsiinoho rozvytku promyslovoho pidpriemstva u sferi tovarnoi polityky. Biznes Inform. 2019. № 4 (495). S. 97-105.
22. Hnatenko I. Upravlinski, marketynhovi ta finansovi pidkhdody otsiniuvannia sotsio-ekoloho-ekonomichnoho efektu vzaiemodii pidpriemstv v umovakh zminy spozhyvychykh perevah. Ekonomichni dyskurs. 2021. № 1-2. S. 111-121.
23. Avershyn S. V. Adaptatsiia pidpriemstv innovatsiinoho aerokosmichnoho klasteru v industrialno-intelktualnu ekonomiku. Zahalnoderzhavnyi naukovo-vyrobnychy i ta informatsiinyi zhurnal «Enerhozberezhennia. Enerhetyka. Enerhoaudyt». 2021. № 1-2 (155-156). S. 3-11.