

ІНСТИТУЦІЙНІ ЧИННИКИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

INSTITUTIONAL FACTORS OF THE DIGITAL TRANSFORMATION OF THE ECONOMY

У статті визначено, що основними інституційними факторами є регуляторні рамки, державна економічна політика, освітні системи та соціальна культура. Встановлено, що цифрова трансформація також кардинально змінює бізнес-моделі, дозволяючи компаніям впроваджувати більш гнучкі та адаптивні підходи. Використання великих даних для аналізу поведінки споживачів допомагає прогнозувати ринкові тенденції та розробляти персоналізовані пропозиції. Автоматизація бізнес-процесів і використання цифрових інструментів управління підвищують ефективність і прискорюють прийняття рішень. Визначено, що нові підходи до управління, зокрема перехід на плоскі організаційні структури, дозволяють збільшити залученість співробітників і створити динамічне робоче середовище. Цифрові технології кардинально змінюють взаємодію з клієнтами, відкриваючи нові канали комунікації та можливості для персоналізації, що покращує клієнтський досвід і зміцнює бренд.

Ключові слова: автоматизація, цифрові технології, плоскі організаційні структури, взаємодія, цифрова трансформація.

The digital transformation of the economy is a multifaceted process that encompasses the introduction of the latest technologies and changes in business processes in various sectors. It includes not only the use of artificial intelligence and cloud computing, but also fundamental changes in work organization and strategic planning. Institutional factors – norms, laws and rules – shape the economic environment and influence the behavior of market participants, playing an important role in this process. The purpose of the article is to study the role of institutional factors in restructuring the organization's interaction with customers in the context of digital transformation. Methods used in the study: theoretical generalization and grouping, formalization, analysis and synthesis, logical generalization of results. The main institutional factors are the regulatory framework that ensures consumer protection and data security, government economic policy that stimulates investment in digitalization, educational systems that prepare specialists for the new reality, and social culture that determines the perception of technological change. These factors create the preconditions for successful business adaptation to digital transformation. Digital transformation is also fundamentally changing business models, allowing companies to adopt more flexible and adaptive approaches. The use of big data to analyze consumer behavior helps to predict market trends and develop personalized offers, which contributes to increased customer satisfaction. In addition, the automation of business processes and the use of digital management tools increase efficiency and speed up decision-making. At the same time, new approaches to management, such as the transition to flat organizational structures, increase employee engagement and create a dynamic work environment. Digital technologies are fundamentally changing the way we interact with our customers, opening up new communication channels and personalization opportunities that improve customer experience and strengthen the brand. Digital transformation is a complex and comprehensive process in which the interaction of technological innovations and institutional factors plays a crucial role in ensuring the competitiveness and sustainability of companies in the current environment.

Key words: automation, digital technologies, flat organizational structures, interaction, digital transformation.

УДК 330.47

DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.14-10>

Брязкало М.М.¹

аспірант,
Міжрегіональна Академія
управління персоналом
Юрченко О.Ю.²

к.е.н.

Briazkalo Maksym

Interregional Academy
of Personnel Management
Yurchenko Oleksandr

PhD in Economics

Постановка проблеми. Інституційні чинники відіграють ключову роль у процесі цифрової трансформації економіки, визначаючи умови, за яких цей перехід відбувається. Вони створюють основу, що дозволяє бізнесу та суспільству ефективно використовувати можливості, які відкривають нові технології. Наявність чітких законів і регуляцій є важливою для створення безпечного та передбачуваного середовища. Це включає захист персональних даних, інтелектуальної власності, а також регулювання діяльності цифрових платформ. Надійні правові рамки дозволяють компаніям інноваційно розвиватися та залучати споживачів. Інвестиції держави у розвиток інфраструктури, підвищення цифрової грамотності, а також у наукові дослідження є вагомим чинником у стимулюванні цифрових перетворень. Підтримка освітніх програм та інноваційних

ініціатив дозволяє суспільству адаптуватися до нових технологій. Тісна взаємодія між науковими організаціями, університетами та приватними компаніями прискорює процес впровадження технологій. Спільні дослідження та розробки допомагають створювати нові рішення, які можуть швидше і легше інтегруватися в економіку. Інституційні чинники формують культуру інновацій у суспільстві. Підтримка стартапів, підприємницьких ініціатив і можливостей для експериментування створює динамічну екосистему, що сприяє появі нових ідей і бізнесів. Прийняття цифрових технологій серед населення значною мірою залежить від соціальних норм та готовності користувачів до адаптації. Позитивне ставлення до змін сприяє швидшому впровадженню інновацій у повсякденне життя.

У комплексі ці чинники створюють основу для успішної цифрової трансформації, забезпечуючи

¹ ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-2407-8091>

² ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-3915-7676>

не лише економічне зростання, а й підвищення загальної конкурентоспроможності країни на глобальному рівні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженню інституційних факторів в цифровій трансформації економіки присвячено праці іноземних та українських вчених. Acemoglu D. та Robinson J. [1] вивчали роль інституцій у розвитку економіки, включаючи технологічні зміни. Scott W. R. [7] проаналізував роль інституцій в організаційній поведінці та їхній вплив на економічні процеси. Crouch C. [2] досліджує інституційні та економічні зміни в умовах глобальної економіки та технологічного прогресу. Helbing D. [4] аналізує соціальні та інституційні виклики, пов'язані з автоматизацією та цифровими трансформаціями. Rifkin J. [5] охарактеризував економічні та інституційні зміни, спричинені цифровізацією економіки. Wirtz V. W., Weyerer J. C. та Geyer C. [8] вивчали роль штучного інтелекту та інституційні виклики в державному секторі. Fukuyama F. [3] проаналізував вплив інституцій на політичний та економічний розвиток у світлі технологічних змін. Rodrik D. [6] досліджує, як глобалізація та технологічні інновації змінюють економічні інститути. Трохимець О., Томарева-Патлахова В. та Семенов А. [11] дослідили вплив цифрових технологій, зокрема штучного інтелекту, блокчейну, інтернету речей (IoT) і аналітики великих даних, на трансформацію бізнес-моделей, операцій та ланцюжків створення вартості. Дубина М. В. [9] зосередилася на теоретичних аспектах інституціоналізму як напрямку економічної науки. Хаустова М. Г. [12] проаналізувала ключову роль держави у процесах цифровізації та необхідність формування системної державної політики в цій сфері. Малий І. Й. та Цедік М. Г. [10] вивчили несприятливі інституційні чинники, що заважають ефективній цифровізації в Україні.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження ролі інституційних факторів у перебудові взаємодії організації з клієнтами в умовах цифрової трансформації.

Виклад основного матеріалу. Цифрова трансформація економіки – це складний і масштабний процес, який охоплює впровадження нових технологій та зміну бізнес-процесів у різних галузях. Це не просто інтеграція таких технологій, як штучний інтелект, блокчейн чи хмарні обчислення, а глибока перебудова організації праці, взаємодії з клієнтами та стратегічного планування. Ключову роль у цьому процесі відіграють інституційні фактори, які створюють сприятливе середовище для успішної адаптації та розвитку цифрових рішень.

Інституційні чинники, такі як правила, закони та стандарти, формують економічний контекст, у якому діють компанії. Їхня важливість для цифрової трансформації полягає у тому, що вони

впливають на всі аспекти діяльності бізнесу, від захисту прав до стимулювання інновацій.

Законодавство має забезпечити правовий захист споживачів, безпеку даних і збереження інтелектуальної власності. Без надійної правової бази компанії можуть зіткнутися з ризиками, що стримуватиме їхній розвиток і бажання інвестувати в цифрові технології.

Урядова підтримка у вигляді фінансових стимулів, таких як податкові пільги чи субсидії, може значно прискорити темпи цифровізації. Державні програми, спрямовані на розвиток інноваційних компаній і стартапів, створюють сприятливі умови для впровадження нових технологій.

Підготовка кадрів для роботи у цифровій економіці є критично важливою. Освітні заклади повинні готувати фахівців із програмування, аналізу даних та інших актуальних напрямків, щоб забезпечити ринок кваліфікованими кадрами.

Готовність суспільства приймати нові технології безпосередньо впливає на швидкість і якість впровадження інновацій. Суспільства, які позитивно сприймають зміни, проходять процес цифровізації значно легше та швидше.

Традиційні бізнес-моделі зосереджувалися на статичних процесах та взаємодіях, але цифрова трансформація відкриває шлях до більш гнучких і динамічних рішень. Компанії можуть використовувати дані для створення адаптивних моделей, які швидко реагують на зміни ринку та дозволяють ефективно управляти бізнес-процесами. Наприклад, завдяки хмарним обчисленням, інтернету речей (IoT) та аналітиці великих даних підприємства можуть суттєво оптимізувати свою діяльність.

Одним із ключових аспектів цифрової трансформації є можливість використання великих даних для аналізу поведінки споживачів. Компанії тепер можуть збирати та обробляти величезні обсяги даних про своїх клієнтів, що дозволяє їм:

- аналізувати поведінку споживачів – збір та аналіз даних дозволяють компаніям ідентифікувати поведінкові патерни споживачів, краще розуміти їхні потреби та адаптувати свої пропозиції;
- прогнозувати ринкові тренди – на основі історичних даних бізнес може передбачати зміни у попиті, що дає змогу компаніям реагувати на ринок заздалегідь, змінюючи цінову стратегію чи впроваджуючи нові продукти.

За допомогою аналітики великих даних компанії можуть створювати персоналізовані пропозиції, що підвищує задоволеність клієнтів і, як наслідок, лояльність. Наприклад, алгоритми аналізують уподобання клієнтів і дозволяють компаніям пропонувати продукти та послуги, які відповідають їхнім інтересам. Це особливо ефективно в електронній комерції та стрімінгових сервісах. Персоналізовані рекламні кампанії, засновані на поведінкових

даних, підвищують ефективність комунікації з клієнтами та ймовірність успішної конверсії.

Цифрова трансформація також сприяє зміні самих бізнес-процесів. Компанії можуть: автоматизувати процеси (використання штучного інтелекту та роботів для автоматизації рутинних операцій дозволяє скоротити витрати та підвищити ефективність), реагувати в реальному часі (сучасні системи управління даними допомагають компаніям швидко адаптуватися до змін на ринку та запропонувати клієнтам інноваційні рішення).

Цифрова трансформація економіки – це не тільки виклик, а й потужний інструмент для розвитку. Вона вимагає всебічної інтеграції технологій у бізнес-процеси та змін у стратегіях управління. Інституційна підтримка, адаптація бізнес-моделей та використання великих даних створюють можливості для компаній бути конкурентоспроможними в новому цифровому світі. Ті, хто успішно пройде цей шлях, не лише виживуть, а й досягнуть значного успіху на глобальному ринку.

Цифровізація суттєво змінює підходи до управління організаціями, відходячи від традиційних ієрархій до гнучкіших і ефективніших моделей. Там, де раніше домінував жорсткий розподіл ролей і формальних повноважень, зараз на перший план виходять плоскі структури управління, що сприяють швидкому прийняттю рішень і створюють більш залучену й активну команду. Ця зміна зачіпає як внутрішню організацію роботи, так і взаємодію із зовнішніми партнерами, допомагаючи організаціям адаптуватися до нових реалій ринку.

Плоска структура управління передбачає скорочення кількості ієрархічних рівнів, що призводить до більшої оперативності та ефективності. В умовах сучасного бізнесу, коли зміни відбуваються швидко, здатність оперативно реагувати стає вирішальним фактором успіху. Менша кількість рівнів управління знижує потребу в численних погодженнях, що дає можливість швидше ухвалювати рішення та адаптуватися до змін ринку. У плоскій структурі співробітники отримують більше автономії та можливостей впливати на прийняття рішень. Це не тільки підвищує їхню відповідальність, але й сприяє розвитку культури

довіри та взаємопідтримки, що позитивно впливає на мотивацію та продуктивність.

Щоб ефективно впровадити гнучкі підходи до управління, сучасні організації активно використовують цифрові інструменти, які полегшують комунікацію, управління проектами та співпрацю (рис. 1).

Цифрові платформи, такі як Slack, Microsoft Teams або Trello, дозволяють команді постійно підтримувати зв'язок, ділитися ідеями та інформацією в режимі реального часу. Це знижує ймовірність непорозумінь, підвищує прозорість комунікацій та допомагає швидко вирішувати проблеми.

Завдяки хмарним технологіям співробітники мають постійний доступ до ресурсів і даних з будь-якого куточка світу. Це особливо важливо для віддаленої роботи, оскільки дозволяє зберігати продуктивність незалежно від того, де перебуває працівник.

Платформи для управління проектами допомагають відстежувати прогрес, розподіляти завдання та встановлювати дедлайни, що робить робочий процес більш організованим і прозорим. Це створює середовище, де кожен член команди розуміє свою роль і відповідальність, що підвищує ефективність виконання завдань.

Цифрові технології докорінно змінюють спосіб, у який компанії взаємодіють зі своїми клієнтами, відкриваючи нові можливості для спілкування, продажу та підвищення лояльності. Соціальні мережі, мобільні додатки та платформи електронної комерції надають брендам нові способи встановлювати тісніші та ефективніші зв'язки з клієнтами. Це не лише підвищує якість клієнтського досвіду, але й допомагає компаніям здобувати значні конкурентні переваги.

Такі платформи, як Facebook, Instagram і Twitter, стали основними каналами для побудови стосунків із клієнтами. Компанії не тільки просувають свої товари й послуги, але й активно ведуть діалог зі споживачами, реагуючи на коментарі, відгуки та запити в реальному часі. Така взаємодія створює відчуття близькості та залученості, дозволяючи бренду стати ближчим до своїх клієнтів.

З поширенням мобільних пристроїв компанії все частіше створюють власні додатки для покращення взаємодії з клієнтами. Через ці додатки користувачі можуть легко отримувати інформацію

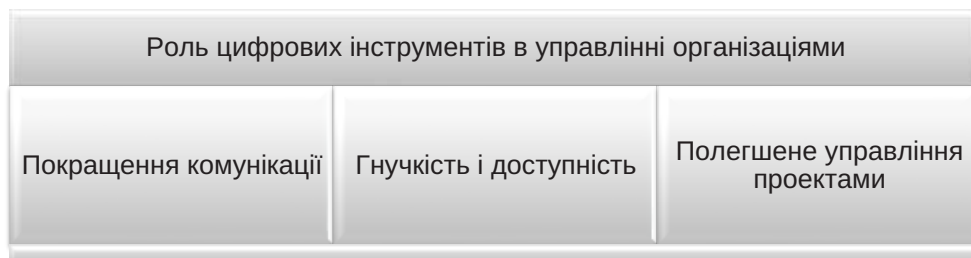


Рис. 1. Роль цифрових інструментів в управлінні організаціями

Джерело: розробка авторів

про продукти, здійснювати покупки та бути в курсі нових акцій. Завдяки пуш-повідомленням компанії можуть миттєво сповіщати клієнтів про спеціальні пропозиції, що збільшує їхню залученість.

Платформи електронної торгівлі, як-от Amazon і eBay, змінили підхід до покупок, пропонуючи клієнтам можливість зручно здійснювати покупки онлайн. Завдяки технологіям штучного інтелекту та машинного навчання ці платформи стають дедалі адаптивнішими, забезпечуючи персоналізовані рекомендації та спрощуючи процес купівлі.

Однією з найбільших переваг цифровізації є можливість персоналізації взаємодії з клієнтами (рис. 2). Збір і аналіз даних про поведінку клієнтів дозволяє компаніям пропонувати індивідуальні рішення, що значно покращують досвід споживача.

Аналіз даних – компанії збирають інформацію про своїх клієнтів – їхні покупки, активність на сайті, вподобання. Це дозволяє створювати точні профілі клієнтів і пропонувати їм саме ті продукти й послуги, які найбільше відповідають їхнім потребам.

Персоналізовані пропозиції – на основі зібраних даних бренди можуть надсилати клієнтам персоналізовані рекомендації та пропозиції, що відображають їхні інтереси. Це можуть бути спеціальні знижки на товари, які клієнт уже розглядав, або пропозиції, які відповідають його індивідуальним уподобанням.

Оптимізація клієнтського шляху – персоналізація допомагає брендам створювати індивідуальні шляхи взаємодії для кожного клієнта. Це дозволяє швидше знаходити потрібну інформацію або продукти, роблячи взаємодію з брендом приємнішою та ефективнішою.

Завдяки таким цифровим інструментам компанії можуть встановлювати тісніші зв'язки зі споживачами, надавати їм релевантні послуги та продукти й створювати позитивний клієнтський досвід, який сприяє тривалій лояльності та росту бренду.

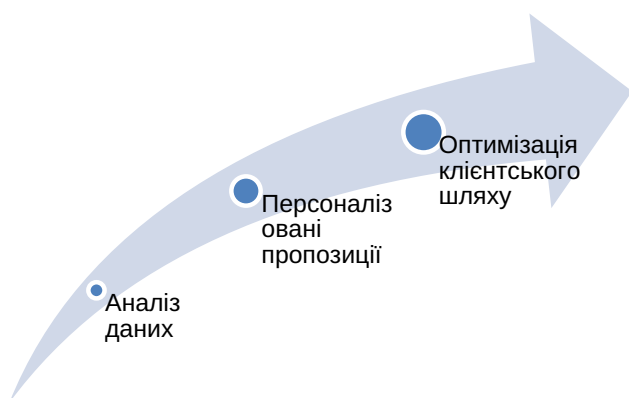


Рис. 2. Етапи персоналізації взаємодії з клієнтами

Джерело: розробка авторів

Автоматизація відіграє важливу роль у підвищенні якості обслуговування клієнтів, дозволяючи компаніям швидко й ефективно реагувати на їхні запити та проблеми. Використання сучасних технологій не лише прискорює процеси, а й робить взаємодію з клієнтами більш комфортною та персоналізованою.

Сьогодні чат-боти та віртуальні помічники забезпечують клієнтів цілодобовою підтримкою, відповідаючи на питання та допомагаючи вирішувати проблеми в будь-який час доби. Це значно покращує доступність сервісу та знижує навантаження на команду підтримки, дозволяючи їм зосередитися на більш складних запитах.

Інтеграція CRM (систем управління взаємовідносинами з клієнтами) дозволяє компаніям ефективно відстежувати всі взаємодії з клієнтами.

Системи, які автоматично аналізують клієнтські взаємодії, дають змогу виявляти проблеми ще на ранньому етапі та оперативно їх вирішувати. Це підвищує рівень задоволеності клієнтів і допомагає уникнути негативного досвіду.

Завдяки автоматизації та персоналізації компанії можуть створювати виняткові користувацькі досвіди, які підвищують лояльність клієнтів і зміцнюють їхню прив'язаність до бренду. Коли бренди активно взаємодіють зі своїми клієнтами та враховують їхні вподобання, це сприяє створенню глибшого емоційного зв'язку. Клієнти частіше вибирають ті компанії, з якими відчувають певну близькість і до яких вони мають довіру.

Якісний та позитивний клієнтський досвід приводить до того, що клієнти знову звертаються до компанії та рекомендують її іншим. Це допомагає поліпшити репутацію бренду і збільшити кількість повторних покупок.

Ті компанії, які ефективно використовують цифрові технології для створення персоналізованих та автоматизованих взаємодій із клієнтами, отримують значну перевагу на ринку. Їхні конкуренти, що досі використовують традиційні підходи, ризикують відставати в гонитві за лояльністю споживачів.

Автоматизація не тільки робить взаємодію з клієнтами більш зручною, але й допомагає компаніям встановлювати тривалі стосунки з клієнтами, підвищуючи їхню лояльність і довіру до бренду.

Інституційні фактори та технологічні інновації постійно взаємодіють, впливаючи одне на одного. З одного боку, успішне впровадження нових технологій може змінювати інституційне середовище, стимулюючи перегляд правил і регуляцій для адаптації до нових умов. Наприклад, нові бізнес-моделі можуть вимагати зміни існуючих законів. З іншого боку, чітка та підтримуюча інституційна структура здатна прискорити цифрову трансформацію, створюючи необхідні умови для швидшого та ефективнішого використання технологій.

Розвиток фінансових технологій (FinTech) багато в чому залежить від гнучкості регуляторних рамок, що підтримують інновації. Наприклад, ліцензування нових платформ і захист даних користувачів мають ключове значення. Країни, які пропонують сприятливі умови для регулювання, часто стають центрами розвитку фінансових технологій.

Успіх у сфері електронної комерції великою мірою залежить від підтримки уряду, зокрема через законодавство щодо онлайн-продажів і розвиток інфраструктури, яка забезпечує доступ до інтернету та ефективну логістику. Інституційні фактори допомагають створити сприятливе середовище для зростання електронної комерції, полегшуючи компаніям вихід на ринок та ефективне обслуговування клієнтів.

Співпраця між технологічними інноваціями та інституційними змінами є критично важливою для успішної цифрової трансформації.

Висновки. Цифрова трансформація економіки – це складний та багатогранний процес, який потребує не лише впровадження новітніх технологій, як-от штучний інтелект чи хмарні обчислення, а й глибоких змін у підходах до управління бізнесом. Успіх цього переходу залежить від здатності компаній адаптувати свої бізнес-процеси до нових умов, водночас враховуючи важливі інституційні фактори. Ключові інституційні фактори включають чіткі регуляторні рамки, спрямовані на захист прав споживачів і підтримку інновацій, економічну політику, що стимулює розвиток цифрових технологій, освітні системи, які готують фахівців нового покоління, а також культурні настанови, що визначають готовність суспільства до змін. Ці елементи створюють сприятливі умови для бізнесу, допомагаючи йому швидше адаптуватися до цифрової ери.

Зміни в організаційних структурах, такі як перехід до плоских моделей управління та активне використання цифрових інструментів, дають змогу підвищити ефективність взаємодії всередині компаній і з клієнтами. Цей підхід сприяє гнучкості, швидшому прийняттю рішень і підвищенню залученості співробітників.

Отже, для успішної цифрової трансформації важливо поєднувати технологічні інновації з інституційними умовами. Це дозволяє не тільки оптимізувати внутрішні процеси, але й створювати унікальний клієнтський досвід, що допоможе компаніям залишатися конкурентоспроможними та успішними на ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Acemoglu D., Robinson J. Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty. *Crown Business*. 2012. URL: https://www.researchgate.net/publication/254939196_Why_Nations_Fail_The_Origins_of_Power_Prosperty_and_Poverty_review

2. Crouch C. The Strange Non-death of Neoliberalism. *Polity Press*. 2011. URL: <https://www.jstor.org/stable/41783706>

3. Fukuyama F. Political Order and Political Decay: From the Industrial Revolution to the Globalization of Democracy. *Farrar, Straus and Giroux*. 2015. URL: <https://www.jstor.org/stable/intesociocierevi.91.1.15>

4. Helbing D. The Automation of Society is Next: How to Survive the Digital Revolution. *Springer*. 2015. URL: https://www.researchgate.net/publication/281348054_The_Automation_of_Society_is_Next_How_to_Survive_the_Digital_Revolution_Preprint_version_v0_for_comment_only_not_for_distribution

5. Rifkin J. The Zero Marginal Cost Society: The Internet of Things, the Collaborative Commons, and the Eclipse of Capitalism. *Palgrave Macmillan*. 2014. URL: https://www.researchgate.net/publication/287967463_The_Zero_Marginal_Cost_Society_The_Internet_of_Things_the_Collaborative_Commons_and_the_Eclipse_of_Capitalism

6. Rodrik D. The Globalization Paradox: Democracy and the Future of the World Economy. *W.W. Norton & Company*. 2011. URL: <https://drodrik.scholar.harvard.edu/publications/globalization-paradox-democracy-and-future-world-economy>

7. Scott W. R. Institutions and Organizations: Ideas, Interests, and Identities. *SAGE Publications*. 2014. URL: https://www.academia.edu/48613003/W_Richard_Scott_Institutions_and_Organizations_Ideas_Interests_and_Identities

8. Wirtz B. W., Weyerer J. C., & Geyer C. Artificial Intelligence and the Public Sector – Applications and Challenges. *International Journal of Public Administration*. 2019. Vol. 42(7). P. 596–615.

9. Дубина М. В. Теоретична основа інституціоналізму як наукового напрямку економічної науки. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2017. Вип. 27, ч. 1. С. 8–11.

10. Малий І. Й., Цедік М. Г. Інституційний вимір цифровізації державного управління в Україні. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2022. № 2. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=2618>

11. Трохимець О., Томарева-Патлахова В., Семенов А. Цифрова економіка та трансформація традиційних індустрій: виклики та можливості інституціоналізації цифрової економіки. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59. DOI: <https://doi.org/10.3278/2/2524-0072/2024-59-168>

12. Хаустова М. Г. Державна політика в сфері цифровізації: теоретичний аспект. II Міжнародна наукова конференція «Комплексний підхід до модернізації науки: методи, моделі та мультидисциплінарність», 26.08.2022; Чернівці. DOI: <https://doi.org/10.36074/mcnd-26.08.2022>

REFERENCES:

1. Acemoglu, D., & Robinson, J. (2012). Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty. *Crown Business*. Available at: https://www.researchgate.net/publication/254939196_Why_Nations_Fail_The_Origins_of_Power_Prosperty_and_Poverty_review

2. Crouch, C. (2011). The Strange Non-death of Neoliberalism. *Polity Press*. Available at: <https://www.jstor.org/stable/41783706>
3. Fukuyama, F. (2015). Political Order and Political Decay: From the Industrial Revolution to the Globalization of Democracy. *Farrar, Straus and Giroux*. Available at: <https://www.jstor.org/stable/intesocierevi.91.1.15>
4. Helbing, D. (2015). The Automation of Society is Next: How to Survive the Digital Revolution. *Springer*. Available at: https://www.researchgate.net/publication/281348054_The_Automation_of_Society_is_Next_How_to_Survive_the_Digital_Revolution_Preprint_version_v0_for_comment_only_not_for_distribution
5. Rifkin, J. (2014). The Zero Marginal Cost Society: The Internet of Things, the Collaborative Commons, and the Eclipse of Capitalism. *Palgrave Macmillan*. Available at: https://www.researchgate.net/publication/287967463_The_Zero_Marginal_Cost_Society_The_Internet_of_Things_the_Collaborative_Commons_and_the_Eclipse_of_Capitalism
6. Rodrik, D. (2011). The Globalization Paradox: Democracy and the Future of the World Economy. *W.W. Norton & Company*. Available at: <https://drodrik.scholar.harvard.edu/publications/globalization-paradox-democracy-and-future-world-economy>
7. Scott, W. R. (2014). Institutions and Organizations: Ideas, Interests, and Identities. *SAGE Publications*. Available at: https://www.academia.edu/48613003/W_Richard_Scott_Institutions_and_Organizations_Ideas_Interests_and_Identities
8. Wirtz, B. W., Weyerer, J. C., & Geyer, C. (2019). Artificial Intelligence and the Public Sector – Applications and Challenges. *International Journal of Public Administration*, 42(7), pp. 596–615.
9. Dubyna, M. V. (2017). Teoretychna osnova instytutsionalizmu yak naukovooho napriamu ekonomichnoi nauky [The Theoretical Basis of Institutionalism as a Scientific Area of Economic Science]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya „Ekonomika i menedzhment – Scientific Bulletin of the International Humanitarian University. Series “Economics and Management*. vol. 27(1), pp. 8–11.
10. Malyi, I. Y., Tsedik, M. H. (2022). Instytutsiyni vymir tsyfrovizatsii derzhavnoho upravlinnia v Ukraini [Institutional Dimension of Public Administration Digitalization in Ukraine]. *Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok – Public administration: improvement and development*, no. 2. Available at: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=2618>
11. Trokhymets, O., Tomareva-Patlahova, V., Semenov, A. (2024). Tsyfrova ekonomika ta transformatsiia tradytsiinykh industrii: vyklyky ta mozhyvosti instytutsionalizatsii tsyfrovoy ekonomiky [Digital Economy and Transformation of Traditional Industries: Challenges and Opportunities for Institutionalizing the Digital Economy]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, no. 59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-168>
12. Khaustova, M. H. Derzhavna polityka v sferi tsyfrovizatsii: teoretychnyi aspekt [State policy in the field of digitalization: theoretical aspect]. Available at: <https://archive.mcnd.org.ua/index.php/conference-proceeding/article/download/217/217/222>