

УДК 658.6

DOI: 10.30857/2786-5398.2024.5.12

Владислав О. Тимофеев

*Західноукраїнський національний університет, Тернопіль, Україна*

### ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Конкурентоспроможність підприємства є однією з основних характеристик, що визначає його здатність успішно функціонувати на ринку та забезпечувати стабільний розвиток у довгостроковій перспективі. У сучасних умовах глобалізації, технологічних змін і посилення конкуренції, для підприємств стає критично важливим не тільки підтримка стабільної позиції на ринку, а й постійне вдосконалення власної стратегії з метою підвищення своєї конкурентоспроможності. Успішне формування такої стратегії включає комплексний підхід до аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, а також розробку конкретних дій, спрямованих на покращення ефективності його діяльності та збільшення ринкової частки. У процесі формування стратегії забезпечення конкурентоспроможності важливу роль відіграють фактори, як-от інноваційність, якість продукції, оптимізація витрат, маркетингова активність і здатність швидко реагувати на зміни попиту та тенденції ринку. Підприємства, що не приділяють увагу стратегічному плануванню та адаптації до нових умов, ризикують втратити свої позиції на ринку і не зможуть забезпечити свою стійкість у майбутньому. Тому, формування ефективної стратегії конкурентоспроможності стає необхідною умовою для будь-якого підприємства, яке прагне досягти успіху в умовах високої конкуренції. Це передбачає не лише розробку довгострокових цілей, а й створення механізмів для їх реалізації, адаптацію до змін в економічному середовищі та використання інноваційних технологій для зміцнення конкурентних переваг. Важливо також урахувати стратегічну орієнтацію на сталий розвиток і забезпечення високих соціальних та екологічних стандартів. Особливо важливою є здатність підприємства до швидкої реакції на зміни зовнішнього середовища та нові вимоги споживачів, що визначає конкурентну перевагу в умовах глобалізації та швидких технологічних змін. Розробка та реалізація стратегії конкурентоспроможності потребує глибокого аналізу ринкових умов, ефективного використання наявних ресурсів та постійного вдосконалення процесів в межах підприємства. Таким чином, забезпечення конкурентоспроможності є не одноразовим заходом, а постійним процесом, який вимагає комплексного підходу, адаптації до змін та постійного вдосконалення. Підприємства, що ефективно управляють своїми конкурентними перевагами, мають більші шанси на досягнення стабільного успіху та лідерства на ринку.*

**Ключові слова:** стратегія; інновації; інноваційна діяльність; інноваційна активність; підприємництво; інноваційні зміни; трансформації; інноваційний потенціал; інноваційні стратегії; екосистема підприємництва; модернізація; управління; розвиток; розвиток підприємництва.

Vladyslav O. Tymofeiev

*West Ukrainian National University, Ternopil, Ukraine*

### FORMATION OF A STRATEGY TO ENSURING THE COMPETITIVENESS OF AN ENTERPRISE

*The competitiveness of an enterprise is one of the main characteristics that determines its ability to successfully function in the market and ensure stable development in the long term. In today's conditions of globalization, technological changes and increased competition, it is critically important for enterprises not only to maintain a stable position in the market, but also to constantly*

*improve their own strategy in order to increase their competitiveness. The successful formation of such a strategy includes a comprehensive approach to analyzing the internal and external environment of the enterprise, as well as the development of specific actions aimed at improving the efficiency of its activities and increasing market share. In the process of forming a strategy to ensure competitiveness, factors such as innovation, product quality, cost optimization, marketing activity and the ability to quickly respond to changes in demand and market trends play an important role. Enterprises that do not pay attention to strategic planning and adaptation to new conditions risk losing their positions in the market and will not be able to ensure their sustainability in the future. Therefore, the formation of an effective competitiveness strategy becomes a necessary condition for any enterprise that seeks to achieve success in conditions of high competition. This involves not only the development of long-term goals, but also the creation of mechanisms for their implementation, adaptation to changes in the economic environment and the use of innovative technologies to strengthen competitive advantages. It is also important to take into account the strategic orientation towards sustainable development and ensuring high social and environmental standards. The ability of the enterprise to quickly respond to changes in the external environment and new consumer requirements is especially important, which determines competitive advantage in the conditions of globalization and rapid technological changes. The development and implementation of a competitiveness strategy requires a deep analysis of market conditions, effective use of available resources and constant improvement of processes within the enterprise. Thus, ensuring competitiveness is not a one-time event, but a continuous process that requires an integrated approach, adaptation to changes and continuous improvement. Enterprises that effectively manage their competitive advantages have a greater chance of achieving sustainable success and leadership in the market.*

**Keywords:** *strategy; innovation; innovative activity; innovative activity; entrepreneurship; innovative changes; transformations; innovative potential; innovative strategies; entrepreneurship ecosystem; modernization; management; development; entrepreneurship development.*

**Вступ.** У сучасних умовах глобалізації та високої конкуренції підприємства зіштовхуються з необхідністю постійного вдосконалення та адаптації до змін у ринковому середовищі. Конкурентоспроможність є одним із ключових факторів, що визначає здатність підприємства успішно конкурувати на ринку, забезпечувати стійкий розвиток і отримувати прибуток. Тому формування стратегії забезпечення конкурентоспроможності є важливим етапом у довгостроковому плануванні бізнесу.

Стратегія конкурентоспроможності підприємства передбачає розробку та впровадження набору заходів, спрямованих на досягнення та збереження конкурентних переваг у порівнянні з іншими учасниками ринку. Вона включає в себе комплексний аналіз як зовнішнього, так і внутрішнього середовища підприємства, оцінку конкурентних сил, виявлення ключових факторів успіху та розробку ефективних методів досягнення поставлених цілей [1, 3, 5, 7–9].

Сутність стратегії забезпечення конкурентоспроможності полягає в тому, щоб підприємство могло забезпечити свою сталу присутність на ринку, відповідаючи на виклики зовнішнього середовища, та здатне на постійній основі вдосконалювати свої ресурси, процеси та пропозиції. Важливими аспектами стратегії є інноваційність, якість продукції, ціноутворення, маркетинг, а також здатність адаптуватися до змін у вимогах споживачів [2, 4, 6].

Таким чином, стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємства є основою для досягнення успіху в умовах жорсткої конкуренції, адже дозволяє фокусувати

зусилля на найважливіших аспектах діяльності та забезпечувати високі результати в довгостроковій перспективі.

**Аналіз сучасної літератури.** Формування стратегії розвитку підприємства є одним з найскладніших і найважливіших етапів у процесі управління, оскільки визначає напрямки і підходи, що забезпечать його стабільний розвиток, конкурентоспроможність та ефективне функціонування в умовах змінного бізнес-середовища. Однак, на практиці формування стратегії стикається з низкою проблем і викликів, що можуть ускладнити цей процес і негативно вплинути на результат. Однією з головних проблем є невизначеність і непередбачуваність зовнішнього середовища, в якому функціонує підприємство. Різноманітні економічні, політичні, соціальні та технологічні фактори можуть значно вплинути на досягнення стратегічних цілей. Наприклад, економічні кризи, зміни в законодавстві, коливання валютних курсів, зміни в споживчих уподобаннях — усе це створює ризики для підприємства і ускладнює процес розробки ефективної стратегії розвитку. Саме тому представлена проблематика знайшла своє відображення в роботах багатьох вчених, серед яких можливо виділити наступних: Л. Джаух, Г. Джонсон, А. Роуз, К. Скулз, Д. Шендел, К. Хаттен, А. Томпсон, А. Стрікленд, Р. Бруханський, О. Біловодська, Є. Белий, Н. Гавкалова, Р. Галгаш, І. Гонтарева, І. Ілляшенко, А. Крисоватий, О. Кузьмін, О. Мних, Є. Овчаренко, І. Отенко, П. Перерва, В. Пономаренко, І. Романова, І. Семененко, Н. Федулова, Т. Шталь, О. Ястремська та інші.

Також слід зауважити, що динаміка змін сьогодні дозволяє продовжити дослідження представлено питання через інноваційні зміни, цифровізацію та глобалізацію економічного середовища.

**Метою** статті є визначення особливостей формування стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

**Результати дослідження.** Формування стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства є ключовим етапом у його розвитку, оскільки визначає напрямки та інструменти для утримання та зміцнення позицій на ринку. У сучасних умовах високої конкуренції, глобалізації та швидких змін на ринку, ефективна стратегія дозволяє підприємству не лише вижити, а й розвиватися, підвищуючи свою ринкову частку та прибутковість. Стратегія забезпечення конкурентоспроможності включає в себе вибір оптимальних ресурсів, адаптацію до змінного середовища, інноваційні підходи, а також постійне вдосконалення продуктів, послуг і процесів підприємства з метою досягнення сталого конкурентного лідерства.

Стратегія забезпечення конкурентоспроможності охоплює кілька основних напрямів, які є критично важливими для підприємства, що представлено в таблиці 1.

Таблиця 1

Стратегічні напрями

Напрямок	Опис
Інноваційність і технологічний розвиток	Постійне вдосконалення технологічних процесів і впровадження нових технологій є важливим елементом стратегії конкурентоспроможності, що дозволяє підприємствам знижувати витрати, підвищувати якість продукції та послуг, а також створювати нові конкурентні переваги, які відповідають вимогам сучасного ринку.
Диференціація продукції і послуг	Підприємства, що здатні запропонувати споживачам унікальні або високоякісні продукти, мають значну конкурентну перевагу. Диференціація може бути досягнута через інновації, спеціалізацію продукції або надання додаткових послуг, які підвищують її привабливість для покупців.

Закінчення табл. 1

Напрямок	Опис
Ціноутворення	Конкурентоспроможність також значною мірою залежить від здатності підприємства встановлювати ціни, які забезпечують баланс між прибутковістю та доступністю для споживачів.
Маркетинг і брендинг	Потужна маркетингова стратегія є основою для привертання уваги споживачів та побудови лояльності до бренду. Важливим елементом є також здатність підприємства швидко реагувати на зміни в попиті та уподобаннях клієнтів, що дозволяє утримувати і збільшувати частку ринку.
Покращення організаційної структури та управління	Задля підвищення конкурентоспроможності підприємствам необхідно оптимізувати внутрішні процеси, підвищувати ефективність управління, знижувати адміністративні витрати та забезпечувати гнучкість у прийнятті рішень.
Вивчення зовнішнього середовища та адаптація до змін	В умовах постійних змін на ринку, підприємства повинні активно моніторити економічні, політичні та соціальні тенденції, а також адаптувати свою стратегію до нових умов. Прогнозування змін у законодавстві, розвитку технологій та змінах у поведінці споживачів дозволяє оперативно коригувати стратегію для збереження конкурентоспроможності.

Джерело: складено на основі [2, 6, 7, 10–14].

Таким чином, стратегія забезпечення конкурентоспроможності є динамічним і багатограним процесом, що включає всі аспекти діяльності підприємства – від інновацій і маркетингу до управлінських та організаційних змін. Вона вимагає комплексного підходу і постійної адаптації до умов ринку. Сформулювавши і реалізувавши таку стратегію, підприємства можуть не лише утримувати свої позиції на ринку, але й активно зростати та отримувати стабільні прибутки в умовах жорсткої конкуренції.

Спираючись на теоретичні дослідження [1–14] визначимо поняття формування стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства як складний і багатограний процес, що потребує врахування низки внутрішніх і зовнішніх факторів. Для того, щоб підприємство могло успішно конкурувати на ринку, його стратегія має бути гнучкою, адаптивною та спрямованою на довгостроковий розвиток. Наведемо кілька основних особливостей, які визначають процес формування такої стратегії в таблиці 2.

Таблиця 2

**Особливості формування стратегії конкурентоспроможності підприємства**

Складова	Характеристика
Аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів	Перед розробкою стратегії важливо провести детальний аналіз як внутрішнього стану підприємства (ресурси, процеси, продукція), так і зовнішнього середовища (економічні умови, конкурентне середовище, потреби споживачів).
Інноваційність	Стратегії підприємств повинні орієнтуватися на постійне вдосконалення продуктів і послуг, а також на впровадження новітніх технологій, які дозволяють знижувати витрати, підвищувати якість та створювати нові конкурентні переваги.
Орієнтація на потреби споживачів	Створення високоякісних продуктів або послуг, що відповідають очікуванням клієнтів, а також своєчасна реакція на зміни в попиті є важливими складовими стратегії.

Закінчення табл. 2

Складова	Характеристика
Диференціація та позиціонування	Однією з ключових особливостей стратегії є диференціація продукту або послуги. Це дозволяє підприємству виокремитися серед конкурентів, створюючи унікальні пропозиції або додаючи додаткову цінність для споживачів. Ясно визначене позиціонування допомагає підприємству зайняти свою нішу на ринку і будувати сильний бренд.
Гнучкість і здатність до адаптації	У зв'язку з швидкими змінами на ринку, стратегія повинна бути гнучкою і здатною швидко адаптуватися до нових умов. Це передбачає регулярний моніторинг ринку, коригування стратегії у відповідь на нові можливості чи загрози.
Постійне вдосконалення і навчання	Стратегії повинні включати елементи навчання та розвитку, щоб підвищити ефективність діяльності та залишатися конкурентоспроможними в умовах мінливого середовища.
Оптимізація витрат і ресурсів	Стратегії забезпечення конкурентоспроможності також повинні включати ефективне управління ресурсами та оптимізацію витрат. Це дозволяє не лише підвищити прибутковість підприємства, а й зберегти конкурентні переваги на тлі змін у ціноутворенні та економічних умовах.
Залучення інвестицій та розвиток партнерств	Для реалізації стратегії конкурентоспроможності часто необхідні додаткові інвестиції в розвиток нових технологій, маркетингових кампаній або розширення виробництва. Партнерські відносини з іншими компаніями також можуть стати важливою частиною стратегії для доступу до нових ринків, ресурсів або технологій.
Управління ризиками та забезпечення стабільності	В умовах невизначеності ринку і глобальних економічних змін підприємства повинні включати в стратегію елементи управління ризиками. Це передбачає здатність підприємства реагувати на різноманітні зовнішні та внутрішні загрози, зберігаючи при цьому стабільність і конкурентні переваги. Використання методів диверсифікації, хеджування та інших інструментів для мінімізації ризиків є важливою складовою стратегії забезпечення конкурентоспроможності.
Підвищення рівня корпоративної культури	Стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства також повинні включати елементи розвитку корпоративної культури та залучення співробітників до процесу прийняття рішень. Сильна корпоративна культура допомагає мотивувати працівників, підвищує рівень їх залученості до досягнення стратегічних цілей і створює сприятливе середовище для інновацій та зростання.
Визначення критеріїв ефективності та моніторинг результатів	Важливою особливістю формування стратегії є чітке визначення критеріїв ефективності реалізації стратегії. Для цього підприємство повинно встановити ключові показники результативності (KPI), які дозволяють оцінювати прогрес і вчасно коригувати стратегію, якщо вона не дає бажаних результатів. Моніторинг та аналіз результатів допомагають виявляти слабкі місця та шукати шляхи їх покращення.

Джерело: запропоновано автором.

Таким чином, формування стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства є процесом, що вимагає ретельного аналізу, врахування різноманітних факторів і здатності адаптуватися до змін. Тільки стратегія, яка поєднує інноваційність,

гнучкість, орієнтацію на споживача та ефективне управління ресурсами, може забезпечити підприємству стабільне місце на ринку та конкурентні переваги в довгостроковій перспективі.

**Висновки.** Загалом, формування стратегії забезпечення конкурентоспроможності є багатоступеневим процесом, що потребує комплексного підходу і врахування численних факторів. Гнучкість, інноваційність, орієнтація на споживача та ефективне використання ресурсів дозволяють підприємствам досягти успіху, забезпечити стабільне зростання та підвищити свою конкурентоспроможність на довгострокову перспективу. Водночас, важливою умовою успішної реалізації стратегії є постійний моніторинг її ефективності і здатність коригувати стратегію відповідно до змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі.

### References

### Література

1. Andal-Ancion, A., Cartwright, P. A., and Yip, G. S. (2003). The digital transformation of traditional businesses. *MIT Sloan Management Review*, No. 44 (4), P. 34–41.
2. Mykytiuk, P. P., Krysko, Zh. L., Ovsianiuk-Berdanina, O. F., Skochylias, S. M. (2015). *Inovatsiyni rozvytok pidpriemstva [Innovative development of the enterprise]*. Ternopil: PE "Printer Inform". 224 p. [in Ukrainian].
3. Zaitsev, Y., Krysovaty, I., Gavkalova, N., Sobko, O., Boichyk, V. (2024). Interaction of Digitization and Corporate Social Responsibility in the Context of Sustainable Development. *Econ. Aff.*, Vol. 69 (Special Issue), P. 217–227. URL: <https://ndpublisher.in/admin/issues/EAv69n1w.pdf>.
4. Dzhaliylov, A. Ya. (2015). Instytutsiina systema frahmentarnoho mizhnarodnoho vyrobnytstva transnatsionalnykh firm [The institutional system of fragmented international production of transnational firms]. *Biznes Inform = Business Inform*, № 10, P. 36–40 [in Ukrainian].
5. Kochetkov, V. M. (2013). Rozvytok ukrainskykh TNK yak faktor rostu ekonomiky krainy [The development of Ukrainian TNCs as a factor in the growth of the country's economy]. *Efektivna ekonomika = Effective economy*, № 5, P. 55–60. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2001> [in Ukrainian].
6. Krysovaty, A. I., Sokhatska, O. M., Skavronska, I. V. et al. (2018). Chetverta promyslova revoliutsiia: zmina napriamiv mizhnarodnykh investytsiynykh potokiv: monohrafiia [The Fourth Industrial Revolution: Changing Directions of International
1. Andal-Ancion A., Cartwright P. A., Yip G. S. The digital transformation of traditional businesses. *MIT Sloan Management Review*. 2003. No. 44 (4). P. 34–41.
2. Микитюк П. П., Крисько Ж. Л., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Скочилиас С. М. Інноваційний розвиток підприємства: навч. посіб. Тернопіль: Принтер Інформ, 2015. 224 с.
3. Zaitsev Y., Krysovaty I., Gavkalova N., Sobko O., Boichyk V. Interaction of Digitization and Corporate Social Responsibility in the Context of Sustainable Development. *Econ. Aff.* 2024. Vol. 69 (Special Issue). P. 217–227. URL: <https://ndpublisher.in/admin/issues/EAv69n1w.pdf>.
4. Джалилов А. Я. Институційна система фрагментарного міжнародного виробництва транснаціональних фірм. *Бізнес Інформ*. 2015. № 10. С. 36–40.
5. Кочетков В. М. Розвиток українських ТНК як фактор росту економіки країни. *Ефективна економіка*. 2013. № 5. С. 55–60. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2001>.
6. Крисоватий А. І., Сохацька О. М., Скавронська І. В. та ін. Четверта промислова революція: зміна напрямів міжнародних інвестиційних потоків: монографія. За наук. ред.

- Investment Flows: monograph]. Edited by the Scientific Editor A. I. Krysovatyi and O. M. Sokhatska. Ternopil: Osadtsa Yu. V. 480 p. [in Ukrainian].
7. Krysovatyi, I. A. (2024). Development of innovative projects in conditions of transformational changes and digitalization [Development of innovative projects in conditions of transformational changes and digitalization]. *Stratehichni oriientyry staloho rozvytku v Ukraini ta sviti: zbirnyk tez dopovidei III Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii molodykh uchenykh = Strategic guidelines for sustainable development in Ukraine and the world: collection of abstracts of the reports of the III International Scientific and Practical Conference of Young Scientists* (Chernihiv, April 19, 2024). Chernihiv: NU "Chernihivska politekhnikha" [in Ukrainian].
8. Krysovatyi, I. A. (2024). Pidpriemnytska ekosystema: blokchein-tekhnologii ta tsyfrova inkluziia [Entrepreneurial ecosystem: blockchain technologies and digital inclusion]. *Zbirnyk naukovykh prats za materialamy VII mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii "Oblikovo-analitychne ta orhanizatsiino-ekonomichne zabezpechennia rozvytku rehionu" = Collection of scientific papers based on the materials of the VII International Scientific and Practical Conference "Accounting, Analytical and Organizational and Economic Support for Regional Development"* (April 25, 2024, Kyiv). Kyiv: Skhidnoukr. nats. un-t im. V. Dalia. P. 235–238 [in Ukrainian].
9. Krysovatyi, I. (2023). Aktyvizatsiia protsesiv stvorennia innovatsiinykh parkiv yak rozbudova rynkovoї infrastruktury v Ukraini [Activation of the processes of creating innovation parks as a development of market infrastructure in Ukraine]. *Pidpriemnytstvo ta lohystyka v umovakh suchasnykh vyklykiv: materialy nauk.-prakt. konferentsii = Entrepreneurship and logistics in the context of modern challenges: materials of the scientific-practical conference* (May 25–27, 2023). Ternopil. P. 252–255 [in Ukrainian].
10. Krysovatyi, I. A. (2024). Suchasna rynkova infrastruktura Ukrainy [Modern market infrastructure of Ukraine]. *The II International Scientific and Practical Conference "Research work in the system of training teachers in technological fields"* (January 15-
- A. I. Крисоватого та О. М. Сохаської. Тернопіль: Осадца Ю. В., 2018. 480 с.
7. Крисоватий І. А. Development of innovative projects in conditions of transformational changes and digitalization. *Стратегічні орієнтири сталого розвитку в Україні та світі: збірник тез доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених* (Чернігів, 19 квітня 2024 р.). Чернігів: НУ "Чернігівська політехніка", 2024. 122 с.
8. Крисоватий І. А. Підприємницька екосистема: блокчейн-технології та цифрова інклюзія. *Збірник наукових праць за матеріалами VII міжнародної науково-практичної конференції "Обліково-аналітичне та організаційно-економічне забезпечення розвитку регіону"* (25 квітня 2024 року, м. Київ). Київ: Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля, 2024. С. 235–238.
9. Крисоватий І. Активізація процесів створення інноваційних парків як розбудова ринкової інфраструктури в Україні. *Підприємництво та логістика в умовах сучасних викликів: матеріали наук.-практ. конференції* (25–27 травня 2023 р.). Тернопіль, 2023. С. 252–255.
10. Крисоватий І. А. Сучасна ринкова інфраструктура України. *The II International Scientific and Practical Conference "Research work in the system of training teachers in technological fields"*

- 17, 2024, Berlin, Germany). P. 87–88. URL: <https://eu-conf.com/events/research-work-in-the-system-of-training-teachers-in-technological-fields/> [in Ukrainian].
11. Makedon, V. V. (2013). Rozrobka strategii rozvytku promysloвого pidpryiemstva [Development of an industrial enterprise development strategy]. *Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti = Theoretical and practical aspects of economics and intellectual property*, Vol. 1 (1), P. 369–373. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Traeiv\\_2013\\_1\\_1\\_81](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Traeiv_2013_1_1_81) [in Ukrainian].
12. Pohorelov, Yu. S. (2017). Sposoby rozvytku pidpryiemstva: umovy ta rezultatyvnist vykorystannia [Methods of enterprise development: conditions and effectiveness of use]. *Ekonomichnyi zhurnal Odeskoho politekhnichnoho universytetu = Economic Journal of Odessa Polytechnic University*, № 1, P. 76–84. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ejopu\\_2017\\_1\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ejopu_2017_1_15) [in Ukrainian].
13. Simkiv, L. Ye. (2020). Rynkova infrastruktura: elementy ta zachennia v rynkovii ekonomitsi [Market infrastructure: elements and significance in a market economy]. *Sotsialno-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy = Socio-economic problems of modern Ukraine*, Vol. 4 (144), P. 3–7. URL: [https://ird.gov.ua/sep/sep20204\(144\)/sep20204\(144\)\\_003\\_SimkivL.pdf](https://ird.gov.ua/sep/sep20204(144)/sep20204(144)_003_SimkivL.pdf) [in Ukrainian].
14. Sobko, O., Krysovatiy, I. A. (2021). Vdoskonalennia upravlinnia innovatsiinymy proektamy ta pozhvavlennia innovatsiinoi aktyvnosti pidpryiemstv Ukrainy [Improving the management of innovation projects and revitalizing the innovative activity of Ukrainian enterprises]. *Visnyk ekonomiky = Bulletin of the Economy*, № 3, P. 97–112. URL: <http://visnykj.wunu.edu.ua/index.php/visnykj/article/view/1268> [in Ukrainian].
- (January 15-17, 2024, Berlin, Germany). P. 87–88. URL: <https://eu-conf.com/events/research-work-in-the-system-of-training-teachers-in-technological-fields/>
11. Македон В. В. Розробка стратегії розвитку промислового підприємства. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2013. Вип. 1 (1). С. 369–373. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Traeiv\\_2013\\_1\\_1\\_81](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Traeiv_2013_1_1_81).
12. Погорелов Ю. С. Способи розвитку підприємства: умови та результативність використання. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2017. № 1. С. 76–84. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ejopu\\_2017\\_1\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ejopu_2017_1_15).
13. Сімків Л. Є. Ринкова інфраструктура: елементи та значення в ринковій економіці. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2020. Вип. 4 (144). С. 3–7. URL: [https://ird.gov.ua/sep/sep20204\(144\)/sep20204\(144\)\\_003\\_SimkivL.pdf](https://ird.gov.ua/sep/sep20204(144)/sep20204(144)_003_SimkivL.pdf).
14. Собко О., Крисоватий І. А. Вдосконалення управління інноваційними проектами та поживлення інноваційної активності підприємств України. *Вісник економіки*. 2021. № 3. С. 97–112. URL: <http://visnykj.wunu.edu.ua/index.php/visnykj/article/view/1268>.