

УДК 658.8:338.45:004

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2024-4.6>

Коптілий Д.В.

кандидат економічних наук,
заступник директора,
ТОВ «Флайт Контрол»

РИНКОВІ СТРАТЕГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті дано основні аспекти вибору та реалізації ринкових стратегій високотехнологічними підприємствами в умовах глобальної економічної трансформації та цифровізації. Досліджено вплив технологічного потенціалу на здатність підприємств розробляти конкурентоспроможні продукти, які відповідають запитам ринку, а також сприяти довгостроковій стійкості бізнесу. Проаналізовано основні проблеми та виклики, що виникають під час впровадження ринкових стратегій, зокрема обмеженість фінансових ресурсів, динамічні зміни ринкового середовища та складності інтеграції цифрових технологій. Запропоновано підхід до подолання цих викликів через інвестування в цифрову трансформацію, розвиток інноваційного потенціалу та підвищення рівня кваліфікації персоналу. Запропоновано адаптивні стратегії, що передбачають сегментацію ринку, персоналізацію продуктів і інтеграцію екологічно відповідальних підходів до розвитку бізнесу.

Ключові слова: ринкові стратегії, високотехнологічні підприємства, цифрова трансформація, інноваційний розвиток, конкурентоспроможність, ефективність бізнес-процесів.

MARKET STRATEGIES AS A TOOL FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF HIGH-TECH ENTERPRISES

Koptilyi Dmytro

Flight Control LLC

The article examines the main aspects of choosing and implementing market strategies by high-tech enterprises in the context of global economic transformation and digitalization. It is revealed that effective strategic planning is a key factor in ensuring the competitiveness of enterprises, their innovative development and the ability to adapt to a rapidly changing environment. External factors are analyzed, among which the most important are global market trends, a high level of competition and the impact of digital technologies, which create new opportunities and challenges for enterprises seeking to maintain leadership positions in the market. Internal factors, such as technological potential, organizational structure and innovation, which are critically important for the formation of effective strategies, are assessed. The impact of technological potential on the ability of enterprises to develop competitive products that meet market demands, as well as to promote long-term business sustainability, is studied. The main problems and challenges that arise during the implementation of market strategies are analyzed, in particular, limited financial resources, dynamic changes in the market environment and the complexity of integrating digital technologies. An approach to overcoming these challenges is proposed through investing in digital transformation, developing innovative potential and improving the level of personnel qualifications. A methodological approach to assessing the effectiveness of market strategy implementation is developed, which is based on the use of financial, operational and innovation indicators. The role of modern technologies, such as artificial intelligence and big data, in forecasting market trends, automating business processes and making strategic decisions is assessed. Adaptive strategies are proposed, which include market segmentation, product personalization and integration of environmentally responsible approaches to business development. The conclusions of the article are important for Ukrainian high-tech enterprises that seek to increase their efficiency, ensure resilience to changes in the market environment and integrate into global economic processes using modern innovative tools.

Keywords: market strategies, high-tech enterprises, digital transformation, innovative development, competitiveness, business process efficiency.

Постановка проблеми. Особливої актуальності це дослідження набуває в контексті сучасних викликів, пов'язаних із впливом цифровізації на бізнес-процеси, зростанням попиту на інноваційні продукти та необхідністю адаптації до швидкозмінного середовища. Ринкові стратегії, що ґрунтуються на інтеграції інновацій, використанні цифрових технологій та орієнтації на потреби споживачів, дозволяють не лише підвищити ефективність діяльності підприємств, але й забезпечити їхню готовність до роботи в умовах глобальної економіки. Водночас важливість дослідження підкреслюється обмеженістю ресурсів та фінансових можливостей багатьох українських високотехнологічних підприємств, що вимагає формування стратегій, які сприятимуть оптимізації витрат, вдосконаленню бізнес-процесів та розробці конкурентоспроможних продуктів. Впровадження ефективних ринкових стратегій дозволить українським підприємствам зміцнити свої позиції на міжнародних ринках, підвищити рівень інноваційності та забезпечити сталий економічний розвиток.

Таким чином, дослідження ринкових стратегій як інструменту підвищення ефективності високотехнологічних підприємств є актуальним як з наукової, так і з практичної точки зору, оскільки його результати можуть стати основою для вдосконалення управлінських підходів, впровадження інновацій та підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах цифрової економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значну увагу питанню ринкових стратегій приділено у працях, присвячених стратегічному управлінню підприємствами. Зокрема, у роботі Сінгх Д., Пріті Д. [16], розглядаються класичні конкурентні стратегії, зокрема диференціація, низькі витрати та фокусування, які є основою для формування конкурентних переваг підприємств у різних секторах економіки.

Науковці, такі як Литвиненко А. [4], Македон В., Костишина Т., Тужилкіна О., Степанова Л., Філіппов В. [13], зосереджуються на ролі стратегічного планування у підвищенні ефективності бізнес-процесів. У їхніх дослідженнях наголошується на важливості оцінювання стратегічної ефективності через фінансові, операційні та інноваційні показники. Крім того, особливу увагу приділяється системам управління продуктивністю, які дозволяють забезпечити відповідність стратегічних цілей підприємства ринковим умовам. Дослідження цифрових стратегій, таких як роботи Павленко А.І., Романенко В.В. [10], Чобіток І. [12], висвітлюють роль цифровізації та великих даних у формуванні ринкових стратегій, орієнтованих на аналіз споживчих уподобань, автоматизацію бізнес-процесів і підвищення точності прийняття рішень. Автори наголошують, що використання сучасних

технологій дозволяє підприємствам ефективно адаптуватися до динамічних змін ринку.

В українській науковій літературі питання ринкових стратегій розглядаються у працях таких авторів, як: Гарасимлюк М.В., Запишна А.С. [1], Пан В., Се Т., Ванг З., Ма Л. [15]. Вони досліджують особливості функціонування українських високотехнологічних підприємств, зокрема проблеми обмежених фінансових ресурсів, технологічного відставання та інтеграції в міжнародні ринки. Автори пропонують адаптаційні стратегії, які сприяють оптимізації діяльності та підвищенню конкурентоспроможності підприємств.

Таким чином, література з теми ринкових стратегій демонструє багатогранність підходів до формування стратегій для високотехнологічних підприємств, а також акцентує увагу на важливості інтеграції інноваційних, цифрових та клієнтоорієнтованих підходів. Водночас існує потреба в розширенні практичних рекомендацій, які враховують специфіку функціонування українських підприємств у глобальному економічному середовищі.

Постановка завдання. Мета статті – провести дослідження складових вибору та впровадження ефективних ринкових стратегій, які сприятимуть підвищенню ефективності діяльності високотехнологічних підприємств в умовах цифрової трансформації.

Завдання дослідження:

- виявити ключові зовнішні та внутрішні чинники, що впливають на формування ринкових стратегій високотехнологічних підприємств;
- дослідити сучасні тенденції розвитку ринкових стратегій у контексті цифровізації економіки;
- розробити рекомендації для високотехнологічних підприємств України щодо адаптації ринкових стратегій до умов змінного конкурентного середовища та глобальних викликів;
- запропонувати практичні механізми інтеграції цифрових технологій у процес розробки та реалізації ринкових стратегій.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах глобалізації та стрімкого розвитку технологій високотехнологічні підприємства стикаються з необхідністю обирати та впроваджувати ефективні ринкові стратегії, які забезпечують їх конкурентоспроможність, інноваційний розвиток і адаптацію до швидкозмінного середовища. Вибір такої стратегії обумовлений впливом широкого спектра зовнішніх і внутрішніх факторів, що вимагає комплексного підходу до аналізу, оцінювання та інтеграції цих чинників у процес формування управлінських рішень.

Зовнішні фактори, зокрема глобальні ринкові тенденції, конкурентне середовище та вплив цифровізації, є визначальними для вибору ринкової стратегії високотехнологічних підприємств. Гло-

бальні ринкові тенденції, що включають зростання попиту на інноваційні продукти, скорочення життєвого циклу технологій і інтеграцію екологічних стандартів, формують основу для стратегічного планування. Високий рівень конкуренції в галузі, де ключову роль відіграють інновації, змушує підприємства шукати унікальні рішення для збереження конкурентних переваг [2]. Крім того, цифровізація економіки створює нові можливості та виклики, такі як необхідність впровадження цифрових технологій для оптимізації процесів, персоналізації взаємодії зі споживачами та аналізу великих даних для прийняття стратегічно важливих рішень.

Внутрішні фактори, до яких належать технологічний потенціал, організаційна структура та інноваційність підприємства, безпосередньо впливають на вибір ринкової стратегії та її ефективність. Технологічний потенціал підприємства визначає можливість створення конкурентоспроможних продуктів, здатних відповідати вимогам ринку, а також впливати на ринкові тенденції через інноваційні розробки. Організаційна структура, яка забезпечує гнучкість, адаптивність і взаємодію між підрозділами, є критично важливою для ефективного впровадження стратегій. Інноваційність, як здатність підприємства до розробки та впровадження нових технологій, продуктів і бізнес-моделей, визначає його конкурентну позицію на ринку, особливо в умовах швидкозмінного середовища [6].

Процес впровадження ринкових стратегій високотехнологічними підприємствами супроводжується низкою проблем і викликів, які ускладнюють досягнення стратегічних цілей. Однією з основних проблем є висока динаміка змін ринкового середовища, що потребує від підприємств гнучкості та швидкої адаптації до нових умов. Крім того, обмеженість фінансових ресурсів, необхідних для реалізації інноваційних проєктів, стає суттєвим бар'єром для багатьох підприємств, особливо в умовах економічної нестабільності. Виклики також виникають через брак кваліфікованих кадрів, здатних розробляти та впроваджувати нові технології, а також через труднощі інтеграції цифрових технологій у бізнес-процеси [11].

Аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на вибір ринкової стратегії високотехнологічних підприємств, дозволяє дійти висновку, що ефективне стратегічне планування можливе лише за умови комплексного врахування ринкових тенденцій, конкурентного середовища та внутрішнього потенціалу підприємства. Водночас подолання проблем і викликів, пов'язаних із впровадженням стратегій, потребує системного підходу, інвестицій у розвиток інноваційного потенціалу та інтеграції цифрових технологій, що забезпечить сталий розвиток і підвищення конку-

рентоспроможності підприємств у сучасній економіці.

Інноваційні стратегії виступають базисом для підвищення ефективності високотехнологічних підприємств, адже вони дозволяють створювати унікальну цінність для споживачів, впроваджувати передові технології та формувати нові ринкові ніші. Використання інноваційних підходів сприяє підвищенню продуктивності праці, оптимізації витрат і вдосконаленню бізнес-процесів, що є особливо важливим у сучасних умовах швидкоплинних змін. Високотехнологічні підприємства, які реалізують інноваційні стратегії, забезпечують не лише своєчасний вихід на ринок із новими продуктами, але й створюють довгострокові конкурентні переваги, що базуються на інноваційному потенціалі [6]. Наприклад, впровадження штучного інтелекту, автоматизації виробничих процесів або розробка інноваційних матеріалів дозволяє підприємствам відповідати запитам споживачів, залишаючись лідерами у своїх галузях.

Стратегії сегментації та адаптації, орієнтовані на виявлення та задоволення специфічних потреб окремих груп споживачів, відіграють важливу роль у забезпеченні високої ефективності ринкової діяльності підприємств. Сегментація дозволяє підприємствам визначати цільові ринки, концентрувати зусилля на пріоритетних сегментах і створювати унікальні торговельні пропозиції, що відповідають очікуванням споживачів. Адаптація до специфіки ринків, у свою чергу, забезпечує підприємствам гнучкість і здатність швидко реагувати на зміни у попиті, регуляторних умовах або конкурентному середовищі [3]. Наприклад, локалізація продуктів або послуг, адаптація маркетингових стратегій до культурних особливостей певних регіонів, а також розробка спеціальних тарифних пропозицій для окремих груп клієнтів є практичними реалізаціями цих стратегій.

У сучасній економіці цифрові технології стали невід'ємною частиною ринкових стратегій, адже вони відкривають нові можливості для підвищення ефективності бізнес-процесів, зокрема шляхом автоматизації, аналізу даних та інтеграції систем управління. Використання цифрових інструментів, таких як системи управління клієнтськими відносинами (CRM), платформи для аналізу великих даних (Big Data), блокчейн та штучний інтелект, дозволяє підприємствам оптимізувати витрати, скоротити час на виконання рутинних операцій та підвищити точність стратегічних рішень. Крім того, цифрові технології сприяють персоналізації взаємодії зі споживачами, що є критично важливим для зміцнення їхньої лояльності та формування тривалих партнерських відносин. Наприклад, автоматизовані системи обробки замовлень, прогнозування

попиту або управління ланцюгами постачання дозволяють підприємствам мінімізувати ризики та підвищувати ефективність роботи.

Методологія оцінювання економічних результатів реалізації ринкових стратегій передбачає використання системного підходу, який включає аналіз різноманітних аспектів діяльності підприємства з метою визначення ступеня досягнення поставлених цілей. Одним із найважливіших елементів цієї методології є інтеграція кількісних і якісних показників, що дозволяє всебічно оцінити вплив стратегії на фінансові результати, операційну ефективність та інноваційну діяльність. Зокрема, ключовими етапами цього процесу є формування критеріїв оцінювання, збір та аналіз даних, порівняння фактичних результатів із запланованими та виявлення відхилень, які потребують корекції. Використання сучасних технологій, таких як аналітика великих даних та прогнозні моделі, забезпечує більш точне оцінювання ефективності та підвищує обґрунтованість управлінських рішень [8; 14].

Для оцінювання ефективності ринкових стратегій важливо визначити відповідні показники, які відображають різні аспекти діяльності підприємства. Фінансові показники, такі як рентабельність, зростання виручки, чистий прибуток та вартість компанії, дають змогу оцінити вплив стратегії на загальну економічну стабільність підприємства. Операційні показники, включаючи продуктивність праці, обсяг виробництва, рівень автоматизації та ефективність логістики, відображають ступінь оптимізації внутрішніх процесів і раціонального використання ресурсів. Інноваційні показники, зокрема кількість нових продуктів, частка інноваційної продукції у загальному обсязі реалізації та інтенсивність науково-дослідних робіт, характеризують здатність підприємства до впровадження інновацій та формування конкурентних переваг (табл. 1).

Аналіз практичного досвіду українських високотехнологічних підприємств демонструє, що успішна реалізація ринкових стратегій залежить

від здатності ефективно інтегрувати інноваційні підходи, адаптуватися до змінного ринкового середовища та використовувати цифрові технології для оптимізації бізнес-процесів. Так компанія «Мотор Січ», завдяки впровадженню стратегії інноваційного розвитку, змогла значно збільшити частку експорту продукції на міжнародні ринки та зміцнити свою позицію в аерокосмічному секторі. Інший приклад – компанія «SoftServe», яка застосувала стратегію глобальної експансії та активного розвитку власного портфеля інноваційних рішень у сфері ІТ, що дозволило їй стати одним із лідерів українського технологічного сектору. Ці приклади свідчать про важливість інтеграції стратегій, орієнтованих на використання сучасних технологій, постійне вдосконалення продуктів та адаптацію до умов глобалізації [2].

Цифровізація економіки суттєво впливає на трансформацію ринкових стратегій, спрямованих на забезпечення адаптивності підприємств до нових умов функціонування. Основними тенденціями є перехід до клієнтоцентричних моделей, що базуються на глибокому розумінні потреб споживачів, а також інтеграція цифрових технологій у всі аспекти діяльності підприємств – від управління внутрішніми процесами до комунікацій із клієнтами. Стратегії, орієнтовані на персоналізацію продуктів і послуг, використання омніканального маркетингу, розвиток цифрових платформ і підвищення рівня автоматизації, стають ключовими для успіху у високотехнологічному секторі. Крім того, актуальними є стратегії, спрямовані на підвищення екологічної відповідальності підприємств, оскільки споживачі дедалі більше звертають увагу на соціальні та екологічні аспекти бізнесу [7].

Штучний інтелект (ШІ) та великі дані стають важливими інструментами у формуванні та реалізації ринкових стратегій, оскільки вони забезпечують можливість аналізувати величезні обсяги інформації, прогнозувати поведінку споживачів та приймати більш обґрунтовані рішення. Використання алгоритмів ШІ для оптимізації

Таблиця 1

Оцінювання ефективності ринкових стратегій високотехнологічних підприємств

Критерій	Показник	Метод оцінювання	Джерело даних	Результат
Фінансова ефективність	Рентабельність	Фінансовий аналіз	Звіт про прибутки і збитки	Висока рентабельність
Операційна ефективність	Продуктивність праці	Оцінка KPI	Дані обліку праці	Зростання продуктивності
Інноваційна активність	Кількість нових продуктів	Аналіз інноваційних проектів	Внутрішня звітність	Впроваджено 5 продуктів
Цифровізація процесів	Рівень автоматизації	Аудит ІТ-систем	Дані ІТ-відділу	75% автоматизації
Клієнтоорієнтованість	Індекс задоволеності клієнтів	Опитування	Зворотний зв'язок клієнтів	Індекс 85%

Джерело: сформовано автором

цінових стратегій, автоматизації маркетингових кампаній та аналізу конкурентного середовища дозволяє підприємствам значно підвищити свою ефективність. Великі дані, у свою чергу, дають змогу отримувати унікальні інсайти щодо потреб ринку, визначати нові можливості для зростання та мінімізувати ризики. Інтеграція цих технологій у ринкові стратегії сприяє підвищенню точності прогнозів, скороченню часу на прийняття рішень і формуванню конкурентних переваг у довгостроковій перспективі [17].

Українським високотехнологічним підприємствам для успішного функціонування в умовах глобальної конкуренції необхідно впроваджувати ринкові стратегії, що базуються на інноваціях, цифровізації та адаптивності. Перш за все, важливо інвестувати в розвиток цифрових інструментів управління, таких як ERP-системи, CRM-платформи та аналітичні програми, які дозволять підвищити ефективність бізнес-процесів і забезпечити гнучкість управління [9]. По-друге, підприємствам слід активно використовувати можливості ІІІ та великих даних для аналізу ринку, прогнозування попиту та розробки персоналізованих рішень для клієнтів. По-третє, важливим аспектом є інтеграція екологічно відповідальних підходів у стратегії розвитку, що дозволить відповідати сучасним тенденціям і підвищити лояльність споживачів (табл. 2).

Перспективи розвитку ринкових стратегій у високотехнологічному секторі нерозривно пов'язані з цифровою трансформацією, інтеграцією інноваційних технологій та здатністю підприємств адаптуватися до нових викликів. Використання таких інструментів, як штучний інтелект та великі дані, відкриває нові можливості для підвищення ефективності, зміцнення конкурентних позицій і реалізації довгострокових цілей розвитку. Для українських підприємств впровадження сучасних підходів до формування стратегій стане вирішальним фактором їх успішності у глобаль-

ній економіці, що постійно змінюється та вимагає гнучкості, швидкості реагування та стратегічного мислення.

Висновки з проведеного дослідження. На основі проведеного дослідження виявлено, що вибір та впровадження ринкових стратегій високотехнологічними підприємствами є складним багатофакторним процесом, який залежить від зовнішніх і внутрішніх чинників, а також потребує інтеграції інноваційних підходів для забезпечення їх ефективності. Досліджено вплив глобальних ринкових тенденцій, цифровізації економіки та конкурентного середовища, які формують основу для стратегічного планування та визначають напрями адаптації підприємств до змінного ринку. Проаналізовано роль технологічного потенціалу, організаційної структури та інноваційності підприємств у виборі стратегії, що дозволяє створювати конкурентоспроможну продукцію та вдосконалювати внутрішні бізнес-процеси.

Оцінено проблеми та виклики, які супроводжують реалізацію ринкових стратегій, зокрема швидкоплинність змін ринкового середовища, брак фінансових ресурсів для інновацій та складнощі з інтеграцією цифрових технологій. Обґрунтовано важливість системного підходу до стратегічного планування, який передбачає використання кількісних та якісних методів оцінювання результатів, впровадження сучасних цифрових інструментів та персоналізацію взаємодії зі споживачами. Розроблено рекомендації для українських підприємств, які включають активну інтеграцію інноваційних технологій, таких як штучний інтелект і великі дані, для підвищення точності прийняття рішень, автоматизації бізнес-процесів і формування нових конкурентних переваг. Запропоновано адаптивні стратегії сегментації та клієнтоорієнтованого підходу, які дозволяють підвищити ефективність ринкової діяльності та лояльність споживачів.

Таблиця 2

Цифрові інструменти розвитку ринкових стратегій високотехнологічних підприємств

Інструмент	Призначення	Переваги	Обмеження	Приклад застосування
CRM-системи	Управління взаємодією з клієнтами	Покращення лояльності клієнтів	Висока вартість впровадження	Salesforce, HubSpot
ERP-системи	Інтеграція бізнес-процесів	Підвищення ефективності управління	Складність інтеграції	SAP, Microsoft Dynamics
Big Data	Аналіз великих обсягів даних	Прогнозування ринкових трендів	Потреба у спеціалістах	Hadoop, Spark
AI/ML	Автоматизація рішень	Підвищення точності прогнозів	Високі технічні вимоги	Chatbots, рекомендаційні системи
Блокчейн	Забезпечення прозорості операцій	Захист даних	Обмежене впровадження	Ethereum, Hyperledger

Джерело: сформовано автором

Список використаних джерел:

1. Гарасимлюк М.В., Запишна А.С. Формування інноваційної стратегії розвитку підприємства. *Регіональна економіка*. 2022. № 3. С. 118–125.
2. Захарченко О.В., Мельник Т.М. Інноваційні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємств у цифрову епоху. *Економічний часопис-XXI*. 2023. № 4. С. 25–32. DOI: <https://doi.org/10.21003/ea.V170-04>
3. Кононова О.Є. Сучасні підходи до використання інноваційних стратегій розвитку підприємств: зарубіжний досвід. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2021. № 36. С. 91–94.
4. Литвиненко А.В. Управління інноваційним розвитком високотехнологічних підприємств. *Науковий вісник Полісся*. 2023. № 1. С. 112–118.
5. Македон В.В. Міжнародні стратегічні альянси компаній: монографія. Дніпропетровськ: ДУЕП, 2010. 304 с.
6. Македон В.В. Розвиток системи стратегічного менеджменту міжнародних компаній на засадах крос-функціонального підходу. *European Journal of Management Issues*. 2023. № 31(3). С. 177–188. DOI: <https://doi.org/10.15421/192315>
7. Македон В.В., Валіков В.П., Кошляк Є.Є. Світовий ринок праці в координатах цифрової економіки. *Академічний огляд*. 2020. № 1(52). С. 91–104. DOI: <https://doi.org/10.32342/2074-5354-2020-1-52-9>
8. 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. DOI: <https://doi.org/10.32342/2074-5362-2019-1-26-8>
9. 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> (дата звернення: 12.12.2024).
10. Павленко А.І., Романенко В.В. Цифрова трансформація бізнес-процесів як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємств. *Економіка розвитку*. 2022. № 1. С. 58–65. DOI: <https://doi.org/10.26653/2522-1566-2022-1-08>
11. Сидоренко Л.М., Федорова О.В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємств у контексті цифрової трансформації. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. 2023. № 2. С. 72–80. DOI: <https://doi.org/10.30857/2413-0117.2023.2.8>
12. Chobitok I. Strategic Management of Industrial Enterprises in the Context of Digital Transformation: A Scientific and Theoretical Approach. *Business Inform.* 2022. No. 12. P. 120–126. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-12-120-126>
13. Makedon V., Kostyshyna T., Tuzhyllkina O., Stepanova L., Filippov V. Ensuring the efficiency of integration processes in the international corporate sector on the basis of strategic management. *Academy of Strategic Management Journal*. 2019. Volume 18. Special Issue 1. URL: <https://www.abacademies.org/articles/Ensuring-the-efficiency-of-integration-processes-in-the-international-corporate-sector-on-the-basis-of-strategic-management-1939-6104-18-SI-1-452.pdf>
14. Pajak K., Omelyanenko V., Makedon V., Shevchenko V., Ovcharenko I. Raising the level of financial security of the enterprise based on the basic risks differentiation. *Journal of Security and Sustainability Issues*. 2020. No. 10(1). pp. 115–130. DOI: [https://doi.org/10.9770/jssi.2020.10.1\(9\)](https://doi.org/10.9770/jssi.2020.10.1(9))
15. Pan W., Xie T., Wang Z., Ma L. Digital economy: An innovation driver for total factor productivity. *Journal of Business Research*. 2022. № 139. P. 303–311.
16. Singh Dr., Preeti Dr. Strategic Management in the Era of Digital Transformation: Challenges and Opportunities. *Darpan International Research Analysis*. 2024. No 12. P. 212–215. DOI: <https://doi.org/10.36676/dira.v12.i3.68>
17. Xiaoning Sui, Shuapeng Jiao, Yongming Wang, Haijun Wang. Digital transformation and manufacturing company competitiveness. *Finance Research Letters*. 2024. Volume 59. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2023.104683>

References:

1. Harasymlyuk, M. V., Zapishna, A. S. (2022). Formuvannya innovatsiynoyi stratehiyi rozvytku pidpryyemstva [Formation of an innovative development strategy of an enterprise]. *Rehional'na ekonomika*, no. 3, pp. 118–125. (in Ukrainian)
2. Zakharchenko O. V., Melnyk T. M. (2023). Innovatsiyni pidkhody do upravlinnya konkurentospromozhnisty pidpryyemstv u tsyfrovu epokhu [Innovative approaches to managing the competitiveness of enterprises in the digital age]. *Ekonomichnyi chasopys-XXI*, no. 4, pp. 25–32. DOI: <https://doi.org/10.21003/ea.V170-04> (in Ukrainian)
3. Kononova O. Ye. (2021). Suchasni pidkhody do vykorystannya innovatsiynykh stratehiy rozvytku pidpryyemstv: zarubizhnyy dosvid [Modern approaches to the use of innovative development strategies of enterprises: foreign experience]. *Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu*, no. 36, pp. 91–94. (in Ukrainian)
4. Lytvynenko A. V. (2023). Upravlinnya innovatsiynym rozvytkom vysokotekhnolohichnykh pidpryyemstv [Management of innovative development of high-tech enterprises]. *Naukovyy visnyk Polissya*, no. 1, pp. 112–118. (in Ukrainian)
5. Makedon V. V. (2010). Mizhнародni strategichni aljjansy kompanij: monografija [International strategic alliances of an enterprise: monograph]. Dnipropetrovsk: DUAN (in Ukrainian)
6. Makedon V. V. (2023). Rozvytok systemy strategichnoho menedzhmentu mizhnarodnykh kompanii na zasadakh kros-funktsionalnoho pidkhodu [Development of the Strategic Management System of International Companies on the Basis of Cross-functional Approach]. *European Journal of Management Issues*, vol. 31(3), pp. 177–187. DOI: <https://doi.org/10.15421/192315> (in Ukrainian)

7. Makedon V. V., Valikov V. P., & Koshliak Ye. Ye. (2020). Svitovyi rynok pratsi v koordynatakh tsyfrovoy ekonomiky [The world labor market in the coordinates of the digital economy]. *Academy Review*, no. 1(52), pp. 91–104. DOI: <https://doi.org/10.32342/2074-5354-2020-1-52-9> (in Ukrainian)
8. 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. DOI: <https://doi.org/10.32342/2074-5362-2019-1-26-8> (in Ukrainian)
9. Makedon V., 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> (accessed December 12, 2024). (in Ukrainian)
10. Pavlenko A. I., Romanenko V. V. (2022). Tsyfrova transformatsiya biznes-protsesiv yak zasib pidvyshchennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstv [Digital transformation of business processes as a means of enhancing the competitiveness of enterprises]. *Ekonomika rozvytku*, no. 1, pp. 58–65. DOI: <https://doi.org/10.26653/2522-1566-2022-1-08> (in Ukrainian)
11. Sydorenko L. M., Fedorova O. V. (2023). Stratehichne upravlinnya konkurentospromozhnisty u pidpryyemstv u konteksti tsyfrovoyi transformatsiyi [Strategic management of enterprise competitiveness in the context of digital transformation]. *Visnyk Kyivskiy natsionalnyi universytet tekhnologii ta dizainu*, no. 2, pp. 72–80. DOI: <https://doi.org/10.30857/2413-0117.2023.2.8> (in Ukrainian)
12. Chobitok I. (2022). Strategic Management of Industrial Enterprises in the Context of Digital Transformation: A Scientific and Theoretical Approach. *Business Inform*, no. 12, pp. 120-126. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-12-120-126>
13. Makedon V., Kostyshyna T., Tuzhykina O., Stepanova L., Filippov V. (2019). Ensuring the efficiency of integration processes in the international corporate sector on the basis of strategic management. *Academy of Strategic Management Journal*, vol. 18, Special Issue 1. Available at: <https://www.abacademies.org/articles/Ensuring-the-efficiency-of-integration-processes-in-the-international-corporate-sector-on-the-basis-of-strategic-management-1939-6104-18-SI-1-452.pdf>
14. Pajak K., Omelyanenko V., Makedon V., Shevchenko V., Ovcharenko I. (2020). Raising the level of financial security of the enterprise based on the basic risks differentiation. *Journal of Security and Sustainability Issues*, no. 10 (1), pp. 115–130. DOI: [https://doi.org/10.9770/jssi.2020.10.1\(9\)](https://doi.org/10.9770/jssi.2020.10.1(9))
15. Pan W., Xie T., Wang Z., Ma L. (2022). Digital economy: An innovation driver for total factor productivity. *Journal of Business Research*, no. 139, pp. 303–311.
16. Singh Dr & Preeti Dr. (2024). Strategic Management in the Era of Digital Transformation: Challenges and Opportunities. *Darpan International Research Analysis*, no. 12, pp. 212–215. DOI: <https://doi.org/10.36676/dira.v12.i3.68>
17. Xiaoning Sui, ShuaiPeng Jiao, Yongming Wang, Haijun Wang (2024). Digital transformation and manufacturing company competitiveness. *Finance Research Letters*, vol. 59. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.frl.2023.104683>

E-mail: koptilyi.dmytro@gmail.com