

УДК 33:65:001.8

DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2025.24.4>**Грановська В.Г.**

доктор економічних наук, професор,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
(м. Херсон / м. Кропивницький)
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0348-9692>

Савченко В.М.

кандидат економічних наук, професор,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
(м. Херсон / м. Кропивницький)
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2496-2525>

Кононенко Л.В.

кандидат економічних наук, доцент,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
(м. Херсон / м. Кропивницький)
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5698-5003>

Hranovska Viktoriia, Savchenko Vira, Kononenko Lesia
Kherson State Agrarian and Economic University
(Kherson / Kropyvnytskyi)

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

METHODOLOGICAL ASPECTS OF RESEARCHING CORPORATE ENTREPRENEURSHIP IN THE CONTEXT OF ENSURING INNOVATIVE DEVELOPMENT

У статті досліджено корпоративне підприємництво як важливий фактор забезпечення інноваційного розвитку в умовах сучасної світової економіки. Проаналізовано передумови виникнення та еволюцію методологічних засад становлення та розвитку концепції корпоративного підприємництва, його роль у подоланні інерції великих компаній та стимулюванні інноваційної активності і формування інноваційної культури. Розглянуто різні моделі корпоративного підприємництва, такі як інтрапренерство, екзопренерство та партнерство. Особливу увагу приділено особливостям впровадження корпоративного підприємництва в аграрній сфері України. Наголошено на важливості формування інноваційної культури для успішного розвитку корпоративного підприємництва та забезпечення сталого економічного зростання.

Ключові слова: корпоративне підприємництво, інноваційний розвиток, партнерство, дорадництво, методологія наукових досліджень, інноваційна культура.

The article is devoted to the study of methodological aspects concerning the formation and diffusion of corporate entrepreneurship as a means to ensure the innovative development of modern enterprises. The purpose of the work is a comprehensive analysis of corporate entrepreneurship as an innovation mechanism and the clarification of the directions for developing its methodology based on the analysis and synthesis of scientific literature. The current stage of business and societal development is characterized by accelerated digital transformations, which defines innovation as a key factor for survival and competitiveness. The article emphasizes that in the context of transitioning to new economic paradigms ("Industry 5.0", "Agriculture 5.0", "Education 5.0", etc.) and the need to overcome the inertia of traditional structures, the concept of corporate entrepreneurship gains particular importance. In the course of the study, the essence of corporate entrepreneurship was clarified as the utilization of employees' entrepreneurial potential (intrapreneurship) within an economic entity. This is relevant not only for large corporations but also for private structures of various

sizes. It was established that the emergence of corporate entrepreneurship is linked to the challenges faced by traditional businesses seeking to regain the dynamism of innovation and growth. It was determined that, despite global scientific efforts to identify key research directions, the methodology of corporate entrepreneurship remains complex and fragmented, necessitating further investigation in this domain. The decisive role of the human factor – motivation, creativity, entrepreneurial thinking, and soft skills – in the successful development of internal entrepreneurship is highlighted. The necessity of forming a favorable internal environment and effective stimulating mechanisms is substantiated. The specifics of implementing corporate entrepreneurship in Ukraine, especially in the agricultural sector, are examined. The prospects of partnership as an organizational form of corporate entrepreneurship, particularly in the context of cooperation between small agricultural enterprises and advisory services, are substantiated. The research findings deepen the understanding of corporate entrepreneurship as a key mechanism for ensuring innovative development, systematize perspectives on research methodology, and hold practical significance for developing an organizational model of partnership between small agricultural enterprises and advisory services.

Keywords: corporate entrepreneurship, innovative development, partnership, advisory services, research methodology, innovation culture.

Постановка проблеми. Сучасний світ переживає епоху безпрецедентних змін, де технологічний прогрес, глобалізація ринків та зростання конкуренції створюють як нові можливості, так і серйозні виклики для бізнесу. В цих умовах, здатність до інновацій стає вирішальним фактором для виживання та процвітання будь-якого суб'єкта господарювання, незалежно від його розміру чи галузевої належності. Інновації не обмежуються лише розробкою нових продуктів чи послуг; вони охоплюють також удосконалення бізнес-процесів, організаційних структур, моделей управління та підходів до взаємодії з клієнтами.

Провідні економіки світу демонструють, що саме інноваційна діяльність є основним двигуном економічного зростання та підвищення рівня життя населення. В Україні, яка прагне інтегруватися у світовий економічний простір та забезпечити сталий розвиток, питання стимулювання інновацій набуває особливої гостроти. Концепції “Industry 5.0” та “Agriculture 5.0”, які все активніше обговорюються у наукових та бізнес-колах, знаменують собою перехід до нового етапу розвитку, де технологічний прогрес поєднується з гуманістичними принципами, ставлячи в центр уваги людину, її потреби та етичні аспекти розвитку.

У контексті цих глобальних тенденцій, корпоративне підприємництво розглядається науковою спільнотою як один із найбільш ефективних механізмів забезпечення інноваційного розвитку. Відповідно потребує уваги проблематика становлення та розвитку методології корпоративного підприємництва як відносно нової галузі наукових знань. Великі компанії, які часто стикаються з проблемами бюрократії та інерції, все частіше звертаються до моделей корпоративного підприємництва для активізації інноваційної діяльності, використання внутрішнього потенціалу своїх співробітників та швидкої адаптації до мінливих умов ринку. Як правило дослідження корпоративного підприємництва є тематичними та проводяться на основі опрацювання багатьох джерел даних і розкриття всіх його аспектів [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження корпоративного підприємництва має глибокі корені в економічній науці та менеджменті. Ще наприкінці ХХ століття такі вчені, як Гіффорд Піншо III, започаткували активне вивчення феномену інтрапренерства – підприємництва всередині господарюючого суб'єкта. Подальші дослідження таких авторів, як Р. Бургельман [6–8], М. Урбанец та А. Жур [13], М. Кастріотта та ін. [9], Д. Ф. Куратко та ін. [11] розширили розуміння корпоративного підприємництва, охоплюючи різні аспекти його впровадження та впливу на інноваційний розвиток. Т. Мінола та співавторами досліджено теоретичний розвиток моделі процесу корпоративного підприємництва для випадку сімейних фірм [12].

В Україні, в останні роки, також спостерігається зростання інтересу до цієї тематики. Вітчизняні науковці досліджують можливості застосування моделей

корпоративного підприємництва в різних галузях економіки, включаючи промисловість, сферу послуг та аграрний сектор. Особлива увага приділяється вивченню бар'єрів, що перешкоджають розвитку корпоративного підприємництва в українських компаніях, та розробці рекомендацій щодо їх подолання.

Аналіз останніх публікацій свідчить про те, що корпоративне підприємництво розглядається не лише як інструмент для генерування нових продуктів чи послуг, але й як важливий фактор формування інноваційної культури на рівні господарюючого суб'єкта, підвищення мотивації та залучення співробітників до інноваційного розвитку, а також забезпечення його довгострокової конкурентоздатності.

Формулювання цілей статті. Основною метою даної статті є комплексний аналіз корпоративного підприємництва як ключового механізму забезпечення інноваційного розвитку сучасних підприємств та з'ясування напрямів розвитку методології корпоративного підприємництва.

Виклад основного матеріалу. Заохочення підприємницької активності співробітників та розвиток внутрішніх інноваційних процесів у вітчизняному бізнесі сприятиме частішому впровадженню новітніх розробок та підвищенню рівня їх інноваційності. Це має привести до зростання конкурентних переваг продукції як на вітчизняному, так і на міжнародних ринках, модернізації основних засобів, активізації інвестиційної діяльності, оптимізації внутрішніх операцій завдяки застосуванню передових технологій, і, як результат, до зміцнення конкурентоздатності українських бізнес-організацій.

Сутність концепції «корпоративне підприємництво» полягає у використанні підприємницького потенціалу управлінців та працівників у межах внутрішнього інноваційного процесу підприємств. Менеджери та співробітники виступають як підприємці, беручи активну участь у генеруванні, розробці та впровадженні в практику нових бізнес-ідей та інновацій.

Термін «корпоративне підприємництво» останнім часом стає все більш поширеним в українському та міжнародному бізнес-середовищі, однак досі не існує єдиного загальноприйнятого визначення. У більшості наукових праць корпоративне підприємництво пов'язують виключно з корпоративним сектором. Проте, на нашу думку, корпоративне підприємництво може мати місце і у приватних структурах та різних за розмірами суб'єктах господарювання, а не виключно в корпораціях. У цьому зв'язку нам імпонує його тлумачення як внутрішньогосподарське або внутрішнє підприємництво.

У фаховій літературі корпоративне підприємництво визначають як комплекс умов та взаємодій, що забезпечують організаційне втілення підприємницьких задумів, сформованих в межах діючої компанії-підприємства, де керівництво створює сприятливе середовище для ініціювання та втілення інноваційних бізнес-ідей співробітниками з метою комерціалізації новітніх технічних, технологічних та інших розробок.

Сучасний етап розвитку бізнесу, технологій та суспільства характеризується, перш за все, масштабними цифровими трансформаціями. Ці зміни також зумовлюють посилену увагу до соціального виміру та ролі людського фактора – мотивації, креативності, здатності до адаптації та зацікавленості інноваційним процесом. У зв'язку з цим, зростає значення інноваційної складової у формуванні стратегії розвитку, а також роль окремої особистості.

Наприкінці 20-го століття в західній науковій літературі з'являється, а згодом набуває поширення в бізнес-практиці, поняття корпоративного підприємництва. Його виникнення значною мірою зумовлене викликами, з якими зіткнувся великий бізнес: застарілі, негнучкі управлінські структури, зниження рівня мотивації у найманих працівників, а також необхідність створення дієвих стимулів та умов для інноваційного зростання.

На перший погляд термін «корпоративне підприємництво» може здатися дещо суперечливим або навіть нелогічним. Це пояснюється тим, що традиційно підприєм-

ців асоціюють із засновниками нового бізнесу – стартаперами. Відповідно, концепція «внутрішнього підприємця» або «інтрапренера», який діє в рамках великої корпорації, може виглядати як термінологічний парадокс.

Класичний підприємець (стартапер) спершу виявляє та розвиває бізнес-можливості, а потім створює організаційну структуру для перетворення цих можливостей на успішні проєкти. Початком завжди є нова ідея – вона може бути як революційною, так і еволюційною, не обов'язково власною, але з певною унікальністю. Далі відбувається етап її дослідження та трансформації: ідею вивчають, коригують, модифікують, а інколи відмовляються від неї на користь чогось більш перспективного. Щойно комерційна цінність ідеї підтверджена, підприємець формує команду та залучає ресурси для її реалізації. Ця діяльність за своєю суттю є ризикованою, але водночас надзвичайно творчою, а її ядром є інновації.

За визначенням, засновники стартапів є творцями: вони генерують ідеї, створюють робочі місця та нову вартість. На основі їхніх ідей розвивається бізнес, який масштабується, а згодом формується організаційна структура, що нерідко набуває бюрократичних рис. Таким чином, виникає певна суперечність між інерційною бюрократичною структурою та динамічним інноваційним характером діяльності.

Великі компанії вдаються до корпоративного підприємництва, оскільки стикаються з проблемою відсутності постійного потоку інновацій, зниження темпів зростання та створення нової вартості, які були характерними для їхніх ранніх етапів.

У типовій великій корпорації менеджери часто мотивуються та винагороджуються за мінімізацію ризиків, суворе дотримання правил та ефективне виконання своїх рутинних функцій. Вони прагнуть до передбачуваності в оплаті праці та преміях. Такий підхід може призводити до опору новому, страху перед ризиками та побоювання втратити свою посаду.

Водночас, саме лідер всередині корпорації може стати рушієм інновацій та виступити в ролі внутрішнього підприємця.

У вітчизняній фаховій літературі розглядається сутність корпоративного підприємництва, термінологічний апарат, організаційний дизайн [3, 5, 4]. Проте залишається недостатньо висвітлена проблематика особливостей корпоративного підприємництва в аграрній сфері та обґрунтування напрямів забезпечення передумов розвитку внутрішнього підприємництва та партнерства. Втім, аналіз зарубіжної літератури виявляє іншу проблему: значна кількість публікацій зробила концептуалізацію корпоративного підприємництва неоднорідною та фрагментованою, перетворивши його на широку й складну галузь досліджень, що потребує

Гліняноюю М. та ін. на підставі вивчення і узагальнення наукового доробку присвяченому корпоративному підприємству з'ясовано методологічні напрями дослідження проблем корпоративного підприємництва науковцями світу (табл.1).

Також у фаховій літературі кінця XX та XXI сторіччя значна увага приділялася важливості розвитку креативності як передумови становлення та розвитку інноваційного підприємництва. Відповідно, окремі науковці присвятили увагу впровадженню інновацій на основі корпоративного підприємництва, що передусім стосується організації внутрішньокорпоративного навчання та формування Soft skills (англ. «М'які» навички). При цьому креативність розглядається як важлива передумова забезпечення інноваційного розвитку та підприємницького мислення [1].

Розвиток підприємницького мислення серед працівників підприємницьких структур, що включає здатність до інновацій, схильність до обґрунтованого ризику, відповідальність та ініціативність, забезпечує основу для активнішої генерації нових ідей, перевірки їхньої комерційної та технічної обґрунтованості, а також їх практичного застосування. Таким чином, стимулювання підприємницької активності на рівні окремої корпорації призводить до зростання її інноваційної здатності та конкурентоздатності, що, в свою чергу, сприяє економічному зростанню країни.

Таблиця 1

**Основні методологічні напрями та результати дослідження проблем
корпоративного підприємництва науковцями світу**

№ п.п.	Науковці	Напрями дослідження	Основні результати дослідження
1.	Шумпетер Й., Феррейра М., Келлерманс Ф., Сікейра А., Брутон Г., Барні Дж., Айзенхардт К., Мартін Дж., Тіс Д.	теоретичне підґрунтя: зв'язок між підприємництвом та інноваційним розвитком; ресурсно-орієнтований підхід	Вплив внутрішньої підприємницької діяльності на розвиток стратегічних ресурсів, компетенцій та можливостей фірми; підхід щодо розвитку корпоративного підприємництва, що ґрунтується на знаннях
2.	Друкер П., Бургельман Р., Сейлз Л., Кантер Р.	Оновлення трактування «підприємництва» на основі різних організаційних форм та нових комбінацій ресурсів	Обґрунтування необхідності та підходів до організації процесів інновацій та внутрішнього підприємництва на основі систематичного та раціонального управління
3.	Грант Р., Когут Б., Зандер У., Айзенхардт К., Мартін Дж., Тіс Д., Сайерт Р., Март Дж., Пірс Дж., Захра С., Джордж Г.	Розробка концепції динамічних можливостей на основі теорії фірм	Концепція динамічних можливостей, заснованої на знаннях, концепція організаційного навчання
4.	Захра С., Ковін Дж., Хейтон Дж., Міллер Д., Лампе Дж.	внутрішні та зовнішні чинники впливу на ефективність корпоративного підприємництва: внутрішні організаційні фактори сприяння корпоративному підприємству (власність та структура управління); вплив практик управління людськими ресурсами на корпоративне підприємництво	невизначеність умов та агресивне бізнес-середовище є каталізаторами інтенсифікації корпоративного підприємництва; з'ясовано фактори, що обумовлюють ефективність корпоративного підприємництва.
5.	Захра С., Ковін Дж., Пінчот Г., Антончік Б., Хієріч Р., Десс Г.	структура корпоративного підприємництва	інтрапренерство, підприємницька орієнтація, визначення напрямів подальших досліджень
6.	Фан П., Нараянан В., Лампе Дж., Аседо Ф., Вадхва А., Котха С.	зовнішнє корпоративне венчурне фінансування: інвестиції корпоративного венчурного капіталу; створення знань за допомогою зовнішньої венчурної діяльності	неоднозначність впливу на інноваційний розвиток
7.	Хітт М., Ковін Дж., Майлз М., Айрленд Р.	зв'язок корпоративного підприємництва та стратегії	Пошук підприємницької перспективи за рахунок реалізації бізнес-стратегії на основі корпоративного підприємництва
8.	Шарма П., Крісман Дж., Куратко Д., Нараянан В., Ковін Дж., Майлз М.	Виокремлення корпоративного підприємництва як нової галузі знань: узгодження термінології, форми корпоративного підприємництва на основі інвестиційного посередництва	поява підприємницької освіти; типологія форм корпоративного підприємництва

Джерело: узагальнено авторами на підставі [10]

Менеджменту підприємств доцільно виявляти внутрішні чинники та передумови для розвитку стійкого підприємницького підходу та поведінки співробітників, а також впроваджувати механізми стимулювання їх залучення до внутрішніх процесів створення інновацій.

Сучасний етап розвитку економіки (“Industry 5.0”, “Agriculture 5.0”, “Education 5.0”....) характеризується акцентом на співпраці між людиною та машиною, на основі використання передових технологій для розширення можливостей людини та підвищення її добробуту. Так, концепція “Agriculture 5.0” передбачає використання цифрових технологій та інноваційних підходів для розвитку сільського господарства, забезпечуючи його сталість, екологічність та соціальну відповідальність. В умовах цих новітніх парадигм, роль людського капіталу, креативності та інноваційної ініціативи набуває особливого значення. Саме у цьому контексті феномен корпоративного підприємництва стає особливо актуальним. Традиційні уявлення про підприємців як засновників нових, невеликих компаній поступово розширюються, охоплюючи також і працівників великих корпорацій, які проявляють підприємницький дух, ініціативу та креативність у рамках існуючої організації.

Корпоративне підприємництво відіграє ключову роль у забезпеченні інноваційного розвитку за рахунок формування внутрішнього інноваційного потенціалу та заохочення співробітників до генерації та реалізації нових ідей. Першим етапом при цьому є організація навчання персоналу, зокрема, стосовно формуванню відповідних компетентностей. У сільському господарстві з огляду на чисельну перевагу малих підприємств, значна роль належить дорадницьким структурам і партнерству аграрних підприємств з ними. Також важливим є залучення та утримання талановитих працівників шляхом створення можливостей для їх самореалізації та професійного зростання. Одним з напрямів у формуванні довгострокової зацікавленості персоналу у кінцевих результатах діяльності підприємства є запровадження ефективних систем мотивації, зокрема, через механізми розподілу прибутку, що об’єктивно враховують інноваційну активність та особистий внесок кожного співробітника.

Висновки. Сучасний світ вимагає від бізнесу постійних інновацій для виживання та зростання, що особливо актуально в умовах цифрових трансформацій та у контексті нових парадигм (“Industry 5.0”, “Agriculture 5.0”, “Education 5.0”....). Корпоративне підприємництво є основою стимулювання інновацій, подолання бюрократії та інерції, що часто притаманні великим підприємницьким структурам, а також проявляється у приватному секторі різних масштабів.

Успіх корпоративного підприємництва значною мірою залежить від розвитку інноваційної культури, підприємницького мислення та «м’яких» навичок персоналу, а також створення стимулів та сприятливого внутрішнього середовища.

Незважаючи на значний науковий доробок та сформовані методологічні напрями дослідження корпоративного підприємництва, ця галузь знань залишається складною та дещо фрагментованою, що вимагає подальшої систематизації методології. Розвиток методологічного інструментарію є критично важливим не лише для поглиблення теоретичного розуміння, але й для ефективного практичного впровадження корпоративного підприємництва. У цьому контексті особливого значення набувають механізми, що сприяють трансферу знань та їх адаптації до конкретних умов. Зокрема, у секторах, де переважають малі підприємства або існують специфічні умови, важливу роль відіграє партнерство як організаційна модель корпоративного підприємництва. У сільському господарстві це може бути реалізоване на основі партнерства суб’єктів малого агробізнесу з дорадчими структурами. Вони є ключовим інструментом для поширення принципів та методів корпоративного підприємництва, надання консультаційної підтримки та допомоги у формуванні внутрішньої підприємницької культури та стимулюванні інновацій на місцях, компенсуючи обмежені внутрішні ресурси та експертизу менших суб’єктів господарювання. Таким чином, подальше вдоскона-

лення методології корпоративного підприємництва має йти паралельно з розвитком та активним використанням інструментів дорадництва для забезпечення його ефективного застосування та сприяння інноваційному розвитку у широкому спектрі економічних суб'єктів.

Корпоративне підприємництво є критично важливим для забезпечення інноваційного розвитку, потребує комплексного підходу та подальших досліджень для ефективного впровадження в українській практиці. Напрямами подальших досліджень є наукове обґрунтування організаційної моделі корпоративного підприємництва адресно для суб'єктів агробізнесу.

Список використаних джерел:

1. Бажал, Ю. М., Бакушевич, І. В., Венесаар, У., Гараєва, Т. Ю., Григор'єв, Г. С., Гуменна, О. В., ... & Чала, Н. Д. Інноваційне підприємництво: креативність, комерціалізація, екосистема. Київ : Пульсари, 2015. 278 с. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/27600> (дата звернення: 12.05.2025).
2. Лагодієнко, В., Іванченкова, Л., & Лагодієнко, О. Вибір методології наукового дослідження. *Підприємництво та інновації*, 2022, (25), 133–137. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/25.23>
3. Лігоненко, Л., & Мислюк, В. Корпоративне підприємництво: стан, організаційний дизайн, проблеми та перспективи розвитку. *Economy & Forecasting/Ekonomika i Prognozuvannâ*, 2021, (3). DOI: <https://doi.org/10.15407/eip2021.03.131>
4. Нікітенко К. С. Підприємницька діяльність: аспекти, тенденції і перспективи розвитку в умовах пандемії. *Ефективна економіка*. 2021. 12. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.12.102>
5. Солопун, Н. М. Корпоративне підприємництво-інноваційні пропозиції та проактивність працівників як підґрунтя для досягнення конкурентних позицій на ринку. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*, 2018, (2), 186–198. DOI: <http://doi.org/10.30977/PPB.2226-8820.2018.21.0.186>
6. Burgelman, R. A. Corporate entrepreneurship and strategic management: Insights from a process study. *Management science*, 1983, 29 (12), 1349–1364. DOI: <https://doi.org/10.1287/mnsc.29.12.1349>
7. Burgelman, R.A. Designs for corporate entrepreneurship in established firms. *California management review*, 1984, 26 (3), 154–166. DOI: <https://doi.org/10.2307/41165086>
8. Burgelman, R.A. Managing the new venture division: Research findings and implications for strategic management. *Strategic Management Journal*, 1985, 6 (1), 39–54. DOI: <https://doi.org/10.1002/smj.4250060104>
9. Castriotta, M., Loi, M., Marku, E., & Moi, L. Disentangling the corporate entrepreneurship construct: conceptualizing through co-words. *Scientometrics*, 2021, 126 (4), 2821–2863. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11192-020-03846-2>
10. Glinyanova, M., Bouncken, R. B., Tiberius, V., & Cuenca Ballester, A. C. Five decades of corporate entrepreneurship research: measuring and mapping the field. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2021, 1–27. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-020-00711-9> (дата звернення 12.05.2025)
11. Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., & McKelvie, A. Entrepreneurial mindset in corporate entrepreneurship: Forms, impediments, and actions for research. *Journal of Small Business Management*, 61 (1), 2023, 132–154. DOI: <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1907585>
12. Minola, T., Kammerlander, N., Kellermanns, F. W., & Hoy, F. Corporate entrepreneurship and family business: Learning across domains. *Journal of Management Studies*, 2021, 58 (1), 1–26. DOI: <https://doi.org/10.1111/joms.12672>
13. Urbaniec, M., & Żur, A. Business model innovation in corporate entrepreneurship: exploratory insights from corporate accelerators. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2021, 17 (2), 865–888. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00646-1>

References:

1. Bazhal, Yu. M., Bakushevych, I. V., Venesaar, U., Haraieva, T. Yu., Hryhoriev, H. S., Humenna, O. V., ... & Chala, N. D. (2015). Innovatsiine pidpriemnytstvo: kreatyvnist, komertsializatsiia,

ekosystema [Innovative entrepreneurship: creativity, commercialization, ecosystem]. Kyiv : Pulsary, 278 Available at: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/27600> (accessed May 12, 2025). (in Ukrainian)

2. Lahodiienko, V., Ivanchenkova, L., & Lahodiienko, O. (2022). Vybir metodolohii naukovoho doslidzhennia [Choosing a research methodology]. *Pidpriemnytstvo ta innovatsii – Entrepreneurship and innovation*, (25), 133–137. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/25.23> (in Ukrainian)

3. Lihonenko, L., & Mysyliuk, V. (2021). Korporatyvne pidpriemnytstvo: stan, orhanizatsiinyi dyzain, problemy ta perspektyvy rozvytku [Corporate entrepreneurship: state, organizational design, problems and prospects for development]. *Economy & Forecasting/Ekonomika i Prognozuvannâ*, (3). DOI: <https://doi.org/10.15407/eip2021.03.131> (in Ukrainian)

4. Nikitenko K. S. Pidpriemnytska diialnist: aspekty, tendentsii iperspektyvy rozvytku v umovakh pandemii [Entrepreneurial activity: aspects, trends and prospects for development in a pandemic]. *Efektivna ekonomika – Effective economy*. 2021. 12. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.12.102> (in Ukrainian)

5. Solopun, N. M. (2018). Korporatyvne pidpriemnytstvo-innovatsiini propozytsii ta proaktyvnist pratsivnykiv yak pidhruntia dlia dosiahnennia konkurentnykh pozytsii na rynku [Corporate entrepreneurship-innovative proposals and employee proactivity as a basis for achieving competitive positions in the market]. *Problemy i perspektyvy rozvytku pidpriemnytstva – Problems and prospects of entrepreneurship development*, (2), 186–198. DOI: <http://doi.org/10.30977/PPB.2226-8820.2018.21.0.186> (in Ukrainian)

6. Burgelman, R. A. (1983). Corporate entrepreneurship and strategic management: Insights from a process study. *Management science*, 29 (12), 1349–1364. DOI: <https://doi.org/10.1287/mnsc.29.12.1349>

7. Burgelman, R.A. (1984). Designs for corporate entrepreneurship in established firms. *California management review*, 26 (3), 154–166. DOI: <https://doi.org/10.2307/41165086>

8. Burgelman, R.A. (1985). Managing the new venture division: Research findings and implications for strategic management. *Strategic Management Journal*, 6 (1), 39–54. DOI: <https://doi.org/10.1002/smj.4250060104>

9. Castriotta, M., Loi, M., Marku, E., & Moi, L. (2021). Disentangling the corporate entrepreneurship construct: conceptualizing through co-words. *Scientometrics*, 126 (4), 2821–2863. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11192-020-03846-2>

10. Glinyanova, M., Bouncken, R. B., Tiberius, V., & Cuenca Ballester, A. C. (2021). Five decades of corporate entrepreneurship research: measuring and mapping the field. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1–27. Available at: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-020-00711-9> (accessed May 12, 2025).

11. Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., & McKelvie, A. (2023). Entrepreneurial mindset in corporate entrepreneurship: Forms, impediments, and actions for research. *Journal of Small Business Management*, 61 (1), 132–154. DOI: <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1907585>

12. Minola, T., Kammerlander, N., Kellermanns, F. W., & Hoy, F. (2021). Corporate entrepreneurship and family business: Learning across domains. *Journal of Management Studies*, 58 (1), 1–26. DOI: <https://doi.org/10.1111/joms.12672>

13. Urbaniec, M., & Žur, A. (2021). Business model innovation in corporate entrepreneurship: exploratory insights from corporate accelerators. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17 (2), 865–888. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00646-1>