

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ, ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Літвінов О.С., доктор економічних наук, доцент кафедри економіки підприємства та організації підприємницької діяльності, Одеський національний економічний університет, м.Одеса, Україна
e-mail litvinov_a213@ukr.net

Куманова П.В., студентка 6-го курсу спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», Одеський національний економічний університет, м.Одеса, Україна
e-mail kumanovapolina10@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-1424-6904

Анотація. Стаття присвячена дослідженню впливу інноваційної діяльності суб'єктів підприємництва на конкурентоспроможність продукції, що виготовляється ними. Предмет дослідження – сучасні теоретичні та методологічні проблеми запровадження ефективної інноваційної діяльності на підприємстві задля забезпечення зростання рівня показника конкурентоспроможності продукції. Метою статті є визначення впливу та значення інноваційної діяльності у підвищенні конкурентоспроможності продукції суб'єктів підприємництва. Методика. Основні методи, які були використані під час проведення дослідження: структурно-логічний (при побудові логіки та структури роботи); загально філософський (для логічного викладення власних поглядів та думок); порівняльний (у процесі розгляду різних поглядів вчених та науковців щодо сутності понять «конкурентоспроможність підприємства» та «інноваційна діяльність»); метод деталізації та синтезу (для вивчення предмету та взаємозв'язку його складових частин). Результати. Розкрито економічну сутність понять «конкурентоспроможність продукції» та «інноваційна діяльність»; визначені фактори, що здійснюють вплив на показник конкурентоспроможності продукції; проведено аналіз впливу та значення інноваційної діяльності у підвищенні конкурентоспроможності продукції суб'єктів підприємництва; обґрунтована необхідність зміни вектору діяльності вітчизняних підприємств до інноваційного шляху їх розвитку. Практична значимість. Наукові результати, отримані у результаті проведення дослідження, мають не тільки теоретико-методичне, а й прикладне значення для вирішення конкретних практичних проблем на промислових підприємствах для формування ефективної програми проведення інноваційної діяльності задля забезпечення підвищення рівня конкурентоспроможності продукції, яку вони виготовляють.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, фактори конкурентоспроможності продукції, інноваційна діяльність, засіб підвищення.

INNOVATIVE ACTIVITY AS A MEANS OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES' PRODUCTS

Litvinov Oleksandr, Doctor of Economic Sciences, docent of Department of Business Economics and Business Organization, Odessa national economic university, Odessa, Ukraine
e-mail: litvinov_a213@ukr.net

Polina Kumanova, student of specialty 076 "Entrepreneurship, trade and exchange activities", Odessa national economic university, Odessa, Ukraine
e-mail kumanovapolina10@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-1424-6904

Abstract. The article investigates the study of the impact of innovative activities of business entities on the competitiveness of products manufactured by them. Purpose of the study – modern theoretical and methodological problems of introduction of effective innovative activity at the enterprise for the maintenance of growth of a level of an indicator of the competitiveness of production. The article aims to determine the impact and importance of innovation in improving the competitiveness of products of business entities. Method. The main methods that were used during the study: the business logic (logic and the construction of structures); general philosophical (logical layout for their own views and opinions); comparative (when considering different views of scientists on the essence of the concepts of "enterprise competitiveness" and "innovation"); method of detail and synthesis (to study the subject and the relationship of its components). The results. The economic essence of the concepts "product competitiveness" and "innovation"; defined the factors that affect the competitiveness of products; the analysis of influence and value of innovative activity in an increase of competitiveness of production of enterprises; the necessity of changing the vector of activity of Ukrainian enterprises to the innovative way of their development is substantiated. Scope of the work. Research and development results of the study are not only theoretical and methodological but also applied to solve specific practical problems in industrial enterprises to

form an effective program of innovative activity to ensure the competitiveness of the products they manufacture.

Keywords: *product competitiveness, factors of product competitiveness, innovative activity, means of increase..*

JEL Classification: O300

Постановка проблеми. У сучасних умовах бізнес-середовища та інтеграції України у європейське економічне співтовариство одним з найважливіших питань є конкурентоспроможність вітчизняних підприємств та продукції, що виготовляється ними. Менеджмент суб'єктів підприємництва повинен бути адаптивним до стрімких змін зовнішнього середовища, зростаючих вимог споживачів товарів та динамічної ринкової конкуренції. Задля здійснення ефективної виробничої та господарської діяльності та зміцнення свого положення на ринку, обов'язковою умовою є виробництво конкурентоспроможної продукції. Ті гравці ринку, що недооцінюють значення процесу проведення активної інноваційної діяльності на підприємстві, все частіше втрачають свої позиції у тій ніші, у якій працюють. Саме інновації забезпечують суб'єкту підприємства достатній рівень конкурентних переваг, що сприяє створенню умов задля зміцнення його позицій на ринку та стабільного розвитку. Нажаль реалії свідчать про те, що на даний час українськими підприємствами приділяється недостатньо уваги проведенню інноваційної діяльності задля забезпечення підвищення рівню конкурентоспроможності продукції, яку вони виготовляють. Це свідчить про те, що дана проблематика є актуальною для проведення більш глибоких досліджень вченими та економістами, особливо в умовах глобалізації ринків.

Аналіз останніх досліджень. У дослідженні питання підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств та їх продукції за рахунок здійснення інноваційної діяльності значний вплив зробили праці таких відомих вітчизняних і зарубіжних вчених та економістів, як: М. Портер [1], Р.А. Фатхутдінов [2], Літвінова В.О. [3], О.Н. Любченко [4], С.Г. Светуцьков [5], С.В. Мицюк [6], В.В. Зянько [7], А.Г. Загородній [8], Г.Л. Вознюк [8], В.П. Соловійов [9], Семенова В.Г. [10] та інші.

Відокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на наявність досліджень щодо проблеми конкурентоспроможності продукції, на сьогодні досі залишається невирішеним та недостатньо дослідженим питання впливу інноваційної діяльності на конкурентоспроможність продукції підприємств.

Мета дослідження. Метою проведення даного дослідження є визначення впливу та значення інноваційної діяльності у підвищенні конкурентоспроможності продукції суб'єктів підприємництва.

Визначена мета зумовила необхідність вирішення наступних завдань:

- аналіз існуючих літературних джерел, визначення економічної сутності понять «конкурентоспроможність продукції» та «інноваційна діяльність»;
- дослідження факторів, що здійснюють вплив на показник конкурентоспроможності продукції;
- визначення впливу та значення інноваційної діяльності у підвищенні конкурентоспроможності продукції суб'єктів підприємництва;
- обґрунтування необхідності зміни вектору діяльності вітчизняних підприємств до інноваційного шляху розвитку.

Основний матеріал. Проблема підвищення рівня конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств останнім часом все зростає, про що вже зазначалось в авторських дослідженнях [11-13]. Адже, в умовах глобальної конкуренції, виробники товарів повинні орієнтуватися на світові тренди ринку і запити потенційних покупців задля того, щоб саме їх товар ніс максимальну корисність і був обраний їх цільовою аудиторією покупців.

Серед проаналізованих наукових праць [3-6], можна помітити, що існує безліч підходів до визначення терміну конкурентоспроможності продукції, де автори розглядають це поняття під різним кутом зору, визначаючи за основу декілька факторів, що його обумовлюють.

Найбільш повними та змістовними, на нашу думку є наступні. Так, Літвінова В.А. говорить, що конкурентоспроможність продукції – це індивідуально виражена можливість товару (продукції, послуги) успішно змагатися на ринку з товарами, що задовольняють загальну (ту ж) групу потреб [3, с. 1]. Любченко О.Н. пропонує у своїй роботі визначення конкурентоспроможності як комплексу вартісних і якісних характеристик товарів і послуг, які більш привабливі для споживачів, ніж товари і послуги їх конкурентів, і можуть бути успішно реалізовані як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках при врахуванні інтересів області, регіонів і країни в цілому [4, с. 6]. Професор Светуцьков С.Г. у своїй праці визначає конкурентоспроможність продукції як сукупність якісних і вартісних характеристик, що

сприяють створенню переваги даного товару перед товарами конкурентами в задоволенні конкретної потреби покупця [5, с. 17]. У той час як Мицюк С.В. дає наступну характеристику терміну: «конкурентоспроможність продукції – це ступінь її привабливості для кінцевого споживача» [6, с. 6].

Ми, у свою чергу, пропонуємо наступне визначення: «Конкурентоспроможність товару – це властивість товару бути обраним покупцем у процесі альтернативного вибору серед варіантів, запропонованих конкурентами» [авт.]. На нашу думку, таке трактування не обмежує категорію рамками у вигляді прив'язки до властивостей самого товару, а дозволяє сконцентрувати увагу саме на кінцевому споживачеві, який і є основною і фінальною ланкою у процесі визначення того, чи здатен даний товар конкурувати серед пропозиції на ринку.

Показник конкурентоспроможності продукції є величиною залежною від багатьох факторів. Під факторами в економіці розуміють умови, обставини, рушійні сили економічних явищ та процесів [13, с.3]. Для визначення рівня конкурентоспроможності продукції особлива увага приділяється компонентам, що визначають цю величину, тобто – факторам.

Існує безліч класифікацій, що визначають поняття факторів конкурентоспроможності продукції. Найбільш поширеним підходом серед багатьох дослідників є ділення факторів за середовищем виникнення на зовнішні та внутрішні. Зокрема, у своїй роботі Літвінова В.О [14] підтримує цей підхід та наводить класифікацію факторів конкурентоспроможності продукції за Гарбацевичем С.Л. та Трубіліним О.І. Розглянемо їх більш детально. Згідно першої класифікації, фактори конкурентоспроможності продукції діляться на [14, с.259]:

- зовнішні фактори: інституційні фактори (політичні, економічні і правові), а також детермінанти, що включають кон'юнктуру зовнішнього середовища і рівень конкуренції на ринках, форми і методи державного регулювання економічних процесів, параметри співвідношень сукупного попиту і сукупної пропозиції, особливості формування цін на фактори виробництва;
- внутрішні чинники: визначаються вимогами споживачів – ціна, якість, терміни будівництва, гарантійне і сервісне обслуговування.

Друга класифікація є більш розширеною та містить у собі [14, с.260]:

- фактори зовнішнього формування – тенденції розвитку економіки і ринку, НТП, зміни в структурі споживання, коливання кон'юнктури, склад конкурентів, імідж і престиж підприємства;
- показники якості товару – показники, визначені стандартами, що діють, нормами, рекомендаціями, а також гарантії безпеки та правила збереження продукції;
- економічні показники – показники, що формують собівартість і ціну товару.

З наведеної вище класифікації можна зробити висновок про необхідність підприємств бути адаптивними до нових умов, що виникають під впливом усіх зазначених вище показників. Це можливо забезпечити за допомогою активного запровадження інновацій. Тому вважаємо за доцільне увести до переліку факторів «інновації» як один з елементів.

Фактори конкурентоспроможності продукції також, у свою чергу, залежать від багатьох чинників зовнішнього впливу. Проте, якщо казати про інновації, як один з факторів, то можна стверджувати, що вони залежать не лише від виробничих, фінансових, ринкових та організаційних чинників, а й від людського чинника [10, с.83]. Персонал підприємства – люди зі своїми здібностями та ідеями, здійснюють значний вплив на інноваційний розвиток фірми. Тобто можна стверджувати, що внутрішні ресурси та потенціал підприємства є визначальними для процесу впровадження інновацій, що дозволяє нівелювати вплив зовнішніх чинників та робить інновації менш залежними від них.

Систематичне здійснення інноваційної діяльності промисловими підприємствами стає головною рушійною силою, здатною забезпечити належний рівень конкурентоспроможності підприємств та їх продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках. Економічний розвиток на усіх рівнях функціонування економіки забезпечується ефективною інноваційною стратегією. В умовах економіки, що постійно розвивається, забезпечення переходу на якісно новий тип розвитку, що, у свою чергу, сприяє покращенню економічної стійкості та конкурентоспроможності, здійснюється за допомогою запровадження та ефективного використання інноваційних ресурсів.

У процесі дослідження наукових праць [7-9], присвячених питанням інноваційної діяльності суб'єктів підприємництва, можна дійти висновку, що як у світовій, так і у вітчизняній практиці не існує єдиного підходу щодо визначення поняття «інноваційна діяльність». Поняття інноваційної діяльності є комплексним та розглядається авторами з різних точок зору.

Найбільш узагальнене трактування поняття запропоноване Зянько В.В., яке визначає інноваційну діяльність як комплекс економічних, технічних, правових, соціальних заходів, що пов'язані із розробкою, впровадженням та використанням інновацій, який має на меті досягнення певного економічного та соціального ефектів [7, с.43]. А.Г. Загородній та Г.Л. Вознюк пропонують таке визначення: «Інноваційна діяльність – це діяльність, спрямована на пошук можливостей інтенсифікації виробництва та задоволення суспільних проблем у конкурентоспроможних товарах і послугах завдяки використанню науково-технічного та інтелектуального потенціалу» [8, с.523]. У той час як В.П. Соловйов визначає інноваційну діяльність як таку, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів та послуг [9, с.39].

Інновації як важливий фактор економічного зросту займають важливе місце у теорії конкурентних переваг М. Портера. У своїй теорії вчений говорить про те, що інновації є необхідною умовою досягнення конкурентних переваг на ринку. Згідно М. Портеру інновації є досить широким поняттям, що розглядаються ним як результат незвичайних зусиль, що призводять до технологічного прориву у нових методах праці та виникненні і використанні нових технологій [1, с.25]. Інновації можуть виникати як у новостворених, так і у вже існуючих компаніях, в результаті: розширення сфери діяльності підприємств, використанні нових ресурсів та технологій, запозичення у інших країн. Вчений зазначає, що компанії повинні неупинно вдосконалюватися та запроваджувати інновації задля втримання своїх конкурентних позицій в економічному середовищі. Так, згідно теорії конкурентних переваг тільки за умов постійного вдосконалення та впровадження інновацій є можливим досягнення вищого рівня конкурентоспроможності та економічного зростання загалом.

В залежності від впливу інновацій на конкурентоспроможність продукції виділяють такі їх види [15, с.31]:

- **приростові** – інновації, метою яких є удосконалення існуючої продукції та наявних на підприємстві технологій та процесів. Вони забезпечують послідовний та лінійний вплив на процес зростання рівня конкурентоспроможності продукції, що виготовляється та підприємства загалом.
- **радикальні** – інновації, які «передбачають» появу нового способу виробництва або раніше невідомого продукту, дають імпульс появи та розвитку нової галузі або концепції бізнесу. Вони носять революційний характер що забезпечує порівняно тривалішу конкурентну перевагу, що створює нові умови конкуренції.

Доцільним буде також розглянути види інноваційної діяльності, що здійснюється підприємствами. Згідно Закону України «Про інноваційну діяльність» основними видами інноваційної діяльності є [16]:

1. підготовка та організація виробництва, яке охоплює придбання виробничого обладнання, зміни в них для створення нового технологічного процесу;
2. маркетинг нових продуктів, що передбачає види діяльності, пов'язані з випуском нової продукції на ринок;
3. придбання технології у вигляді патентів, ліцензій, розкриття ноу-хау, торгових марок, конструкцій тощо.

Усі зазначені вище види інноваційної діяльності приводять до зміцнення конкурентних позицій за критеріями якості, споживчих властивостей та вартості продукції.

Ефективна інноваційна стратегія на підприємстві є запорукою підвищення рівня конкурентоспроможності продукції компанії. Цьому сприяють наступні умови: оволодіння новими знаннями ефективної конкурентної боротьби; створення конкурентних переваг шляхом запровадження та використання інновацій, найновіших технологій, здобутих знань та інформації; адаптація інновацій до існуючих процесів на підприємстві; утримання власних конкурентних переваг [17, с.417].

Проаналізувавши літературу у даній тематиці, ми помітили, що світовий досвід показує, що ефект від проведення інноваційної діяльності на підприємстві з точки зору його конкурентоспроможності складається з трьох елементів, а саме [18-21]:

1. Підвищення конкурентоспроможності продукції, яка здатна створити конкурентні переваги на найближчу перспективу.
2. Виникнення нових споживчих потреб, здатне створити конкурентні переваги на віддалену перспективу.
3. Зростання ефективності виробництва, що, у свою чергу, перетворює конкурентоспроможність продукції у конкурентоспроможність цілого підприємства.

Саме тому, орієнтуючись на досвід провідних країн світу, ми пропонуємо менеджменту вітчизняних підприємств сфокусувати увагу на такому векторі інноваційного розвитку, як створення внутрішніх дослідницьких інститутів у рамках самих підприємств для безперервного моніторингу та дослідження інноваційного клімату у рамках галузі на державному та світовому рівнях для розроблення ефективних інноваційних стратегій.

Серед реалій української економіки, незважаючи на недостатньо високий рівень інноваційного потенціалу, можна спостерігати тенденцію до того, що все більше підприємств, орієнтованих на покращення якості своєї продукції та відповідності європейським і світовим стандартам, починають все більш активно впроваджувати інноваційні рішення в процесі функціонування. Здійснення інноваційної діяльності допоможе вітчизняним підприємствам у налагодженні внутрішніх процесів з виробництва продукції за рахунок нових та прогресивних технологій, підвищенні рівня її конкурентоспроможності та збереженні конкурентних переваг у часі. Усе зазначене раніше, у свою чергу, дозволить створити імідж надійного, якісного та впізнаваного «виробника» не лише на локальному і національному, а й на європейському та світовому рівнях.

Висновки. Отже, підсумовуючи усе вищезазначене, можна сказати, що в умовах ринкової економіки конкурентоспроможність продукції займає важливе місце у реалізації інноваційної стратегії підприємства. Створення конкурентоспроможної продукції або послуги, що володітиме високим ступенем наукомісткості та новизни неможливе без здійснення інноваційної діяльності. Саме тому необхідним кроком є заохочення з боку держави до проведення систематичної інноваційної діяльності вітчизняними підприємствами та стимулювання цього процесу на національному рівні.

Список літератури

1. Портер М. Е. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів [пер. з англ. А. Олійника, Р. Скальського]. Київ: Основи, 1998. 390 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент: уч. пособие. Москва: ИКЦ «Маркетинг», 2002. 886 с.
3. Літвінова В.О. Методичні та методологічні особливості дослідження рівня конкурентоспроможності продукції. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: монографія. Одеса: ПАЛЬМІРА, 2017. 277-284 с. URL: http://oneu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/01/monograf_ep_oneu_2017_11_12.pdf (дата звернення 15.08.2021 р.)
4. Любченко А.Н. Конкурентоспособность продукции на региональном продовольственном рынке и направления её повышения (на примере Кировоградского региона): диссерт. канд.эконом.наук : 08.10. Киев, 2012. 304 с.
5. Светульников С.Г. Основы теории многоуровневой конкуренции и её инструментальная база. Современная конкуренция (науч.-практ. журнал) : в 11 т. Москва: ИД Университет Синергия, 2017. Т. 11. №6(66). 5 - 27 с.
6. Мицюк С.В. Конкурентоспособність вітчизняної продукції: проблеми та перспективи: дисерт. канд.ек.наук : 08.00.01. Київ, 2007. 287 с.
7. Зянько В.В. Інноваційна діяльність підприємств та її фінансове забезпечення в умовах трансформаційних змін економіки України: монографія. Вінниця: ВНТУ, 2015. 168 с. URL: http://fk.vntu.edu.ua/images/documents/zez_2015.pdf (дата звернення 16.08.2021 р.)
8. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л. Фінансово-економічний словник. Київ: Знання, 2015. 1027 с.
9. Соловьев В.П. Инновационная деятельность как системный процесс в конкурентной экономике. Синергетические эффекты инноваций: монография. Киев: Феникс, 2006. 560 с. URL: http://naukainform.kpi.ua/SiteAssets/Nauka_Naukoznavstvo/6-346%20solovyev.pdf (дата звернення 18.08.2021 р.)
10. Семенова В. Г. Економіка та організація інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства: навчальний посібник. Обухів: Друкарня ФОП Гуляєва, 2013. 185 с. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/1903> (дата звернення: 17.08.2021 р.)
11. Літвінов О.С., Сукач О.О. Ефективність витрат на оплату праці як фактор конкурентоспроможності підприємства: Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового]. Одеса : Атлант, 2013. С. 459-470. URL: http://oneu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/01/monografiya_ep_2013.pdf (дата звернення: 18.08.2021 р.)

12. Літвінов О.С. Управління закладами охорони здоров'я в умовах конкурентного середовища. Управління розвитком. 2015. №2 (185). С. 59-65. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/6036> (дата звернення: 18.08.2021 р.)
13. Літвінов О. С. Визначення факторів конкурентоспроможності закладів охорони здоров'я в умовах інноваційного розвитку. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Науки : економіка, політологія, історія. 2017. № 4 (246). С. 58-69. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/6031> (дата звернення: 17.08.2021 р.)
14. Літвінова В. А. Підвищення конкурентоспроможності продукції: проблеми класифікації факторів конкурентоспроможності продукції. Одеса: Бізнесінформ. №8. 2016. С. 252–265.
15. Бжуска Я.О. Інноваційні моделі бізнесу: текст. Львів: Вісник НУ «Львівська політехніка». 2018. № 678. С. 29-35.
16. Про інноваційну діяльність: Закон України від 16.10.2012 р. № 5460-VI. ВВР, 2014, № 2-3, ст.41. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (дата звернення: 25.08.2021 р.)
17. Маркетинг. Менеджмент. Інновації: монографія / за ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. Суми: Папірус, 2010. 621 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/16194/3/marketing.pdf;jsessionid=CB32688F3F67F4B4D2DD83A4B0E9C9BCD> (дата звернення: 19.08.2021 р.)
18. Akis, Elife (2015), "Innovation and Competitive Power", World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship, Procedia - Social and Behavioral Sciences, 195. pp.1311-1320. URL: https://www.researchgate.net/publication/282556904_Innovation_and_Competitive_Power (дата звернення: 25.08.2021 р.)
19. Mai, M. (2014). Innovationspolitik - Politik für Innovationen. In M. Mai, Handbuch Innovationen: Interdisziplinäre Grundlagen und Anwendungsfelder. Heidelberg: Springer-Verlag. URL: <https://refubium.fu-berlin.de/bitstream/handle/fub188/19612/KAx19xInnovationsfxrderungxdurchxZuschusse.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 25.08.2021 р.)
20. Eickelpasch, A. (2013). Innovation Policy in Germany: Strategies and programmes at the federal and the regional level. irpet.it. Berlin: DIW Berlin, German Institute for Economic Research. URL: http://www.irpet.it/storage/publicazioneallegato/462_InnovationPolicy.pdf (дата звернення: 25.08.2021 р.)
21. Øystein Moen, Tord Tvedten, Andreas Wold. Exploring the relationship between competition and innovation in Norwegian SMEs. Moen et al., Cogent Business & Management (2019), 5: 1564167 URL: <https://doi.org/10.1080/23311975.2018.1564167> (дата звернення: 26.08.2021 р.)

References

1. Porter M.E. (1998) Strategiya konkurentiv: metodyka analizu galuzey I diyal'nosti konkurentiv [Competition strategy: methods of analysis of industries and competitors]. Kiev: Osnovy. [In Ukrainian].
2. Fathutdinov R.A. (2002) Konkurentosposobnost' organizazziy v usloviyah krizisa: ekonomika, marketing, menedzhment. [Competitiveness of the organization in a crisis: economics, marketing, management]. Moscow: Marketing. [In Russian].
3. Litvinova V.O. (2017) Metodychni ta metodologichni osoblyvosti doslidzhennya rivnya konkurentospromozhnosti produkci. Teoretychni, metodologichni ta praktychni aspekty konkurentospromozhnosti pidpnyemstv. [Methodical and methodological features of the study of the level of product competitiveness. Theoretical, methodological and practical aspects of enterprise]. Odesa: PAL`MIRA. Retrieved from http://oneu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/01/monograf_ep_oneu_2017_11_12.pdf [In Ukrainian].
4. Lūbchenko A.N. (2012) Konkurentosbosobnost' produkcyi na regional'nom prodovol'stvennom rynke i napravleniya eye povysheniya (na pryemiye Kirovogradskogo regiona). [Competitiveness of products in the regional food market and directions of its increase (on the example of the Kirovograd region)]. Kiev. [In Russian].
5. Svetun'kov S.G. (2017) Fundamentals of the theory of multilevel competition and its tool base. Modern competition. Moscow: Universitet Synergia, 11, 5 - 27. [In Russian].
6. Mytsyuk S.V. (2014) Konkurentospromozhnist' vitchyznyanoi produkciy: problem

- та perspektyvy. [Competitiveness of domestic products: problems and prospects]. Kiev. [In Ukrainian].
7. Zyanko V.V. (2015) Innovaciyna diyalnist` pidpryyemstv ta ii finansove zabezpechennya v umovah transformacijnyh zmin ekonomiky Ukrayiny. [Innovative activity of enterprises and its financial support in the conditions of transformational changes of economy of Ukraine]. Vinnitsa: VNTU. Retrieved from http://fk.vntu.edu.ua/images/documents/zez_2015.pdf [In Ukrainian].
 8. Zagorodniy A.G., Voznyuk G.L. (2015) Finansovo ekonomichnuy slovnyk. [Financial and economic dictionary]. Kiev: Znannya. [In Ukrainian].
 9. Soloviyev V.P. (2016) Innovacionnaya deyatelnost` kak sistemnyy process v konkurentnoy ekonomike. Sinergeticheskiye efekty innovaciy. [Innovation as a systemic process in a competitive economy. Synergetic effects of innovations]. Kiev: Fenix. Retrieved from http://naukainform.kpi.ua/SiteAssets/Nauka_Naukoznavstvo/6-346%20soloviyev.pdf [In Russian].
 10. Semenova V.G. (2017) Ekonomika ta organizaciya innovaciyino-investyciynogo rozvytku pidpryyemstva. [Economics and organization of innovation and investment development of the enterprise]. Obuhiv: Drukarnya FOP Gulyaeva. Retrieved from <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/1903> [In Ukrainian].
 11. Litvinov O.S., Sykach O.O. (2013) Efektyvnist` vytrat na oplatu praci yak factor konkurentospromozhnosti pidpryyemstva. [Efficiency of labor costs as a factor of enterprise competitiveness]. Odesa : Atlant. Retrieved from http://oneu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/01/monografiya_ep_2013.pdf [In Ukrainian].
 12. Litvinov O.S. (2016) Management of health care facilities in a competitive environment. Development management, 3, 59-65. Retrieved from <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/6036> [In Ukrainian].
 13. Litvinov O.S. (2017) Determining the factors of competitiveness of health care facilities in terms of innovative development. Scientific Bulletin of Odessa National Economic University, 4, 58-69. Retrieved from <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/6031> [In Ukrainian].
 14. Litvinova V.O. (2016) Pidvyschennya konkurentospromozhnosti produkciy: problemy klasyfikaciy faktoriv konkurentospromozhnosti produkciy. [Improving product competitiveness: problems of classification of factors of product competitiveness]. Odesa: Businessinform, 8, 252–265. Retrieved from <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2017/1/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B5%D0%BC%D0%B8%20%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D1%81%D0%B8%D1%84%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97%20%D1%84%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%B2%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D1%83%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BE%D1%81%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D0%B6%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%97.pdf> [In Ukrainian].
 15. Bjuska Y.O. (2018) Innovaciynny modeli biznesu. [Innovative business models]. Lviv: Bulletin NU «Lvivs`ka politechnika», 29-35. [In Ukrainian].
 16. Constitution of Ukraine (2014). Law of Ukraine on Innovation. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> . (accessed: August, 25,2021). [In Ukrainian].
 17. Ilyashenko S.M. (2017) Makreting. Menedjment. Innovaciy. [Marketing. Management. Innovations]. Sumy: Papirus. Retrieved from <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/16194/3/marketing.pdf;jsessionid=CB32688F3F67F4B4D2DD83A4B0ECEBCD> [In Ukrainian].
 18. Akis, Elife (2015) “Innovation and Competitive Power”. World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship, Procedia - Social and Behavioral Sciences, 195, 1311-1320. Retried from https://www.researchgate.net/publication/282556904_Innovation_and_Competitive_Power [In English].
 19. Mai, M. (2014). Innovationspolitik - Politik für Innovationen. In M. Mai, Handbuch Innovationen: Interdisziplinäre Grundlagen und Anwendungsfelder. Heidelberg: Springer-Verlag. Retried from <https://refubium.fu-berlin.de/bitstream/handle/fub188/19612/KAx19xInnovationsfxrderungxdurchxZuschxsse.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [In German].
 20. Eickelpasch, A. (2013). Innovation Policy in Germany: Strategies and programmes at the federal and the regional level. irpet.it. Berlin: DIW Berlin, German Institute for Economic Research. Retried from http://www.irpet.it/storage/publicazioneallegato/462_InnovationPolicy.pdf [In English].
 21. Øystein Moen, Tord Tvedten, Andreas Wold. (2019) Exploring the relationship between competition and innovation in Norwegian SMEs. Moen et al., Cogent Business & Management,

5: 1564167 Retrieved from <https://doi.org/10.1080/23311975.2018.1564167> (accessed: August, 26, 2021). [In English].

9. Litvinov, O.S. (2019). *ntelektual'nyy kapital pidpryyemstva: sutnist', otsinka, rozvytok* : monohrafiya. Odesa : Astroprint. [In Ukrainian].

10. Vlasova, N.O. (2018). *Upravlinnya oborotnyimi aktyvamy na pidpryyemstvakh rozdribnoi torhivli: monohrafiya*. Khar'kov: KHDUKHT [In Ukrainian].

11. Suslikov, S.V., Zhminka, L.A. Methodological foundations of working capital management. *Naukovyy visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, 9, 6, 121-124. [In Ukrainian].

12. Bondarenko, O.S. (2015). Methodological bases of management of current assets of the enterprises. *Investytsiyi*, 4, 40–44.

13. Grebeshkova, O.,M. (2017). *Stratehiya pidpryyemstva u postindustrial'niy ekonomitsi* : monohrafiya . Kyiv. KNEU. [In Ukrainian].