

Загребельна Ірина Леонідівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та міжнародних економічних відносин, Полтавський державний аграрний університет

Дядик Тетяна Василівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, Полтавський державний аграрний університет

Косенко Віталій Миколайович, здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії, Полтавський державний аграрний університет

Zahrebelna Iryna, PhD in Economics, Associate Professor, Lecturer, Department of Economics and International Economic Relations, Poltava State Agrarian University, <https://orcid.org/0000-0002-8316-1656>

Diadyk Tetiana, Candidate of Sciences in Economics, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Marketing, Poltava State Agrarian University, <https://orcid.org/0000-0002-8422-3775>

Kosenko Vitalii, PhD candidate, Poltava State Agrarian University, <https://orcid.org/0009-0004-4168-8689>

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ INNOVATIVE DEVELOPMENT AS A FACTOR OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

Загребельна І. Л., Дядик Т. В., Косенко В. М.
Інноваційний розвиток як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємств. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2024. Том 9. № 3. С. 61 – 65.

Zahrebelna I., Diadyk T., Kosenko V. Innovative development as a factor of increasing the competitiveness of enterprises. *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*. 2024. Volume 9. № 3, pp. 61 – 65.

У сучасному світі інновації є ключовим чинником успішного розвитку компаній, національних економік та глобальної спільноти загалом. Тому вони привертають велику увагу з боку урядів, бізнесу, наукових та освітніх установ, які активно підтримують та стимулюють процеси інноваційної діяльності. Інновації відіграють важливу роль в економічному розвитку суспільства, оскільки вони сприяють підвищенню продуктивності, конкурентоспроможності та загальному рівню життя, що стимулюють зростання виробництва, удосконалення технологій, покращення умов праці та багато інших переваг. Конкурентоспроможність є критерієм, що найбільш повно відображає ефективність діяльності економічного суб'єкта. Практика показує, що розв'язання задачі підвищення конкурентоспроможності викликає значні труднощі, а для багатьох підприємств у сьогоднішніх економічних умовах воно стало проблемою внаслідок відсутності в організації чіткої стратегії, фінансово-економічних цілей та критеріїв. У ситуації, що склалася, для успішної конкурентної боротьби підприємствам необхідно не тільки оновлювати технології та технологічне обладнання, вивчати внутрішній і зовнішній ринок і вести маркетингові дослідження, виявляти свої можливості, слабкі сторони і вразливі місця конкурентів, а й впливати на власну конкурентоспроможність і визначати її основні напрями. Інновації відіграють ключову роль у розробці та адаптації бізнес-моделей, дозволяючи підприємствам залишатися конкурентоспроможними в світі, що швидко змінюється. Інтеграція нових технологій та підходів може значно покращити ефективність процесів, знизити витрати та створити нові ринкові можливості. В умовах жорсткої конкуренції та технологічних новинок у виграші виявляються ті підприємства, які зможуть швидко проаналізувати бізнес-моделі, вибрати для себе найкращу та ефективно її реалізувати. Для ефективного впровадження інноваційної бізнес-моделі в рамках бізнесу, що вже відбувся, необхідно оцінити нові ключові фактори успіху, розробити нову систему цінностей, нові бізнес-процеси, організаційну структуру та корпоративну культуру.

Ключові слова: розвиток, інновації, підприємство, конкурентоспроможність, ресурси.

In today's world, innovation is a critical factor in the successful development of companies, national economies, and the global community in general. Therefore, they attract much attention from governments, businesses, and scientific and educational institutions, which actively support and stimulate the processes of innovative activity. Innovations play an essential role in the economic development of society because they contribute to increased productivity, competitiveness, and the general standard of living, which stimulate the growth of production, the improvement of technology, the improvement of working conditions, and many other benefits. Competitiveness is the criterion that most fully reflects the efficiency of the economic entity. Practice shows that solving the task of increasing competitiveness causes significant difficulties. For many enterprises in today's economic conditions, it has become a problem due to the need for a clear strategy, financial and economic goals, and organization criteria. In the current situation, for successful competition, enterprises must not only update technologies and technological equipment, study the domestic and foreign markets, and conduct marketing research, as well as identify the opportunities, weaknesses, and vulnerabilities of competitors, but also influence their competitiveness and determine its main directions. Innovation is crucial in developing and adapting business models, enabling businesses to remain competitive in a rapidly changing world. Integrating new technologies and approaches can significantly improve process efficiency, reduce costs, and create new market opportunities. In fierce competition and technological innovations, the winners will be those enterprises that can quickly analyze business models, choose the best one for themselves, and implement it effectively. To effectively implement an innovative business model within the existing business, it is necessary to evaluate new critical success factors, develop a new value system, and develop new business processes, organizational structure, and corporate culture.

Keywords: development, innovation, enterprise, competitiveness, resources.

Вступ

Інноваційний розвиток є ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності сучасних підприємств. В умовах глобалізації та швидких технологічних змін, підприємства, що впроваджують нові технології, продукти та управлінські практики, здатні ефективно реагувати на виклики ринку та забезпечувати своє стале зростання.

Ефективність здійснення інноваційної діяльності залежить від стану інноваційного потенціалу підприємства, який являє собою можливість підприємства досягати поставленої мети інноваційного розвитку при наявних фінансових, кадрових, інтелектуальних та виробничо-технічних ресурсах.

Вплив інноваційної діяльності на конкурентоспроможність підприємств досліджувався багатьма вченими. Ці вчені зробили вагомий внесок у розуміння впливу інноваційної діяльності на конкурентоспроможність підприємств, що є ключовим для стратегічного управління та розвитку економіки: Йозеф Шумпетер [9] (ввів поняття «креативна деструкція», підкреслюючи важливість інновацій для економічного розвитку та конкурентоспроможності підприємств); Пітер Друкер [2] (описав роль інновацій в управлінні та стратегії підприємств, наголошуючи на тому, що інновації є ключовим елементом для довгострокового успіху); Майкл Портер [6] (розробив модель конкурентних переваг, де інновації є одним із ключових факторів, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємств); Клейтон Крістенсен [3] (увів концепцію «деструктивні інновації», які здатні змінити ринкову структуру та забезпечити нові можливості для підприємств); Річард Нельсон та Сідні Вінтер [10] (у своїй роботі «Еволюційна теорія економічних змін» розглянули інновації як ключовий фактор еволюційного розвитку підприємств та їх конкурентоспроможності); Еверетт Роджерс [11] (розробив теорію дифузії інновацій, пояснюючи, як нововведення поширюються серед підприємств та впливають на їх конкурентоспроможність); Жан Тіроль [12] (досліджував економіку інновацій та роль технологічного розвитку у формуванні конкурентних стратегій підприємств).

На сьогодні зростання національної економіки значною мірою визначається рівнем інноваційного розвитку суб'єктів ринкових відносин, що ґрунтується на їх зусиллях у використанні динамічних можливостей та новітніх технологій у своїй господарській діяльності творчо підходити до визначення способів задоволення потреб споживачів, удосконалювати та оновлювати продукцію, посилюючи ринкову позицію та забезпечуючи ефективність функціонування бізнесу. Тобто особливість діяльності сучасних підприємств у тому, що інновації перетворилися на ендогенний чинник ефективності їх розвитку. Відповідні тенденції актуалізують потребу у розробці теоретико-методичних підходів та прикладних основ забезпечення розвитку сучасних підприємств з урахуванням інновацій та особливостей функціонування динамічного довкілля.

Формулювання цілей статті

Мета статті проаналізувати вплив інноваційного розвитку на підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження

Впровадження інновацій у діяльність суб'єктів господарювання на сучасному етапі стало об'єктивною необхідністю, що обумовлено низкою причин. По-перше, глобалізація та розширення можливостей міжнародної торгівлі поставили перед вітчизняними підприємствами дуже високу планку для підтримки конкурентоспроможності продукції, що виробляється як на внутрішньому, так і зовнішніх ринках. При виведенні товару для експорту у багатьох галузях виникла необхідність відповідності міжнародним стандартам якості продукції, що змушує компанії оновлювати технології та устаткування. Одночасно актуальним залишається питання високої собівартості продукції, що за відносно низької якості значно знижує її конкурентоспроможність та створює необхідність освоювати ресурсо-, енергозберігаючі технології, безвідходні виробництва тощо, а також впроваджувати організаційні інновації, пов'язані з організацією виробництва та адміністрування для підвищення ефективності управління виробничими процесами. По-друге, скорочення життєвого циклу продукту визначило ще одне завдання – постійного оновлення асортименту пропонованих товарів та послуг, а також формування споживчого попиту та потреб за рахунок створення інноваційної продукції з принципово новими чи покращеними властивостями.

Інновації є основним драйвером підвищення конкурентоспроможності підприємств у сучасній економіці. Вони дозволяють підприємствам не тільки покращувати свої продукти та процеси, але й адаптуватися до швидких змін на ринку, забезпечуючи стале зростання та розвиток.

Конкурентоспроможність – це здатність організації досягати своєї мети, ефективніше за конкурентів виконуючи відповідні завдання за рахунок наявних переваг, а саме внутрішнього потенціалу. Розвиток та грамотна реалізація внутрішнього потенціалу полягають у здатності швидко адаптувати внутрішнє середовище підприємства під зміни з боку зовнішньої сторони, що й обумовлюватиме зростання конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність є критерієм, що найбільш повно відображає ефективність діяльності економічного суб'єкта. Практика показує, що розв'язання задачі підвищення конкурентоспроможності викликає значні труднощі, а для багатьох підприємств у сьогоднішніх економічних умовах воно стало проблемою внаслідок відсутності в організації чіткої стратегії, фінансово-економічних цілей та критеріїв.

У ситуації, що склалася, для успішної конкурентної боротьби підприємствам необхідно не тільки оновлювати технології та технологічне обладнання, вивчати внутрішній і зовнішній ринок, вести мар-

кетингові дослідження, а також виявляти свої можливості, слабкі сторони і вразливі місця конкурентів, впливати на власну конкурентоспроможність і визначати її основні напрями. Крім того, в умовах ринкової економіки фірма-виробник, що постачає свої товари як на зовнішній, так і внутрішній ринок, не може тривалий час займати стійкі позиції, спираючись у своїй стратегії тільки на показники конкурентоспроможності товару, не враховуючи світові рівні якості та витрати на створення та реалізації товару.

Кожне підприємство для зростання конкурентоспроможності, а отже, забезпечення економічної безпеки має бути спрямоване на освоєння нових технологій та способів роботи, без яких у сучасних умовах просто не вижити. Управління конкурентоспроможністю підприємства з акцентом на інновації визначається як процес прийняття управлінських рішень, метою яких є опір зовнішнім викликам і досягнення лідируючих позицій в інноваційній сфері відповідно до стратегічних завдань підприємства. У сучасних умовах для підприємства існують чотири ключові рівні конкурентоспроможності. Варто зазначити, що кожен з цих рівнів вимагає особливого підходу до управління та стратегій маркетингу [1].

На початковому рівні конкурентоспроможності підприємства сприймають управління як «внутрішній стабільний» фактор. Це означає, що одного разу встановлені процеси управління залишаються незмінними і не адаптуються під змінну конкурентну ситуацію. Менеджери таких компаній зосереджуються на випуску продукції, не думаючи про конкурентну перевагу. Їх стратегія успіху полягає у пошуку ніші на ринку, де конкуренція відсутня. На другому рівні конкурентоспроможності підприємства прагнуть адаптувати свої процеси до зовнішнього середовища. Це означає, що вони прагнуть відповідати стандартам, які встановлюють лідери ринку. Такі підприємства часто беруть на озброєння відомі технічні рішення, технології або методики організації роботи від відомих гравців ринку [5].

Підприємства, що належать до третього рівня конкурентоспроможності, акцентують свою увагу на потребах споживача. Вони приділяють особливу увагу споживчому маркетингу та орієнтують свою діяльність на ринкові потреби. Інновації в таких підприємствах впроваджуються лише за умови, що вони будуть відповідати очікуванням клієнтів. Підприємства четвертого рівня конкурентоспроможності характеризуються високим рівнем адаптивності та готовністю конкурувати на світовому рівні у будь-якій сфері діяльності. Їх стратегія полягає в тому, щоб завжди бути на крок попереду своїх конкурентів і визначати тренди на ринку [8].

Для ефективного управління конкурентоспроможністю важливо зосередитись на глибокому аналізі внутрішніх взаємодій підприємства, виборі стратегічних напрямів та забезпеченні його загальної конкурентної здатності. Можна виділити три ключові рівні управління: стратегічний, тактичний та оперативний.

1. Стратегічний рівень спрямований на довготривалі цілі та розроблений для вищого ешелону керівництва. Головна мета на цьому рівні полягає у створенні та підтримці довготривалих конкурентних переваг.

2. Тактичне управління конкурентоспроможністю має на меті розробку та впровадження методів, які підприємство використовує для конкуренції з опонентами, виконуючи свою визначену стратегію. Ефективність тактичного управління можна вимірювати за досягнутим рівнем у створенні, підтримці або розширенні стратегічних переваг протягом визначеного тактичного періоду [4].

3. Оперативне управління виконується неперервно, розробляючи рішення щодо актуальних завдань підприємства. Це може включати реагування на непередбачувані ситуації та динамічні ринкові зміни. Основна увага на тактичному та оперативному рівнях спрямована на дії у середньо- та короткостроковій перспективі.

Управління конкурентоспроможністю на цих рівнях передбачає застосування вибраних методів та підходів, розроблених у рамках загальної стратегії та тактики. Управління потенціалом має бути стратегічно орієнтованим, передбачаючи комплексну стратегію дій. Ця стратегія має не лише аналізувати поточний потенціал підприємства, але й вносити корективи для зміцнення його конкурентних позицій та формування довгострокових переваг.

Реалізація інноваційної стратегії допомагає досягненню конкретних конкурентних переваг, зміст яких детерміновано завданнями, поставленими під час формування інноваційної стратегії. Перелік можливих конкурентних переваг дуже великий – від нарощування репутаційного капіталу до підвищення стійкості екологічного функціонування підприємства. При цьому, узагальнивши різні конкурентні переваги, які має інноваційне підприємство порівняно з неінноваційним, можна дійти таких позицій (табл. 1).

На наш погляд, підприємствам найбільшу увагу слід приділяти функціональним нововведенням (випробування нових форм організації діяльності, нових технологій, більш повного застосування економічних факторів, методів вимірювання та контролю параметрів якості), так як системні нововведення вимагають значних витрат та більшого відрізка часу. Однак може настати момент, коли системні нововведення будуть переважати. Іншими словами, найкращого результату можна досягти при оптимальному поєднанні можливостей загальних та функціональних інновацій.

В ідеальній ситуації інноваційне підприємство має не лише впроваджувати нові типи продукції (продуктові інновації), нові типи виробництв (технологічні інновації), а й «оформляти» всю інноваційну діяльність у єдину інноваційну бізнес-модель (управлінські інновації). Крім того, важливе місце в імplementації бізнес-моделей займають цифрові та інтелектуальні інструменти менеджменту (Big Data, блокчейн, нейронні мережі, хмарні обчислення).

Інноваційна бізнес-модель підприємства є ключовим фактором для досягнення конкурентних переваг у сучасному ринковому середовищі. Вона включає декілька основних компонентів, які

дозволяють підприємству ефективно впроваджувати та використовувати інновації для забезпечення свого розвитку та зростання. До переваг інноваційної бізнес-моделі можна віднести:

– підвищення конкурентоспроможності: інновації дозволяють підприємству виділятися на ринку та залучати більше клієнтів;

– зниження витрат: оптимізація процесів та використання новітніх технологій зменшує операційні витрати;

– зростання прибутковості: впровадження нових продуктів та послуг підвищує дохідність підприємства;

– гнучкість та адаптивність: інноваційні підходи дозволяють швидко реагувати на зміни в ринковому середовищі.

Бізнес-модель важлива для інновацій з таких причин:

– допомагає прояснити бачення і місію та донести їх до зацікавлених сторін, таких як клієнти, інвестори, партнери та співробітники;

– допомагає перевірити припущення та підтвердити гіпотези про потреби клієнтів, ціннісну пропозицію, розмір ринку, ціни та прибутковість підприємства;

– допомагає адаптуватися до мінливого середовища та відгуків клієнтів, а також за необхідності змінювати або повторювати бізнес-модель;

– допомагає масштабувати бізнес та досягти зростання за рахунок визначення ключових факторів, показників та важелів бізнес-моделі.

Інновації – це не тільки створення нових продуктів чи послуг, а й зміна способів доставки цінності клієнтам і отримання підприємством. Бізнес-модель – це логіка того, як підприємство створює, постачає та фіксує вартість, і вона може бути джерелом конкурентних переваг чи недоліків у динамічному та конкурентному середовищі.

Однак впровадити інновації в бізнес-модель непросто, оскільки вони включають зміну безлічі взаємопов'язаних елементів, таких як ціннісна пропозиція, сегменти клієнтів, потоки доходів, структура витрат, ключові ресурси, ключові види діяльності, ключові партнерські відносини і канали. Більше того, впровадження інновацій у бізнес-модель потребує подолання різних проблем та використання можливостей, що виникають із зовнішнього та внутрішнього контексту підприємства.

Ось деякі з цих проблем та можливостей:

- Потреби та переваги клієнтів. Завдання впровадження інновацій у бізнес-моделі полягає в тому, щоб зрозуміти і передбачати мінливі потреби та переваги клієнтів, а також запропонувати ціннісну пропозицію, яка відповідає їхнім очікуванням або перевершує їх. Ціннісна пропозиція – це набір переваг, які підприємство пропонує своїм клієнтам, і вона повинна відповідати їх роботі, труднощам та вигодам. Підприємство може використовувати різні інструменти (інтерв'ю з клієнтами, опитування, експерименти та цикли зворотного зв'язку) для перевірки та уточнення своєї ціннісної пропозиції. Можливість впровадження інновацій у бізнес-моделі полягає у виявленні та обслуговуванні нових чи недостатньо обслуговуваних сегментів клієнтів або у створенні нових ринків, пропонуючи ціннісні пропозиції, що радикально відрізняються від існуючих альтернатив.

- Конкурентне середовище. Завдання впровадження інновацій у бізнес-моделі полягає в тому, щоб упоратися з гострою конкуренцією з боку існуючих та нових учасників, а також відрізнити підприємство від конкурентів. Підприємство може використовувати різні інструменти (конкурентний аналіз, бенчмаркінг та позиціонування) для оцінки та покращення своєї конкурентної позиції. Можливість оновлення бізнес-моделі полягає у використанні основних компетенцій, ресурсів, можливостей підприємства і навіть у використанні певних прогалів чи сліпих зон конкурентів.

- Технологічні тенденції. Завдання впровадження інновацій у бізнес-моделі полягає в тому, щоб йти в ногу зі швидкими та руйнівними технологічними змінами, які впливають на галузь та суспільство. Підприємство може використовувати різні інструменти (сканування навколишнього середовища, аналіз

Таблиця 1. Конкурентні переваги інноваційного підприємства

Категорія	Конкурентні переваги	Опис
Продуктові інновації	Унікальність продукту	Створення продуктів з унікальними характеристиками, що виділяють їх на ринку.
	Висока якість	Підвищення якості продукції завдяки впровадженню новітніх технологій та процесів.
	Широкий асортимент	Розширення лінійки продуктів для задоволення різноманітних потреб споживачів.
Технологічні інновації	Підвищена продуктивність	Використання автоматизації та робототехніки для збільшення виробничих потужностей.
	Зниження витрат	Оптимізація виробничих процесів для зменшення витрат на виробництво.
	Ефективність ресурсів	Рациональне використання сировини та енергії.
Організаційні інновації	Гнучкість та адаптивність	Швидка адаптація до змін ринку завдяки ефективній організаційній структурі.
	Підвищена мотивація персоналу	Впровадження новітніх методів управління та створення сприятливого робочого середовища
	Оптимізовані бізнес-процеси	Удосконалення внутрішніх процесів для підвищення ефективності роботи.
Маркетингові інновації	Ефективні стратегії просування	Використання сучасних методів маркетингу та реклами для досягнення кращих результатів.
	Збільшення ринкової частки	Активне завоювання нових ринків та утримання позицій на існуючих.
	Підвищена лояльність споживачів	Розвиток програм лояльності та покращення взаємодії з клієнтами.
Фінансові переваги	Зростання доходів	Підвищення прибутковості завдяки інноваційним рішенням.
	Інвестиційна привабливість	Підвищення інтересу з боку інвесторів завдяки активній інноваційній діяльності.
	Стабільний розвиток	Забезпечення стабільного зростання та розвитку підприємства в довгостроковій перспективі.

тенденцій та планування сценаріїв) для моніторингу та прогнозування технологічних тенденцій та їх наслідків. Можливість оновлення бізнес-моделі полягає у прийнятті чи створенні нових технологій, які дозволяють підприємству запропонувати нову ціннісну пропозицію чи знизити витрати або ризики, пов'язані зі створенням і отриманням цінності.

- Регуляторні та соціальні фактори. Завдання впровадження інновацій у бізнес-моделі полягає у дотриманні правових та етичних норм і стандартів, які регулюють галузь та суспільство. Підприємство може використовувати різні інструменти (аналіз зацікавлених сторін, оцінка ризиків та аудит відповідності) для виявлення та управління нормативними та соціальними ризиками та зобов'язаннями. Можливість для оновлення бізнес-моделі полягає в тому, щоб привести цінності та цілі підприємства у відповідність із соціальними, екологічними потребами та очікуваннями зацікавлених сторін, а також мати позитивний вплив на суспільство та середовище.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Інновації відіграють ключову роль у розробці та адаптації бізнес-моделей, дозволяючи підприємствам залишатися конкурентоспроможними в світі, що швидко змінюється. Інтеграція нових технологій та підходів може значно покращити ефективність процесів, знизити витрати та створити нові ринкові можливості. Впровадження інновацій потребує глибокого аналізу ринку, розуміння потреб цільової аудиторії та готовності до експериментів. Тільки так підприємства можуть розробляти та впроваджувати успішні бізнес-моделі, які будуть актуальні на ринку та принесуть значну конкурентну перевагу.

Література

1. Белоусова Л.І., Марченко Н.О. Вплив стратегічного управління та обраної стратегії на конкурентоспроможність промислового підприємства. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2016. № 3 (227). С. 7-11.
2. Друкер П. Інновації та підприємництво: практика і принципи. Harper & Row, 1986.
3. Крістенсен К. Дилема новатора: коли нові технології призводять до краху великих фірм. Harvard Business Review Press. 1997.
4. Литвин Н.Ю. Інноваційне управління формуванням стратегічних орієнтирів конкурентних переваг. *Бізнес Інформ*. 2021. № 1. С. 303-309. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-1-303-309>.
5. Мошак С.М., Мікловда В.П., Шандор Ф.Ф., Кубиній Н.Ю., Кубиній В.В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю: системний метод та екзистенціальна експозиція: монографія. Мукачево: Карпатська вежа, 2017. 240 с.
6. Портер М. П'ять конкурентних сил, які формують стратегію. *Harvard Business Review*. 2008. No. 86(1). P. 78-79.
7. Пронько Л.М., Токар К.С. Маркетингова стратегія у формуванні конкурентоспроможності підприємства. *Ефективна економіка*. 2022. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2022/75.pdf.
8. Савченко С.М. Методологічні основи дослідження конкурентоспроможності підприємств. *Ефективна економіка*. 2019. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2019/54.pdf.
9. Шумпетер Дж. Капіталізм, соціалізм і демократія. Taylor & Francis, 2003.
10. by Richard R.N., Sidney G. An Evolutionary Theory of Economic Change. *Winter The Business History Review*. 1983. Vol. 57. No. 4. P. 576-577.
11. Rogers E. Diffusion of Innovations, 5th Edition. Simon and Schuster, 2003.
12. Aghion P., Tirole J. The Management of Innovation. *The Quarterly Journal of Economics*. 1994. Vol. 109. No. 4. P. 1185-1209.

References

1. Bielousova, L.I., Marchenko, N.O. (2016). «The impact of strategic management and the chosen strategy on the competitiveness of an industrial enterprise». *Visnyk Shkhidnoukrains'koho natsional'noho universytetu imeni Volodymyra Dalia*. № 3 (227). pp. 7-11.
2. Druker, P. (1986). *Innovatsii ta pidpriemnytstvo: praktyka i pryntsyipy*. [Innovations and entrepreneurship: practice and principles]. Harper & Row. USA.
3. Kristensen, K. (1997). *Dylema novatora: koly novi tekhnolohii pryzvodiat' do krakhu velykykh firm*. [The innovator's dilemma: when new technologies lead to the collapse of large firms]. Harvard Business Review Press. USA.
4. Lytvyn, N.Yu. (2021). «Innovative management of the formation of strategic guidelines for competitive advantages». *Biznes Inform*. № 1. pp. 303-309. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-1-303-309>.
5. Moshak, S.M., Miklovda, V.P., Shandor, F.F., Kubinij, N.Yu., Kubinij, V.V. (2017). *Stratehichne upravlinnia konkurentospromozhnosti: systemnyj metod ta ekzystentsial'na ekspozytsiia*. [Strategic management of competitiveness: system method and existential exposition]. Karpats'ka vezha. Ukraine.
6. Porter, M. (2008). «Five competitive forces that shape strategy». *Harvard Business Review*. No. 86(1). pp. 78-79.
7. Pron'ko, L.M., Tokar, K.S. (2022). «Marketing strategy in the formation of the competitiveness of the enterprise». *Efektivna ekonomika*. № 4. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2022/75.pdf.
8. Savchenko, S.M. (2019). «Methodological foundations of the study of the competitiveness of enterprises». *Efektivna ekonomika*. № 6. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2019/54.pdf.
9. Shumpeter, Dzh. (2003). *Kapitalizm, sotsializm i demokratiia*. [Capitalism, socialism and democracy]. Taylor & Francis. Great Britain.
10. by Richard, R.N., Sidney, G. (1983). «An Evolutionary Theory of Economic Change». *Winter The Business History Review*. Vol. 57. No. 4. pp. 576-577.
11. Rogers, E. (2003). Diffusion of Innovations, 5th Edition. Simon and Schuster.
12. Aghion, P., Tirole, J. (1994). «The Management of Innovation». *The Quarterly Journal of Economics*. Vol. 109. No. 4. pp. 1185-1209.

Стаття надійшла до редакції 12.07.2024 р.