

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2019-20-51>

УДК 339.137: 330.341.1

Впровадження інноваційних методів підвищення міжнародної конкурентоспроможності суб'єктів міжнародного бізнесу

Синиця Світлана Михайлівна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку та фінансів

Івано-Франківського навчально-наукового інституту менеджменту
Тернопільського національного економічного університету

Фурса Тетяна Петрівна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку та фінансів

Івано-Франківського навчально-наукового інституту менеджменту
Тернопільського національного економічного університету

Synytsia Svetlana, Fursa Tetiana

Ivano-Frankivsk Educational and Scientific Institute of Management of
Ternopil National Economic University

Розглянуто теоретико-методичні аспекти конкурентоспроможності суб'єктів міжнародного бізнесу, а саме сутність поняття «конкурентоспроможність». Визначено умови та чинники виникнення конкурентних переваг та конкурентоспроможності підприємств під час роботи на міжнародних ринках. Відповідно, основним напрямом підвищення конкурентоспроможності на міжнародному рівні визначено розвиток інноваційної діяльності, впровадження у виробництво новітніх технологій, сучасних виробів нової техніки, запобігання відтоку високоінтелектуальних і обдарованих працівників за кордон. Охарактеризовано інноваційні підходи до підвищення конкурентоспроможності підприємств в Україні, а також чинники макросередовища, які безпосередньо впливають на формування інноваційної діяльності підприємств. Здійснено аналіз тенденцій упровадження інноваційних технологій підвищення конкурентоспроможності суб'єктів міжнародного бізнесу, зокрема аналіз проблеми підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств України та аналіз інноваційної спроможності економіки України, а також інноваційної активності промислових підприємств. Визначено напрями впровадження інноваційних методів підвищення конкурентоспроможності суб'єктів міжнародного бізнесу.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентні переваги, інновації, суб'єкти міжнародного бізнесу.

Синица С.М., Фурса Т.П. ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ МЕТОДОВ ПОВЫШЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СУБЪЕКТОВ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

Рассмотрены теоретико-методические аспекты конкурентоспособности субъектов международного бизнеса, а именно сущность понятия «конкурентоспособность». Определены условия и факторы возникновения конкурентных преимуществ и конкурентоспособности предприятий при работе на международных рынках. Соответственно, основным направлением повышения конкурентоспособности на международном уровне определено развитие инновационной деятельности, внедрение в производство новейших технологий, современных изделий новой техники, предотвращение оттока высокоинтеллектуальных и одаренных работников за границу. Охарактеризованы инновационные подходы к повышению конкурентоспособности предприятий в Украине, а также факторы макросреды, которые непосредственно влияют на формирование инновационной деятельности предприятий. Осуществлен анализ тенденций внедрения инновационных технологий повышения конкурентоспособности субъектов международного бизнеса, в частности анализ проблемы повышения конкурентоспособности промышленных предприятий Украины и анализ инновационной способности экономики Украины, а также инновационной активности промышленных предприятий. Определены направления внедрения инновационных методов повышения конкурентоспособности субъектов международного бизнеса.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентные преимущества, инновации, субъекты международного бизнеса.

Synytsia Svetlana, Fursa Tetiana. IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE METHODS FOR INCREASING THE COMPETITIVENESS OF INTERNATIONAL BUSINESS ENTITIES

Theoretical and methodical aspects of the competitiveness of subjects of international business are considered, namely: the essence of the concept of "competitiveness" and innovation. The conditions and factors of the emergence of competitive advantages and competitiveness of enterprises when working in international markets are determined. Accordingly, the main direction of increasing competitiveness at the international level is the development of innovation activities, the introduction of the production of advanced technologies, modern products of new technology, prevention of the outflow of highly intelligent and gifted workers abroad. The innovative approaches to improving the competitiveness of enterprises in Ukraine, as well as macro-environment factors, which directly influence the formation of innovative activity of enterprises, are described. The competitiveness of Ukrainian enterprises in the world market is characterized by the position of the country in the most famous world rankings. The analysis of tendencies of introduction of innovative technologies for increasing the competitiveness of subjects of international business, in particular analysis of the problem of increasing the competitiveness of industrial enterprises of Ukraine, and analysis of the innovative capacity of the Ukrainian economy as well as the innovative activity of industrial enterprises has been carried out. It is noted that the creation of large, high-tech corporate structures, which has a number of important advantages in comparison with small and medium-sized businesses, plays a significant role in forming an effective structure of the national economy and in strengthening the economic and scientific and technical integration of Ukraine. The directions of increase of the level of competitiveness of products by means of introduction of innovative methods of increase of competitiveness of subjects of international business are determined.

Key words: competitiveness, competitive advantages, innovations, subjects of international business.

Постановка проблеми. За умов глобалізації та підвищення необхідності приєднання до світового економічного простору (європейського) одним із універсальних критеріїв стратегії розвитку країн, зокрема України, яка обрала для себе ще й можливість збереження національної ідентичності, повинна бути міжнародна конкурентоспроможність, завдяки чому можна реалізувати свої конкурентні переваги як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Через посилення взаємозв'язків між економіками країн світу кожне із підприємств, особливо тих, що діють не тільки на національному, але й на зарубіжних ринках, повинно вміти вигідно позиціонувати себе на ринку для того, щоб захопити більшу частку ринку, збільшити рівень продажів чи максимізувати свої прибутки. Одним із найважливіших факторів на шляху до успіху кожної компанії є конкурентоспроможність продукції, яку воно виготовляє.

Чим більша конкурентоспроможність продукції та ефективність виробництва, тим вищий рівень розвитку суспільства, адже успіх на внутрішньому та зовнішньому ринках сприяє стійкому економічному росту та розвитку не тільки підприємства, яке виготовляє таку продукцію, але й усього населення країни, зростання його добробуту. Це спричинене покращенням стану економіки, а отже, зростанням виробництва, збільшенням кількості робочих місць та зміцненням позицій країни на міжнародній арені.

Конкурентоспроможність підприємства залежить від багатьох факторів, до яких можемо віднести якість виробництва та

обслуговування, застосування новітніх технологій, високий рівень професіоналізму персоналу, вдало продуману маркетингову політику, наявність конкурентів тощо. Кожне підприємство є зацікавленим у підвищенні конкурентоспроможності своєї продукції, особливо якщо воно прагне займати лідируючі позиції на ринку, а тому пошук нових шляхів для покращення своєї продукції є запорукою майбутнього успіху компанії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями набуття та підвищення конкурентоспроможності та конкурентоспроможності продукції зокрема займалися багато вчених-економістів. Світова практика питань конкурентоспроможності включає напрацювання таких відомих зарубіжних науковців, як Г.Л. Азоєв, А.Ю. Юданов, Р.А. Фатхутдінов, Б.А. Райзберг, В. Стівенсон, М. Портер, І. Ансофф, П. Дойль, Д. Джоббер, Дж. Еванс, Ф. Котлер, М. Портер, А. Стрікленд, С. Фішер, К. Ісікава, Ж. Ламбен та ін.; серед вітчизняних учених особливу увагу дослідженню цього питання приділяли С.М. Бондаренко, О.І. Олексюк, І.М. Рєпіна, І.Ю. Сіваченко, Я.А. Жаліло, А.О. Старостіна, М.О. Онопрієнко, Л.А. Стрий, М.А. Юдін, О.С. Федонін, Т.М. Циганкова, П.А. Черномаз, В.Я. Кардаш та ін.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення теоретико-методичних основ забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів міжнародного бізнесу та впровадження інноваційних методів підвищення рівня конкурентоспроможності на зовнішніх ринках.

Виклад основного матеріалу. Конкурентоспроможність проявляється лише через конкуренцію і в умовах конку-

рентної боротьби. Конкурентоспроможність підприємства в країнах з ринковою економікою визначається низкою факторів, які є взаємопов'язаними між собою

Конкурентоспроможність є однією з базових економічних категорій, яка активно використовується в теорії та практиці економічного аналізу, виступає багатоаспектним поняттям.

У працях видатних економістів та науковців визначення поняття «конкурентоспроможності» звучить по-різному. Найцікавіші з них наведені табл. 1.

Із посиленням інтеграційних та глобалізаційних процесів, які спостерігаються нині у кожній країні, зростає й боротьба кожного з виробників товарів та послуг за своє «місце під сонцем», свою частку на ринку та прихильність споживачів. У зв'язку з цим підприємства змушені шукати різні шляхи для того, щоби вміло позиціонувати свій товар на ринку, так, щоб він приносив високі прибутки, а отже, робив діяльність компанії високоефективною. Тоді і настає час, коли підприємства задумуються над важливістю поняття «конкурентоспроможність продукції» для того, щоб завжди утримувати лідерські позиції порівняно з іншими компаніями-аналогами.

Конкурентоспроможність – це поняття, яке нині активно використовується як у теорії, так і на практиці, адже завдяки йому можна досягти високих результатів на різних рівнях управління.

Розрізняють декілька видів конкурентоспроможності, серед них виділяють конкурентоспроможність: економіки країни, галузі, підприємства та продукції, яку воно виготовляє.

На початку XXI століття в умовах загострення глобальної конкуренції у довготерміновій перспективі імперативом забезпечення міжнародної конкурентоспроможності суб'єктів міжнародного бізнесу виступає процес формування та розвитку інноваційних конкурентних переваг. Базовим чинником інноваційних переваг виступає наявність конкурентоспроможних наукомістких секторів промисловості, а не забезпеченість природними ресурсами.

Мистецтво набуття конкурентоспроможності в сьогоденних умовах функціонування суб'єктів господарювання на зовнішніх ринках полягає у вмілому уникненні конкуренції. У конкурентній боротьбі переможцем стає не той суб'єкт міжнародного бізнесу, який нестримно кидається в запеклу конкурентну боротьбу, а той, який вміло обирає найкращу позицію та уникає жорстокої і непотрібної конкуренції.

Виробник формує для себе цільовий сегмент ринку шляхом випуску конкурентоспроможних товарів, які задовольняють наявні та потенційні потреби споживачів. Оскільки споживач у сучасних умовах значного насичення ринку стає все більш вимогливим, у конкурентній боротьбі все частіше використовуються поряд із ціновими методами і нецінові.

В умовах застосування здобутків науково-технічної революції ринковий успіх нових товарів може досягатися і за порівняно високих цін, які чинять у цьому разі менший вплив на попит, ніж споживчі властивості товарів (якість, новизна, надійність, дизайн та ін.). Це є проявом зростаючої ролі концепції нецінових форм конкуренції.

Таблиця 1

Визначення поняття «конкурентоспроможність» різними авторами

Автори	Визначення
Фатхутдинов Р.А.	Конкурентоспроможність – це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, що є на цьому ринку. Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами на цьому ринку [1, с. 54].
Райзберг Б.А.	Конкурентоспроможність – це реальна та потенційна можливість фірм в існуючих для них умовах проектувати, виготовляти та збувати товари, що за ціновими та неціновими характеристиками є більш привабливими для споживачів, ніж товари їх конкурентів [2, с. 215].
Стівенсон В.	Конкурентоспроможність характеризує те, наскільки ефективно компанія задовольняє потреби клієнта порівняно з іншими компаніями, що пропонують подібний товар або послугу [3, с. 354].
Піддубний І.О., Піддубна А.І.	Конкурентоспроможність – це потенціальна або реалізована здатність економічного суб'єкта до функціонування у релевантному зовнішньому середовищі, яка ґрунтується на конкурентних перевагах і відображає його позицію відносно конкурентів [4, 8-9].

Значним критерієм доцільності виходу підприємств на міжнародний ринок є рівень його конкурентоспроможності, зокрема на внутрішньому ринку. У вітчизняних виробників практично відсутній досвід щодо способів ведення конкурентної боротьби з міжнародними компаніями, які досягли успіху в умовах жорсткої конкуренції, перевищення рівня пропозиції товару над його попитом та значної насиченості товарних ринків. Лише 1% українських товарів та послуг є конкурентоздатними на світовому ринку, оскільки вітчизняна продукція не відповідає основним критеріям міжнародних стандартів,

Розглядаючи діяльність вітчизняних підприємств на міжнародному ринку, можна стверджувати про обмеженість експортної номенклатури українських товарів: наша продукція більшою мірою представлена на ринках сировинної продукції і стандартизованих масових готових виробів, тобто з переважно ціновою конкуренцією. Дуже повільними темпами здійснюється переорієнтація з торгівлі сировиною і напівфабрикатами на торгівлю товарами з високою доданою вартістю, тобто високотехнологічними товарами.

Тенденції розвитку світового ринку свідчать про зростаючу роль нецінової конкуренції, тобто конкуренції технічного та якісного рівня продукції. У конкурентній боротьбі перемагає виробник (продавець), який пропонує вищу якість, а не низькі ціни. [5]. Однією з основних причин низької якості вітчизняних товарів і низької конкурентоспроможності підприємств на міжнародному ринку є неврахування питання вивчення сутності і значення якості продукції. Також найвищого рівня енергоємності в Європі за майже повної енергонезалежності та високого рівня цін на енергетичні ресурси неможливо формувати належний рівень конкурентоспроможності вітчизняної продукції.

Відповідно, основним напрямом підвищення конкурентоспроможності на міжнародному рівні є розвиток інноваційної діяльності, впровадження у виробництво новітніх технологій, сучасних виробів нової техніки, запобігання відтоку високоінтелектуальних і обдарованих працівників за кордон. Україна на цьому етапі є постачальником технологій, інтелекту на світовий ринок. Але замість того, щоб отримувати від цього прибуток, вона, навпаки, терпить збитки.

Розглянемо чинники макросередовища, які безпосередньо впливають на формування інноваційної діяльності підприємств. Зокрема, до них належать:

1. Прогрес у регіональній інтеграції (створення надпотужних кластерів).

2. Сучасний стан розвитку економіки конкретної держави.

3. Відкритість конкретної галузі промисловості, можливість інвестування.

4. Умови функціонування суспільно-господарської та юридичної системи.

5. Ситуація на ринку промислових та споживчих товарів і послуг.

6. Міжнародні тенденції технологічного розвитку та рівень їх використання в умовах національних особливостей.

7. Юридичний базис та практика ведення господарської діяльності, зокрема в інноваційній сфері.

Сучасний рівень трансформації світового господарства визначає саме інновації як обов'язковий елемент господарської діяльності підприємств і є важливим стимулюючим фактором й передумовою їхнього розвитку. «Інноваційна діяльність – одна з основних сфер функціонування будь-якого підприємства, у якій використовуються знання з техніки, економіки, екології, соціальної психології й соціології, фундаментальних і прикладних наук; тісно переплітаються теорія і практика, виробництво та управління ним, стратегія і тактика» [6]

Україна сьогодні є однією з найменш конкурентоздатних країн, тому стає очевидним, що проблема підвищення конкурентоспроможності як вітчизняних товарів і послуг, так і економіки України загалом сьогодні виходить на перший план. На світовому ринку конкурентоздатними визнані менше 1% українських товарів і послуг. Водночас за даними 2017 р. економіка України майже на 50% залежала від експорту (номінальний валовий внутрішній продукт (ВВП) за 2017 р. досягав 1455,0 млрд. грн., а експорт – 682 млрд. грн.). Це дуже небезпечний показник, оскільки, згідно з Методикою розрахунку рівня економічної безпеки, прийнятною вважається експортний складник ВВП на рівні не більше 50%.

Оцінюючи конкурентоспроможність підприємств України на світовому ринку зараз, розглянемо положення країни в найбільш відомих світових рейтингах. Є деякі досягнення в поліпшенні умов ведення бізнесу, проте спостерігаються і значні проблеми.

За даними опублікованого загального дослідження Всесвітнього банку і Міжнародної фінансової корпорації (IFC) – Doing Business – 2017 («Ведення бізнесу – 2017»), позиції України в рейтингу умов ведення біз-

несу покращилися на 41 пункт – 96 місце порівняно з 137 місцем у торішньому дослідженні. Найбільший прогрес і ефект від реформ зафіксовано у сфері створення підприємств (поліпшення в рейтингу з 116 позиції до 50), оподаткування (Україна піднялася з 165 місця на 108 місце) і реєстрації власності (перемістилася з 149 на 59 місце). Це сталося за рахунок упровадження системи електронного надання даних.

Найвищий рейтинг Україна мала у сфері отримання кредитів (17 місце). Найгірші позиції України – у сфері підключення до системи електрозабезпечення – 185 місце і міжнародній торгівлі – 154 місце.

Сьогодні Україна займає досить невисокі місця в міжнародних рейтингах глобальної конкурентоспроможності. Маються на увазі передусім два найбільш відомих рейтинги: рейтинг конкурентоспроможності IMD (Міжнародного інституту розвитку менеджменту, м. Лозанна, Швейцарія) й Індекс глобальної конкурентоспроможності WEF (Всесвітнього економічного форуму).

Україна представлена у кількох міжнародних рейтингах, які оцінюють інноваційний потенціал, технологічну та інноваційну конкурентоспроможність. Найбільш авторитетними є Глобальний індекс інновацій (Global Innovation Index), Індекс інноваційного розвитку агентства Bloomberg (Bloomberg Innovation Index), Глобальний індекс конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index), Інноваційний індекс Європейського інноваційного табло (Innovation Union Scoreboard), Глобальний індекс конкурентоспроможності талантів (Global Talent Competitiveness Index).

Методологія, яку використовує Bloomberg, передбачає аналіз семи факторів: витрати

на R&D щодо ВВП; технологічні можливості; продуктивність праці; кількість високотехнологічних підприємств; ефективність вищої освіти та відсоток дипломованих спеціалістів; концентрація дослідників; патентна активність.

Відповідно до рейтингу у 2018 р. Україна втратила за рік 4 позиції, що відповідає 46 місцю в рейтингу серед 50 досліджуваних країн (таблиця 2).

У 2017 р. інноваційну діяльність у промисловості провадили 759 підприємств, або 16,2% обстежених промислових підприємств.

Із загальної кількості інноваційно активних підприємств здійснювали внутрішні та зовнішні НДР – 25,3%, придбання машин, обладнання та програмного забезпечення – 65,9%, придбання зовнішніх знань – 5,7%, інші роботи – 22,8% підприємств. За видами економічної діяльності найбільша частка інноваційно активних підприємств припадає на виробництво харчових продуктів, напоїв, тютюнових виробів – 22,0%.

Підвищення як якості, так і конкурентоспроможності продукції підприємства має велике соціально-економічне значення. Воно полягає у тому, що такі заходи сприяють більш ефективному функціонуванню суб'єктів господарювання в ринкових умовах. Соціально-економічна ефективність підвищення рівня конкурентоспроможності продукції полягає в такому [75]:

1) конкурентоспроможна та якісна продукція набагато краще задовольняє суспільні потреби споживачів;

2) завдяки підвищенню конкурентоспроможності продукції, зокрема її якості, компанія може суттєво зекономити свої витрати на робочий час;

Таблиця 2

Показники Глобального інноваційного індексу Bloomberg для України за 2017–2018 рр.[6]

Рік	Загальний ранг	Витрати на R&D у співвідношенні до ВВП	Технологічні можливості	Продуктивність праці	Кількість високотехнологічних підприємств	Ефективність вищої освіти	Концентрація дослідників	Патентна активність
2017	42	44	47	50	34	4	44	27
2018	46	47	48	50	32	21	46	27

3) конкурентоспроможна продукція дає можливість компанії отримати фінансову стабільність та максимально високі прибутки протягом тривалого періоду часу;

4) підвищення конкурентоспроможності продукції має беззаперечний вплив на імідж підприємства, а отже, і зростання лояльності покупців до його продукції [33, 5–6].

Для підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняним підприємствам необхідно прийняти низку важливих рішень, які забезпечать їм майбутнє процвітання. До основних із них можемо віднести [18, с. 174]:

- застосування інноваційних технологій на підприємствах та розвиток вітчизняного науково-технічного потенціалу;

- розроблення та впровадження представниками державної влади різноманітних інноваційних програм для підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства;

- створення нового бізнес-середовища, яке передбачає оновлення уже давно застарілої матеріально-технічної бази та впровадження нових і прогресивних методів управління компанією;

- сприяння залученню додаткових інвестицій, особливо іноземних, для розширення можливостей підприємства, його підтримки та допомоги виходу на зовнішні ринки для реалізації продукції;

- формування та реалізацію єдиних систем стандартизації та показників якості продукції для підвищення її рівня як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках;

- зростання рівня кваліфікації працівників, а також розвиток та активне впровадження маркетингових досліджень, які є запорукою успішної діяльності будь якої компанії на ринку;

застосування успішного вітчизняного та зарубіжного досвіду на підприємствах для утримання лідерських позицій та високої конкурентоспроможності продукції

Одним із найефективніших чинників підвищення конкурентоспроможності підприємства є впровадження інновацій.

Найчастіше ґрунтується на ризикових наукових дослідженнях інноваційне мале підприємство. У великих корпоративних структурах, на відміну від малих, створюються максимально сприятливі умови з метою залучення інвестицій, акумулювання з різних джерел надходжень. У процесі формування стратегії поведінки слід враховувати та використовувати переваги малих наукомістких підприємств, розширення масштабів іннова-

ційного підприємництва і сполучення в економіці малого і великого корпоративного бізнесу.

Мале і велике корпоративне підприємство пов'язане одне з одним відносинами співробітництва в різних формах, що є значною протиположністю конкуренції. За допомогою вертикальної інтеграції великі компанії та малі підприємства пов'язані як ланки одного виробничого ланцюга.

Отже, значну роль у формуванні ефективної структури народного господарства й у посиленні економічної і науково-технічної інтеграції України відіграє створення великих, високотехнологічних корпоративних структур, що має низку важливих переваг порівняно з підприємствами малого і середнього бізнесу. Об'єднання капіталів дає можливість розширити масштаби сучасних господарських операцій та збільшити обсяг виробленої продукції. Також вони мають можливість формування власних інвестиційних фондів, які є необхідними для реалізації перспективних проектів.

Знизити собівартість продукції дає змогу укрупнення виробництва. Також створює економію на торгових операціях шляхом постачання великими оптовими партіями матеріалів і устаткування.

Інновації та конкурентоспроможність взаємопов'язані. Євразійська рада зі стандартизації, метрології та сертифікації визначає інновації як нові або вдосконалені технології, види продукції або послуг, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що сприяють просуванню технологій, товарної продукції та послуг на ринок.

Висновки. Виготовлення конкурентоспроможної продукції, яка відповідає міжнародним стандартам якості, дає можливість українським підприємствам створити ефективні умови для її реалізації не тільки на внутрішньому, а й на зовнішньому ринку. Пошук інноваційних підходів у підприємницькій діяльності; співпраця з іноземними партнерами, використовуючи механізми кооперації та інтеграції; реклама вітчизняної продукції за кордоном; удосконалення іміджу підприємства; участь у регіональних та міжнародних виставках і ярмарках створює передумови для перспективного розвитку підприємницької діяльності в Україні.

Інновації відіграють значну роль в економічному зростанні країни, так чи інакше впливають на підвищення продуктивності праці, ефективність вкладеного капіталу та конкурентоспроможність. Завдяки впровадженню

інновацій країни мають конкурентні переваги, тобто, досягнувши на національному рівні інноваційної конкурентоспроможності, вони можуть бути учасником формування світової економічної системи. Але якщо країна не здатна здійснювати інноваційну діяльність, то їй загрожує ризик опинитися на позиціях аут-

сайдера, адже це згодом може призвести до обмеження можливостей розвитку та використання наявного потенціалу. Шляхами підвищення конкурентоспроможності є зниження ціни і підвищення якості. Єдиний шлях вирішення цього завдання – постійне впровадження інновацій.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономический маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. М, Экономика, 2002. 567 с.
2. Райзберг Б. А. Курс экономики: Учебник / Под ред. Б.А. Райзберга. ИНФРА-М, 1997. 720 с.
3. Стивенсон В.Дж. Управление производством / В.Дж. Стивенсон; пер. с англ. под общ. ред. Ю.В. Шленова. М. БИНОМ, 1998. 928 с.
4. Піддубний І.О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: навчальний посібник / І.О. Піддубний, А.І. Піддубна. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2004. 264 с.
5. Слободян Т.І. Коопераційні форми міжнародного науково-технічного співробітництва підприємств / Т.І. Слободян // Наукові записки. Серія: «Економіка». 2010. Вип. 15. С. 422–428.
6. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2017 році: аналітична довідка / Т.В. Писаренко, Т.К. Кваша та ін. К.: УкрІНТЕІ, 2018. 98 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/innovatsii-transfer-tehnologiy/monitoring-prioritet/stan-id-2017-f.pdf>

REFERENCES:

1. Fatkhutdinov R.A. (2002) Konkurentosposobnost' organizatsii v usloviyakh krizisa: ekonomicheskii marketing, menedzhment [Competitiveness of an organization in a crisis: economic marketing, management]. Moscow: Economy. (in Russian).
2. Rayzberg B.A. (1997) Kurs ekonomiki: Uchebnik [Economics course: Textbook]. Moscow: INFRA-M (in Russian).
3. Stivenson V. Dzh. (1998) Upravlenie proizvodstvom [Production Management]. Moscow: BINOM (in Russian).
4. Piddubnyi I.O., Piddubna A.I. (2004) Upravlinnia mizhnarodnoiu konkurentospromozhnistiu pidpriemstva: navchalnyi posibnyk [Management of the international competitiveness of the enterprise: a manual]. Kh.: VD "INZHEK" (in Ukrainian).
5. Slobodian T.I. (2010) Kooperatsiini formy mizhnarodnoho naukovu-tekhnichnoho spivrobitnytstva pidpriemstv [Cooperative forms of international scientific and technical cooperation of enterprises]. Naukovi zapysky. Serii: "Ekonomika" [Proceedings. Series: "Economics"]. Ostroh. Pp. 422–428.
6. UkrINTEI (2018) Stan innovatsiinoi diialnosti ta diialnosti u sferi transferu tekhnolohii v Ukraini u 2017 rotsi: analitychna dovidka [The state of innovation activities and activities in the field of technology transfer in Ukraine in 2017: analytical reference], Kyiv. Available at: (<https://mon.gov.ua/storage/app/media/innovatsii-transfer-tehnologiy/monitoring-prioritet/stan-id-2017-f.pdf>) ((accessed (10.02.2019))