

## Формування економічної стратегії інноваційного розвитку підприємств

**Колодяжна І.В.**

кандидат економічних наук, доцент  
Донецького національного університету економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського

**Букрін М.О.**

студент  
Донецького національного університету економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського

У статті уточнено сутність стратегії інноваційного розвитку економіки з урахуванням узагальнення наявних теоретичних підходів та концепцій розвитку інноваційної діяльності, окреслено основні її характеристики. На основі системного аналізу запропоновано підходи до класифікації стратегій інноваційного розвитку. Обґрунтовано позитивні наслідки впровадження соціальних інновацій на рівні підприємства з конкретизацією можливих переваг в особистісному, економічному, іміджевому та соціальному аспектах.

**Ключові слова:** інновація, інноваційний розвиток, стратегія інноваційного розвитку, інноваційна модель, стратегічні напрями, інноваційне рішення.

Kolodyazhnaya I.V., Bukrin M.A. ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье уточнена сущность стратегии инновационного развития экономики на основе обобщения существующих теоретических подходов и концепций развития инновационной деятельности, обозначены основные ее характеристики. На основе системного анализа предложены подходы к классификации стратегий инновационного развития. Обоснованы положительные последствия внедрения социальных инноваций на уровне предприятия с конкретизацией возможных преимуществ в личностном, экономическом, имиджевом и социальном аспектах.

**Ключевые слова:** инновация, инновационное развитие, стратегия инновационного развития, инновационная модель, стратегические направления, инновационное решение.

Kolodyazhnaya I.V., Bukrin M.A. THE ECONOMIC STRATEGY FORMATION OF ENTERPRISES INNOVATIVE DEVELOPMENT

Refined essence of economy innovative development strategy based on the aggregation of existing theoretical approaches and innovation concepts; marked its basic characteristics. On the basis of a systematic analysis were proposed approaches to the classification of innovative development strategies. Reasonably positive consequences for social innovation at the enterprise level with a specialization possible advantages in personal, economic and social aspects of image building.

**Keywords:** innovation, innovative development, innovation development strategy, innovation model, strategic direction, innovative solution.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Актуальність проблеми формування ефективних механізмів інноваційного розвитку пов'язана з необхідністю прискорення темпів реалізації інноваційної моделі розвитку національної економіки України, основні принципи якої були розроблені в Посланні Президента України до Верховної Ради «Європейський вибір», в «Стратегії інноваційного розвитку України на 2009–2018 роки та на період до 2039 року» [1], а також обґрунтовані в «Прогнозі економічного і соціального розвитку України на 2016–2019 роки» [2]. Ці документи визначили завдання

прискореного виведення економіки на траєкторію сталого зростання шляхом посилення дієздатності держави та утвердження соціально орієнтованої структурно-інноваційної моделі розвитку.

Проблема інноваційного розвитку економіки України є вельми актуальною, але, на жаль, залишається невирішеною. Позитивною рисою усіх трьох документів є те, що у кожному з них звертається увага на кадрову складову як рушійну силу інноваційного розвитку. Але при цьому є й суттєва недоробка: в них розглядаються проблеми інноваційного розвитку лише у сфері виробництва поза

врахування сфери торгівлі. На наше переконання, саме сфера обігу та інтенсивний розвиток торгівлі на основі впровадження інновацій на торговельних підприємствах як де-факто прискорюють інноваційний розвиток національної економіки, оскільки торгівля як галузь є зв'язуючим ланцюгом між сферами виробництва та споживання як інноваційних, так й інших товарів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням проблем інноваційного розвитку підприємств з точки зору його активізації та розроблення відповідної стратегії присвячено наукові праці Т.В. Гринько [3, с. 94], О.С. Єфремова [4, с. 230], О.В. Корнух [5, с. 3] та інших науковців.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте, незважаючи на накопичений науковий і практичний досвід, залишаються актуальними питання визначення змісту, порядку формування та реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємства, розв'язання яких дає змогу підвищувати результативність інноваційної діяльності.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Мета статті полягає у тому, щоб дослідити сутність і властивості інноваційного розвитку; виявити специфіку, місце і роль інноваційної стратегії у структурі стратегічного планування напрямів розвитку підприємства в умовах інтеграції стратегічного й інноваційного менеджменту; обґрунтувати теоретично-методичний підхід до формування типу інноваційної стратегії та її структурних етапів через комбінацію напрямів інноваційного розвитку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Аналізуючи роль інновацій у підвищенні ефективності діяльності підприємств, слід зазначити, що «нововведення для підприємства виступають основою творчого процесу, який приводить до росту в галузі продуктивності праці та кількості робочих місць. Підприємці, які відчули свої інноваційні можливості, здатні відкривати нові ринки, розробляти нову продукцію та прогресивні послуги». Водночас для того, щоб втримати конкурентоспроможну позицію, все більше фірм розробляють нові бізнес-моделі, підкріплюючи свої нововведення стратегічним інструментарієм. Під час розкриття сутності самого поняття «інновація» звертаємо увагу той факт, що серед вчених існує декілька підходів до його трактування, при цьому окремі з них визначають наукову проблему відсутності загальноновизнаного бачення цієї категорії.

Звертає на себе увагу критика Закону України «Про інноваційну діяльність», в якому поняття «інновації» трактується, як «новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери» [6]. Отже, інновації стосуються не тільки виробничої, але й інших сфер (зокрема, торгівлі), оскільки ґрунтуються на рішеннях не тільки виробничого, але й комерційного характеру, при цьому використовуються для поліпшення і вдосконалення не тільки продукції, але й послуг.

На наше переконання, сутність інновацій у торговельній галузі та на будь-якому торговельному підприємстві полягає у таких положеннях.

По-перше, використання прогресивних форм і методів господарської діяльності у процесі купівлі, зберігання та продажу товарів, застосування нових послуг на стадії продажу товару, що дають змогу максимально задовольнити запити споживача, втілення корисних ідей у процесі господарської діяльності, що збільшують прибуток.

По-друге, освоєння нових сегментів ринку купівлі та продажу товарів, які дадуть можливість охопити якнайбільшу кількість поставальників товарів і покупців.

По-третє, використання нових (адекватних стану розвитку підприємства) та прогресивних форм організації праці та управління як самим підприємством, так і персоналом.

По-четверте, отримання результату від упровадження нових форм і методів організації господарської діяльності у вигляді сформованого потенціалу, реалізація якого дасть змогу забезпечити інтенсивний розвиток підприємства та, відповідно, збільшити товарообіг, дохід і прибуток.

Отже, з огляду на вищевикладене та на основі сутнісних характеристик ми надаємо таке визначення поняття «інновація торговельного підприємства»: це отриманий корисний результат від комерціалізації творчих ідей персоналу на стадіях закупівлі, зберігання та продажу товару на ринку, який досягається завдяки сформованому та реалізованому потенціалу підприємства на основі генерації знань персоналу та розвитку його підприємницьких здібностей, використання новітніх форм і методів організації праці та управління, що дає змогу забезпечити інтен-

сивний розвиток підприємства, збільшити прибуток та обсяг збуту товару.

З 2012 року можна спостерігати покращення інноваційної діяльності на торговельних підприємствах України, проте навіть за таких умов рівень інноваційної активності залишається низьким [7, с. 145].

Оцінка інноваційної діяльності торговельних підприємств у складі регіонів показала, що за роки дослідження інноваційна активність підприємств була незначною, а питома вага знаходилася у межах 11–17%.

Відомо, що економічне зростання підприємств значно залежить від їх інноваційної активності. Суб'єкти інноваційної діяльності повинні творчо підходити до визначення способів задоволення потреб споживачів, на основі чого вдосконалювати та оновлювати продукцію, отримуючи надприбутки, зміцнюючи свої ринкові позиції.

Аналізуючи статистичні дані, зробимо висновок про те, що більшість торговельних підприємств України недостатньо уваги приділяє впровадженню і реалізації інновацій, що є наслідком відсутності інноваційної політики. Для якісної оцінки інноваційного потенціалу підприємства пропонується взяти за основу систему показників, які представлені в таблиці 1 [8, с. 64].

Загальна оцінка рівня інноваційного потенціалу торговельних підприємства (ІП) розраховується на основі вказаних складових за такою формулою [9, с. 206]:

$$ІП = \sqrt{ВТП * КП * ФС * НТП * ССП * УОП}, (1)$$

де ВТП – структурні елементи, технологічні елементи, ресурсні та інституційні елементи;

КП – створювана оплачуваною працею працівників інтелектуальна власність, організаційна культура підприємства, структура влади та її компетентність;

ФС – максимально можлива вартість усіх його ресурсів у межах певної організаційної структури;

НТП – матеріальні, трудові та фінансові ресурси;

ССП – ресурсні та результативні елементи;

УОП – інформаційні та організаційні елементи.

Оцінка й аналіз рівня інноваційного потенціалу дають змогу конкретно планувати заходи, ставити цілі і способи їх досягнення, що є однією з найважливіших умов втілення системного підходу до впровадження інновацій, розвитку творчої активності кадрів.

У визначеннях інноваційного потенціалу торговельного підприємства автори роблять акцент на тому, що ресурси підприємства повинні забезпечувати переважно ті стадії

Таблиця 1

### Система показників оцінки інноваційного потенціалу торговельних підприємств

Група	Показники
1. Показники оцінки виробничо-технологічного потенціалу (ВТП)	1. Вартість та ступінь зносу основних виробничих фондів підприємства, коефіцієнт оновлення основних виробничих фондів. 2. Фондовіддача, матеріаломісткість, коефіцієнт оновлення продукції.
2. Показники оцінки кадрового потенціалу (КП)	1. Продуктивність праці, коефіцієнт підвищення кваліфікації персоналу. 2. Коефіцієнт підвищення професійних вимог.
3. Показники оцінки фінансового стану (ФС)	1. Річний приріст на НДДКР, освоєння нововведень зі всіх джерел фінансування. 2. Коефіцієнт платоспроможності, фінансування, забезпеченості власними оборотними засобами. 3. Коефіцієнт маневреності власного капіталу.
4. Показники оцінки науково-технічного потенціалу (НТП)	1. Об'єм інноваційної продукції в загальному об'ємі виробництва,%. 2. Кількість отриманих патентів, винаходи, товарні знаки, промислові зразки, ноу-хау.
5. Показники оцінки споживчого сегменту потенціалу (ССП)	1. Обсяг реалізації інноваційної продукції у вартісному виразі і асортименті підприємства. 2. Взаємодія підприємства з постачальниками сировини, підприємствами – розробниками інновацій, споживачами продукції. 3. Аналіз попиту на інновації. 4. Подальше розповсюдження і використання.

інноваційного процесу, на яких відбувається матеріалізація нововведення, а саме виробництво та впровадження [10, с. 372].

Останнім часом дедалі більша частина валової доданої вартості формується шляхом використання знань. Саме знання сьогодні є вирішальними у забезпеченні зростання продуктивності праці. Дослідження, зокрема, свідчать про те, що збільшення витрат на 10% на підвищення освітнього рівня працівників сприяє зростанню продуктивності праці на 8,6%, тоді як таке саме збільшення інвестицій в обладнання дає зростання продуктивності праці лише на 3,4%.

Як свідчать результати досліджень аналізу стану інноваційної діяльності торговельних підприємств України, подолання несприятливих тенденцій соціально-економічного розвитку нашої країни стримується відсталістю технологічної структури промислового виробництва, низьким рівнем виробничої бази, недостатнім державним фінансуванням НДДКР.

На інноваційну діяльність у 2014 році було витрачено 12,0 млрд. грн. (у 2013 році – 10,8 млрд. грн.). Майже кожне підприємство спрямовувало кошти на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення (7,7 млрд. грн.), майже кожне четверте – на виконання внутрішніх науково-дослідних розробок (1,0 млрд. грн.), кожне сьоме – на придбання результатів НДР у зовнішніх виконавців (0,3 млрд. грн.) та майже кожне десяте – на інші зовнішні знання або придбання нових технологій (0,4 млрд. грн.). Слід зазначити, що у 2014 році 216 підприємств займалися навчанням свого персоналу саме для розроблення та впровадження нових або суттєво вдосконалених продуктів та процесів, 138 – діяльністю щодо ринкового запровадження інновацій, включаючи ринкові дослідження та рекламну кампанію [11, с. 30].

Розглядаючи перспективи розвитку торговельних підприємств, необхідно розпочати з оцінки його стану й визначення напрямку розвитку. Це дає змогу стверджувати, що відповідною точкою формування інноваційного потенціалу підприємства має стати його стратегія. Наявна стратегія визначається конкурентними позиціями на ринку. Процес впровадження будь-якої новинки обумовлює необхідність змін як на самому підприємстві, так і у зовнішньому середовищі. Тому впроваджувана інновація може формуватись за межами підприємства, що її впроваджує.

Інноваційний процес має забезпечувати реалізацію стратегії інноваційного розвитку підприємств, в основі якої лежать потреби ринку. Перспективні дослідження і розроблення необхідні підприємствам для визначення довгострокового курсу розвитку. Це передбачає стратегічний аналіз ринкової ситуації, визначення конкурентних переваг підприємства, перспектив подальшого розвитку з урахуванням потреб ринку.

Ефективне використання інновацій стає вирішальним фактором соціально-економічного розвитку і розв'язання економічних, екологічних, соціальних та інших проблем. Послідовна активізація інноваційної діяльності підприємства за всіма напрямками функціонування дає змогу одержувати нові технологічні процеси, продукцію або форми організації та управління виробництвом, що забезпечує досягнення і зміцнення конкурентних позицій на ринку, а також вплив на ринкову ситуацію завдяки реалізації інновацій. При цьому функціонування підприємств у довгостроковій перспективі пов'язано з формуванням стратегії розвитку, орієнтованої на посилення інноваційної активності.

Формування означеної стратегії є процесом прийняття управлінського рішення щодо змісту функціональних стратегій такого роду та пріоритетності їх фінансування з метою забезпечення конкурентних переваг на ринку.

Перехід української економіки до ринкових умов функціонування супроводжується зростаючим науково-технічним і технологічним відставанням від індустріально розвинених країн, але вітчизняний народногосподарський комплекс має для розвитку достатній науковий і технічний потенціал. Один із основних недоліків у розвитку інноваційної сфери підприємств полягає у відсутності ефективної методики управління зазначеними процесами, що відповідала б національним особливостям та забезпечувала ефективний розвиток інноваційного потенціалу підприємства.

Стратегічний підхід від повсякденної діяльності відрізняється прагненням досягти поставлених цілей та далекоглядністю, підпорядкуванням сьогоднішньої мети ідеалу саморозвитку, підбором найбільш оптимальних сценаріїв та умінням переходити від одного сценарію розвитку до наступного в найбільш сприятливий з погляду розвитку момент. В умовах постійного ризику стратегічний погляд на інноваційну діяльність дає змогу вчасно зреагувати на зміни, запустити саме ту технологію, яка надасть серйозну перевагу

та принесе першість на ринку. Саме стратегічний підхід до підприємництва перетворює сьогодні інновацію на діяльність і суспільний фактор особливої важливості [10, с. 372].

Перехід підприємств до нових умов господарювання, функціонування у ринковому середовищі вимагає застосування сучасних інструментів управління виробничими процесами. Важлива роль у формуванні напрямів розвитку підприємств належить стратегічному плануванню. Розробка інноваційної стратегії підприємства дасть змогу своєчасно реагувати на зміни економічних зовнішніх умов, знаходити місце підприємства у нестабільному ринковому середовищі.

Інноваційна стратегія – це стратегія, націлена на передбачення глобальних змін в економічній ситуації та пошук масштабних рішень, спрямованих на зміцнення ринкових позицій і стабільний розвиток підприємства [4, с. 229]. Інноваційна стратегія як один із функціональних напрямів стратегічного планування спрямована на підвищення технічного рівня виробництва, застосування найновіших засобів виробництва та на покращення якості продукції. Формуючи стратегію, необхідно враховувати можливість впливу різноманітних факторів, що сприяють інноваційному розвитку виробництва. До них належать орієнтація науково-технічних заходів на ринкові потреби; наявність у підприємства науково-технічного потенціалу; створення ефективної системи відбору та оцінки проектів; ефективно управління проектами та контроль; розвиток джерел творчих ідей.

Відповідно до можливостей окремого підприємства, галузевих особливостей, рівня конкурентної боротьби підприємство може обрати ту чи іншу інноваційну стратегію.

В економічній літературі виділяють такі види інноваційних стратегій, як наступальна, захисна та імітаційна. Вибір інноваційної стратегії – складне завдання, і його вирішення залежить від ряду причин, серед яких не останнє місце належить рівню науково-технічного розвитку країни, можливості користуватись світовими інформаційними каналами, ринковій конкуренції.

Формування стратегії інноваційного розвитку підприємства відбувається поетапно. Для її обґрунтування доцільно застосовувати методичку, що базується на взаємозв'язку базової, конкурентної та функціональних стратегій і залежить від політики підприємства, спрямованої на інноваційний розвиток підприємства.

Як орієнтовний алгоритм можна запропонувати такі етапи, як визначення загальної стратегії, формування функціональних стратегій, обґрунтування стратегії інноваційного розвитку підприємства, вибір альтернативних стратегій, реалізація стратегії інноваційного розвитку підприємства.

Технологічна стратегія може розглядатися як програма розвитку матеріально-технічної бази підприємства, що полягає в обґрунтуванні управлінських рішень стосовно вибору технологій, які відповідають сучасним стандартам; обладнання, що дає змогу реалізовувати новітні технології виробництва; методів залучення різного роду ресурсів, необхідних для ефективної організації виробництва з урахуванням впливу конкурентного середовища та тенденцій глобального світового ринку.

Технологічна стратегія може розглядатися як програма розвитку матеріально-технічної бази підприємства, що полягає в обґрунтуванні управлінських рішень стосовно вибору технологій, які відповідають сучасним стандартам; обладнання, що дає змогу реалізовувати новітні технології виробництва; методів залучення різного роду ресурсів, необхідних для ефективної організації виробництва з урахуванням впливу конкурентного середовища та тенденцій глобального світового ринку [11, с. 32].

Враховуючи те, що реалізація технологічної стратегії полягає у забезпеченні очікуваних прогнозованих умов функціонування підприємства у сучасному ринковому середовищі, слід акцентувати увагу на постійному проведенні технологічних інновацій і використанні нових технологічних ідей, що означає активну інноваційну поведінку підприємства. У цьому разі можна виділити два типи стратегії: лідерства та імітації [12, с. 51]. Різниця полягає у первинності використання технологічної ідеї: якщо ідея нова, обирається стратегія інноваційного лідерства, якщо вже відома на ринку – імітаційна стратегія.

У будь-якому разі важливо в процесі моніторингу діяльності підприємства розпізнати та ідентифікувати стратегічні альтернативи. Якщо обрано імітаційні стратегії, то залежно від політики підприємства альтернативною може бути стратегія слідування за лідером, копіювання, залежності чи удосконалення технологічної ідеї.

Такі роздуми дають змогу визначити, що технологічні стратегії більш прийнятні для виробничих підприємств. При цьому паралельно такі підприємства розвивають пасивні

(маркетингові) стратегії, які сприяють впровадженню та розповсюдженню технологічних ідей та реалізації виробленої продукції. У цьому напрямі ефективними можуть бути стратегії диференціації товарів. Не менш привабливими стратегіями є стратегія сегментування, реалізація якої дає змогу забезпечувати пошук нових сегментів ринку, а також стратегія застосування нових методів охоплення та залучення певних груп споживачів. Постійні інновації у формах реалізації товарів і послуг, комунікаційній політиці забезпечують збереження, зміцнення або розширення конкурентної позиції підприємства на ринку.

Пасивні стратегії інноваційного розвитку більш доцільно використовувати торговельним підприємствам. Проте слід зазначити, що реалізація стратегій інноваційного розвитку пов'язана зі значним ризиком для підприємства, найчастіше спровокованим недостатнім досвідом щодо впровадження інновацій. До того ж вплив невизначеності зовнішнього середовища спричиняє проблеми щодо відсутності гарантій можливості впровадження технологічної ідеї в кінцевий продукт, невизначеності його комерційної реалізації, що викликає необхідність детального прорахунку всіх можливостей інноваційного розвитку.

Завершальним етапом у процесі розроблення стратегій інноваційного розвитку є оцінка інноваційного потенціалу підприємства, яка проводиться з метою визначення достатності фінансово-економічних ресурсів для забезпечення не тільки стратегічної інноваційної, але й поточної виробничої діяльності.

Інноваційний потенціал підприємства є здатністю досягати за наявних ресурсів поставлених інноваційних цілей. Структурними компонентами інноваційного потенціалу підприємства є [13, с. 82]:

- організаційно-управлінський потенціал;
- науково-технічний потенціал;
- виробничо-технологічний потенціал;
- фінансово-економічний потенціал;
- кадровий потенціал.

Інноваційний потенціал будь-якого підприємства залежить від специфіки і масштабів його діяльності, а ступінь використання потенціалу визначає інноваційні можливості і сприйнятливість підприємства до нововведень. Величину інноваційного потенціалу підприємства можна визначити за такою формулою:

$$IP = \sum_{i=1}^n k_i R_i, \quad (2)$$

де  $IP$  – інноваційний потенціал підприємства;

$n$  – число складових інноваційного потенціалу підприємства;

$R_i$  – складова інноваційного потенціалу підприємства;

$k_i$  – ваговий коефіцієнт  $i$ -ї складової інноваційного потенціалу, який визначається експертно (при цьому  $\sum_{i=1}^n k_i = 1$ ).

Як показує практика, із загальної кількості розроблюваних інноваційних проектів на підприємствах не всі досягають кінцевої мети через низку причин, серед яких слід назвати, наприклад, недостатній рівень виробничого потенціалу, помилку на початковому етапі розроблення проекту. Відповідно, необхідно розраховувати коефіцієнт використання інноваційного потенціалу:

$$K_i = \frac{IP_r}{IP_{max}}, \quad (3)$$

де  $IP_r$  – реальний рівень інноваційного потенціалу підприємства;

$IP_{max}$  – максимально можливий рівень інноваційного потенціалу.

Коефіцієнт використання інноваційного потенціалу в ідеалі повинен прагнути до 1.

Оцінюючи інноваційний потенціал свого підприємства, керівник визначає свої можливості ведення інноваційної діяльності, тобто відповідає для себе на питання про те, чи «під силу» підприємству впровадження нових або поліпшуваних технологій. Від стану інноваційного потенціалу залежить остаточний вибір тієї чи іншої стратегії інноваційного розвитку.

Таким чином, правильно обрана стратегія є найважливішим результатом і водночас ефективним механізмом стратегічного управління, оскільки вона мобілізує використання науково-технічного, виробничо-технологічного, фінансово-економічного, соціального та організаційного потенціалу підприємства в певних напрямках, який спрямований на досягнення успіху.

**Висновки з цього дослідження.** Одержані наукові результати дослідження зводяться до таких положень:

1) критичний аналіз наукової думки про сутність інноваційної стратегії дав змогу визначити цю категорію у такому формулюванні: інноваційна стратегія – стратегія, націлена на передбачення глобальних змін в економічній ситуації та пошук масштабних рішень, спрямованих на зміцнення ринкових позицій і стабільний розвиток підприємства;

2) доведено, що для виведення підприємства з кризового стану треба використовувати стратегію виживання, що сприяє поживленню виробничо-господарської діяльності

підприємства, стабілізації її положення; за її реалізації здійснюються стратегічні і тактичні комплексні заходи, що дасть змогу усунути саму причину виникнення кризи;

3) відповідно до теорії інноваційної стра-

тегії потребують подальшого дослідження сучасні методики формування стратегії інноваційного розвитку підприємства;

4) запропоновано методику оцінки інноваційного потенціалу підприємства.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Стратегія інноваційного розвитку України на 2009–2018 роки та на період до 2039 року // Державне агентство України з інвестицій та розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.in.gov.ua>.
2. Стратегія економічного розвитку України до 2020 року: стратегія національної модернізації // Міністерство економіки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://me.kmu.gov.ua>.
3. Гринько Т.В. Основы управления адаптивным инновационным развитием предприятия / Т.В. Гринько // Проблемы экономики. – 2011. – № 3. – С. 94–97.
4. Єфремов О.С. Взаємозв'язок основних елементів стратегії інноваційного розвитку підприємства / О.С. Єфремов // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 1. – С. 228–233.
5. Корнух О.В. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства / О.В. Корнух // Ефективна економіка. – 2013. – № 12. – С. 3–10.
6. Про інноваційну діяльність : Закон України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2014. – № 2–3. – Ст. 1.
7. Кучинський В.А. Оцінка і розвиток інноваційного потенціалу підприємства / В.А. Кучинський, А.Д. Гайдук // Вісник НТУ «ХПІ». – 2014. – № 65(1107). – С. 139–147.
8. Погріщук Б.В. Наукове забезпечення формування інноваційного потенціалу вітчизняних підприємств / Б.В. Погріщук, В.І. Чорнодор // Бізнес-Інформ. – 2011. – № 3. – С. 64–67.
9. Трубей О.М. Інноваційний розвиток підприємств оптової торгівлі / О.М. Трубей // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – Вип. 1(10). – Т. 2. – С. 205–210.
10. Ващенко Н.В. Сутність інновацій торговельного підприємства / Н.В. Ващенко // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2014. – № 1(28). – С. 369–378.
11. Колодяжна І.В. Інноваційний розвиток підприємств харчової промисловості як умови сталого економічного зростання / І.В. Колодяжна // Науковий вісник ДонНУЕТ : збірник наукових праць. – 2016. – № 2(36). – С. 28–35.
12. Колодяжна І.В. Інноваційні підходи щодо розвитку підприємств харчової промисловості як умова сталого економічного зростання / І.В. Колодяжна // Науковий Вісник Одеського національного університету ім. І.І. Мечнікова. Серія Економіка. – 2016. – Т. 21. – Вип. 1/1. – С. 46–59.
13. Орлова В.М. Стратегія інноваційного розвитку підприємства / В.М. Орлова // Економічний нобелівський вісник. – 2015. – № 1(8). – С. 79–84.