УДК 65.014.1:336.531.2+330.341.1

Формування і реалізація інвестиційних стратегій інноваційного розвитку підприємств: сутність, основні складові та оцінка

Біловодська О.А.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими й практичними завданнями. На сучасних ринках з високим рівнем конкурентної боротьби будь-якому підприємству для виживання та успішного розвитку необхідна стратегія, яка є основою підвищення конкурентоспроможності підприємства, сталої конкурентної позиції та формування такого підприємства, яке за допомогою вдосконалення структури управління й підвищення організаційної культури могло б успішно працювати в даних ринкових умовах. Особливо гостро необхідність формування та реалізації обґрунтованої стратегії постає у сфері інвестування інноваційної діяльності. Адже для забезпечення максимально високої економічної ефективності впровадження інноваційних рішень і уникнення неефективного вкладання коштів промисловими підприємствами необхідно обґрунтовано формувати та реалізувати інвестиційні стратегії та раціонально розподіляти наявні ресурси підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Достатньо ґрунтовне дослідження теоретичних та прикладних питань щодо формування інвестиційних стратегій на промислових підприємствах відображено у працях зарубіжних і вітчизняних вчених, серед яких Бланк І. О., Гуляєва Н. М. [1], Дребот Н. П. [5], Кіндрацька Г. І. [7], Мінцберг Г. [8], Пономаренко В. С., Гриньова В. М., Лисиця Н. М. [6], Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. [15], Тридід О. М. [16], Череп А. В. [17] та багато інших. Механізми реалізації інвестиційних стратегій в інноваційній діяльності глибоко опрацьовано у роботах Бондаренко А. Ф., Васильєвої Т. А., Грищенко О. С. [2], Голубенко А. А. [4], Мороз Л. І. [9], Осецького В. Л. [11], Рогози М. Є., Вергал К. Ю. [12], Саботюк В. В., Рибицького В. Ю. [13], Ткач І. М. [14], Штанько Л.О. [18], Ястремської О. М. [19] та багатьох інших.

Однак недостатньо вирішеними залишаються проблеми визначення основних складових та комплексної оцінки інвестиційних стратегій інноваційного розвитку з позицій підприємства та споживача інновацій.

Метою статті є поглиблення економічної сутності інвестиційної стратегії інноваційного розвитку підприємства на основі систематизації підходів щодо визначення стратегії та виділення відповідних складових, а також удосконалення методичного підходу щодо оцінки інвестиційної стратегії інноваційного розвитку підприємства.

Результати дослідження. Поняття «стратегія» етимологічно походить від грецького слова strategia (stratos – військо й ago – веду), за допомогою якого описували найбільш важливі частини військового мистецтва. Запозичення категорії «стратегія» з військового лексикона пояснюється тим, що підприємства в розвинених країнах виявилися в умовах, близьких до «військових дій» наприкінці 1950-х рр., пов'язаних з насиченням ринку, збільшенням конкуренції, коли для того, щоб вижити, треба було боротися. «Військові дії» вимагали теоретичного забезпечення. Відтоді поняття стратегії багато разів визначалось, уточнювалось, інтерпретувалось і т. ін. Зміни визначення терміна «стратегія» здійснювалися разом зі змінами зовнішнього середовища підприємства.

При розробці й формуванні стратегії згідно з думкою Г. Мінцберга [8] необхідно ґрунтуватися на десятьох основних підходах: стратегія як процес осмислення (школа дизайну); стратегія як формальний процес (школа планування); стратегія як аналітичний процес (школа позиціонування); стратегія як процес передбачення (школа підприємництва); стратегія як ментальний процес (когнітивна школа); стратегія як процес, що розвивається (школа навчання); стратегія як процес ведення переговорів (школа влади); стратегія як колективний процес (школа культури); стратегія як реактивний процес (школа зовнішнього середовища); стратегія як процес трансформації (школа конфігурації).

Крім того, автором виділено такі підходи щодо визначення змісту поняття

стратегії:

1) як засіб досягнення цілей підприємства. Згідно з цим підходом, процес розробки стратегії охоплює процес цілеутворення і стратегія уявляється як засіб координації цілей і ресурсів;

2) як набір правил прийняття рішень. Особливість цього підходу до визначення змісту стратегії полягає в тому, що у її визначенні наголошується на всеосяжному характері, оскільки означені правила передбачають розв'язання проблем розвитку підприємства, забезпечення збалансованості його діяльності як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі.

3) як комплексна категорія, і стратегія - це не тільки засіб досягнення цілей і здійснення місії, а й програма функціонування підприємства у зовнішньому середовищі, взаємодії з конкурентами, задоволення клієнтів, реалізації інтересів власників та персоналу, зміцнення конкурентних позицій підприємства.

Таким чином, вважаємо, що в існуючих швидко мінливих та високо конкурентних умовах найбільш прийнятними й відповідними для успішної реалізації стратегій інноваційного розвитку вітчизняних підприємств є ідеї та погляди прихильників теорій конфігурації та комплексного підходу, тобто процес формування стратегії повинен визначатися конкретним часом і обставинами, постійно враховуючи вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства (табл. 1).

Таблиця 1 - Економічна сутність інвестиційної стратегії інноваційного розвитку підприємства (побудовано автором на основі [3, 10, 15])

Суть	**Характерні риси**
1) ґрунтується на виборі цілей, які б забезпечили підвищення ефективності інноваційної діяльності; 2) передбачає продумані цілеспрямовані дії; 2) враховує реакції на непередбачуваний розвиток подій і на конкурентну боротьбу, що посилюється; 3) спрямована на підвищення прибутковості при впровадженні та реалізації інновацій (отриманні максимуму прибутку, можливого за даних умов)	1) процес розроблення не закінчується конкретною дією - розробляється лише загальний напрямок дій; 2) дозволяє сконцентрувати увагу на основних проблемах; 3) при формуванні користуються узагальненою, неповною, неточною інформацією та підвищеним ризиком; 4) потребує постійного моніторингу у зв'язку з появою нової інформації; 5) розглядається як засіб для досягнення цілей фірми

У сучасних умовах господарювання, що характеризуються розбудовою інноваційно-інвестиційної моделі розвитку економіки України, однією з провідних функціональних стратегій є інвестиційна щодо вкладання коштів в інноваційну діяльність. При цьому важливо визначитися з тими складовими, які забезпечують її обґрунтованість щодо вчасного формування та успішної реалізації: інвестиційну привабливість та економічну ефективність інноваційного проекту.

Інвестиційна привабливість характеризує наявні економічні (ресурсні) можливості підприємства на сучасний момент та потенційну організаційно-управлінську спроможність у майбутньому. Інвестиційна привабливість – це властивість підприємства, зумовлена його наявними економічними ресурсами, залучати внутрішні і зовнішні інвестиційні кошти для досягнення цілей інвестування.

Оскільки інвестори, як правило, прагнуть до задоволення своїх раціональних потреб, тобто потреб, що мають економічне спрямування на досягнення певного рівня ефективності, наприклад, в отриманні прибутку, їх цікавить спроможність підприємства реалізувати проектні пропозиції за умови мінімальних вкладень. Тому важливою ознакою привабливості підприємства є кількість і якість належних йому економічних ресурсів, які й приваблюють, залучають, цікавлять інвесторів. У зв'язку з тим, що підприємство є відкритою системою, його привабливість охоплює як внутрішнє, так і зовнішнє середовище, що за економічними рівнями розподіляється на макро-, мезо- та мікроекономічне. Тобто інвестора цікавить підприємство не тільки як суб'єкт господарювання з належними йому економічними ресурсами, а й підприємство як суб'єкт підприємницьких відносин у відповідному ринковому середовищі з певною ємністю секторів ринку, уподобаннями споживачів, взаємозв'язками з партнерами, органами влади, сукупністю розповсюджених на його діяльність податкових пільг, тобто впливом, який справляє підприємство на зовнішнє середовище. З огляду на це твердження, аналіз інвестиційної привабливості підприємства доцільно проводити поетапно, виявляючи його явні та латентні,

реальні та потенційні переваги на кожному економічному рівні, тобто з урахуванням внутрішньої і зовнішньої інвестиційної привабливості. Внутрішня обумовлюється наявними економічними ресурсами, а зовнішня – особливостями макро- і мезоекономічного середовища, в якому функціонує суб'єкт господарювання.

Економічна ефективність інноваційного проекту ідентифікує його теперішню значущість та потенційну корисність для підприємства, інвестора, суспільства з позицій латентно та явно вираженої результативності в економічному, організаційному, техніко-технологічному, соціальному й екологічному аспектах. Таким чином, у запропонованій троїстій всі складові мають комплексні характеристики в економічному, організаційному, управлінському, соціальному й екологічному аспектах у коротко- та довгостроковому періоді. Іншими словами економічна ефективність інноваційного проекту є комплексним поняттям, що характеризує внутрішню для підприємства та зовнішню для економіки в цілому. Таке тлумачення ефективності відповідає положенню про те, що результати інвестування створюють додаткові екологічний, соціальний, техніко-технологічний, організаційний, фінансовий ефекти щодо підприємства та бюджетний, ринковий, споживацький і соціально-екологічний щодо економіки, тобто зовнішнього середовища.

Економічна ефективність інноваційних проектів повинна враховувати інвестиційний ризик вкладень в інноваційну діяльність як з позицій збитків, так і збільшення витрат на реалізацію інноваційного проекту

Підвищення обґрунтованості впровадження інвестиційної стратегії інноваційного розвитку забезпечується відповідною оцінкою. Інвестиційну стратегію неможливо оцінити лише за одним узагальнюючим показником, тому що вона охоплює різні напрями діяльності організації. Оцінюють стратегію за якістю запланованих дій та успішністю їх реалізації. Іноді розроблення стратегії заслуговує високої оцінки, однак її впровадження не дає очікуваних результатів (наприклад, невдало організоване управління порушило

заплановані терміни переходу на випуск нової продукції, внаслідок чого організація зазнала збитків). Крім того, оцінка обраної стратегії в основному здійснюється у вигляді аналізу вірності і достатності урахування факторів, що визначають можливості впровадження та реалізації стратегії.

Розглянемо підхід щодо оцінки стратегій на основі визначення ряду нормативних та фактичних показників і встановлення співвідношення між ними, запропонований Кіндрацькою Г.І. [7] та удосконалений автором для оцінки інвестиційних стратегій виробничих підприємств в умовах інноваційного розвитку.

1 етап. **Формування переліку показників визначення економічного зростання.**

Сформувати перелік показників, які описують структуру економічного зростання та відображають рівень досягнення цілей розвитку, в міру ускладнення умов виробництва і збуту продукції, підвищення вимог до якості й безпеки товару стає все складніше. Окрім цього, показники, які використовують для оцінки інноваційної діяльності, можуть змінювати свою важливість відповідно до умов зовнішнього середовища, стадії життєвого циклу підприємства (ЖЦП) і стратегічних цілей організації. Перелік показників, які підлягають оцінці, має забезпечити опис різних станів організації та враховувати такі чинники, як цілі організації, специфіка галузі, тип стратегії, особливості ринкової ситуації тощо.

Вважаємо, що до такого складу показників потрібно віднести:

1) розвиток організації трудових витрат учасників інноваційного процесу на підприємстві (заробітної плати);

2) повна собівартість інновації;

3) матеріальні витрати для розроблення, впровадження та реалізації інновацій;

4) нематеріальні витрати для розроблення, впровадження та реалізації інновацій;

5) вартість інноваційної продукції (розрахунковий показник, що

визначається як прибуток + витрати);

6) обсяг продажу інноваційної продукції;
7) частка ринку, що контролюється підприємством;
8) прибуток від реалізації інновації.

Окрім того, доцільним видається здійснювати оцінку стратегії не лише з точки зору підприємства, що її реалізує, а й з точки зору відповідності інтересам споживачів.

Тому необхідно сформувати перелік показників для оцінки стратегії, за якими можливо її здійснення з точки зору споживачів. Серед таких показників ми виділяємо: ціни на інноваційну продукцію підприємства та значення показника, що враховує оцінку вигод, які отримують споживачі.

Значення показника, що враховує оцінку вигод, розраховуємо на основі оцінних параметрів, характерних для конкретного виду інноваційної продукції, яким присвоюються певні оцінки чи бали за формулами 1 та 2:

$$П_{вi} = \sum_{j=1}^{n} V_j \cdot \frac{P_{\min}}{P_{ij}}, \quad (1)$$

$$П_{вi} = \sum_{j=1}^{n} V_j \cdot \frac{P_{ij}}{P_{\max}}, \quad (2)$$

де P_{ij} – j-й показник вигод (j = 1, 2, 3,..., к) товару і (і = 1, 2, 3,…,l);

P_{maxj} – максимальне значення j-го показника вигод товару з усіх товарів-аналогів;

P_{minj} – мінімальне значення j-го показника вигод товару з усіх товарів-аналогів;

V_j – коефіцієнт вагомості показника вигод j.

Для формування складу показників оцінки можна використовувати такі способи: експертний (експертами переважно є керівники вищого рівня, які визначають стратегічні цілі організації та несуть головну відповідальність за їх досягнення) і логічний (дослідник враховує умови інтенсивного типу розвитку).

2 етап. **Встановлення нормативних співвідношень між темпами зростання виділених на попередньому етапі показників.**

В основі методу дослідження й оцінки стратегії лежить такий тип економічного зростання, при якому передбачені вищі темпи зниження витрат живої праці порівняно з витратами уречевленої праці та збільшення частки прибутку в створеній вартості, тобто забезпечення розширеного виробництва. На основі цього формується нормативна структура (нормативний ряд) темпів зростання показників розвитку організації:

$$T_і < T_{сіп} < T_{мв} < T_{віп} < T_п, \qquad (3)$$

де $T_і$ – темп зростання інвестицій в інноваційній діяльності на підприємстві;

$T_{сіп}$ – темп зростання повної собівартості інноваційної продукції;

$T_{мнв}$ – темп зростання матеріальних витрат;

$T_{віп}$ – темп зростання вартості інноваційної продукції;

$T_п$ – темп зростання прибутку від реалізації інновації.

Цей нормативний ряд показників не може бути спадним. Отже, значення показника темпу зростання трудових витрат є найнижче, а темпу зростання прибутку – найвище, тобто результативні показники мають зростати швидше порівняно з показниками, які відображають темпи зростання ресурсів.

Темпи зростання розраховуватимемо за формулою 4:

$$T = \frac{P_i}{P_{i-1}} \cdot 100\,\%, \qquad (4)$$

де T – темп зростання;

P_i – значення показника у поточному періоді і;

P_{i-1} – значення показника у попередньому періоді і-1.

Формування авторської нормативної структури показників будуємо

виходячи з основної стратегічної мети підприємства. У зв'язку з цим розглянемо 3 можливих варіанти:

1) основною метою підприємства є розширення обсягів збуту, тоді нормативна структура показників набуде такого вигляду:

$$T_i < T_{сіп} < T_п < T_{нв} < T_{оп} < T_{чр}, \quad (5)$$

де $T_{нв}$ - темп зростання невиробничих витрат;

$T_{оп}$ - темп зростання обсягу продажу інноваційної продукції підприємства;

$T_{чр}$- темпи зростання частки ринку, що контролюється підприємством.

Таке співвідношення показників за даного варіанту обумовлено тим, що підприємство, прагнучи до розширення обсягів збуту та завоювання більшої частки ринку, знижує ціни на одиницю товару, зменшуючи при цьому прибуток. Це характерно здебільшого для підприємств, які здійснюють діяльність в умовах жорсткої конкуренції, коли на ринку багато виробників з аналогічними товарами.

2) основною метою підприємства є максимізація прибутку, тоді нормативна структура показників набуде такого вигляду:

$$T_i < T_{нв} < T_{сіп} < T_{оп} < T_{чр} < T_п, \quad (6)$$

Таке співвідношення показників формули 5 зумовлене тим, що підприємство, прагнучи до підвищення прибутковості, намагається знизити собівартість, встановити вищу ціну, що призводить до нижчих темпів зростання його обсягів продажу та частки ринку. Даний варіант підходить здебільшого для підприємств, які намагаються максимально використовувати вигідну для себе кон'юнктуру ринку.

3) основною метою підприємства є утримання існуючих позицій на ринку, тоді нормативна структура показників набуде такого вигляду:

$$T_{сіп} < T_{і} < T_{нв} < T_{п} < T_{чр} < T_{оп}, \quad (7)$$

Співвідношення показників формули 7 зумовлене тим, що підприємство, прагнучи до утримання існуючих позицій, здійснює всі можливі заходи щодо запобігання зменшення збуту і загострення конкурентної боротьби, при цьому намагається постійно знижувати витрати виробництва і збуту. Цей варіант доцільно обрати тоді, коли підприємство зацікавлене у збереженні існуючого положення на ринку або сприятливих умов для своєї діяльності.

Що ж до нормативного ряду показників для оцінки інвестиційної стратегії інноваційного розвитку, за якими можливо її здійснення з точки зору споживачів, то він має відображати перевищення темпів зростання значення показника, що враховує оцінку вигод, які отримують споживачі, над темпами зростання ціни на інноваційну продукцію підприємства (формула 8)

$$T_{ц} < T_{пв}, \quad (8)$$

де $T_{ц}$ - темпи зростання ціни на продукцію підприємства;

$T_{пв}$ - темпи зростання значення показника вигод споживачів.

Таке співвідношення даних показників є очевидним, адже для споживачів оптимальною буде та стратегія підприємства, яка забезпечить їм менше зростання ціни на його інноваційну продукцію при прискореному зростанні вигод від споживання.

Нормативний ряд показників визначає умови розроблення та впровадження стратегії, за яких організація може підвищувати свої потенційні можливості, реалізувати переваги.

3 етап. **Визначення фактичної структури показників, яка відображає реальний стан організації.**

Фактичний ряд показників може мати іншу їх послідовність, ніж нормативний. Порядок розміщення показників відображає певний стан організації, зумовлений характеристиками обраної стратегії.

Фактичну структуру показників автором пропонується формувати відповідно до показників, визначених на етапі 1.

Також формуємо фактичну структуру і для показників оцінки стратегії, що здійснюється з точки зору споживачів.

4 етап. **Оцінка відповідності між нормативною та фактичною структурою показників.**

Ступінь відповідності нормативного та фактичного рядів показників визначають за коефіцієнтом рангової кореляції (коефіцієнт Спірмена (К)) [7]:

$$K = 1 - \frac{6S(d)^2}{n^3 - n}, \qquad (9)$$

де $S(d)^2$ – сума квадратів різниць рангів показників ряду;

n – кількість рангів ряду.

При цьому визначаємо відповідність нормативного та фактичного рядів показників для рядів, що допомагають оцінити інвестиційну стратегію інноваційного розвитку як з точки зору підприємства, на якому вона реалізується, так і з точки зору споживачів його продукції.

Коефіцієнт К при повній відповідності двох послідовностей (нормативної та фактичної), коли кожний показник займає одне й те ж місце в обох рядах, дорівнює +1, що означає повну позитивну кореляцію. При негативній залежності, тобто якщо в одній послідовності показники розміщені в зворотному порядку порівняно з другою, то коефіцієнт дорівнює -1, що означає від'ємну кореляцію. Для решти випадків К займає положення між граничними значеннями. Зростання К від -1 до +1 характеризує збільшення відповідності між двома послідовностями. Отже, під час аналізу слід звертати увагу не тільки на знак і значення коефіцієнта Спірмена, а й на його розмах. Доцільно зображати зміну цього коефіцієнта графічно. Значення К, яке повторюється з невеликим розмахом, у визначених межах, напрям якого відрізняється від нульової лінії, свідчитиме про наявність певної стратегії. Причому, чим

менший цей розмах, тим більш визначеною є стратегічна лінія поведінки організації. Наближення до крайніх значень коефіцієнта кореляції +1 або -1 свідчить про орієнтацію діяльності організації на підвищення результативності або, відповідно, її зниження.

Коефіцієнт Спірмена є агрегованою характеристикою економічних результатів діяльності організації, що дає змогу відстежувати загальну тенденцію їх зміни внаслідок реалізації стратегії.

5 етап. **Визначення характеру інноваційної діяльності та стану підприємства.**

Для здійснення даного етапу необхідно розглянути динаміку коефіцієнта Спірмена, за якою і можна визначити характер інноваційної діяльності та стан організації. Для цього необхідним є графічне зображення зміни коефіцієнта, розрахованого за рядами показників, що оцінюють інвестиційну стратегію як з точки зору підприємства, на якому вона реалізується, так і з точки зору споживачів його інноваційної продукції.

Якщо зміна коефіцієнта здебільшого має хвилеподібний характер, причому довжина хвилі коливається переважно у межах декількох років, то це свідчить про те, що в управлінні організацією головну роль відіграють поточні та оперативні рішення й відсутня певна стратегічна орієнтація. Спостерігається часта зміна цілей і напрямів розвитку. Швидка ж зміна значень коефіцієнта кореляції з плюса на мінус і, навпаки, свідчила б про негативні тенденції розвитку організації та її спадну ефективність. Такий аналіз доцільно доповнювати аналізом фінансового стану організації, інноваційного потенціалу, процесів прийняття управлінських рішень тощо.

6 етап. **Визначення рівня ризику, в умовах якого реалізується інвестиційна стратегія інноваційного розвитку.**

Для визначення рівня ризику, в умовах якого реалізується інвестиційна стратегія, пропонуємо використовувати формулу Z-чинника Альтмана [7], який дає можливість визначити ефективність інвестиційної стратегії з урахуванням існуючих умов ризику.

7 етап. **Формулювання висновків.**

На даному етапі формулюють висновки про результативність діючих в минулому інвестиційних стратегій і доцільність розроблення нової стратегії, враховуючи існуючі умови ризику.

Таким чином, оцінка інвестиційної стратегії інноваційного розвитку організації за поданим вище методичним підходом полягає в порівняльному аналізі структури результатів інноваційної діяльності та нормативного ряду показників. Якщо динаміка показників інноваційної діяльності організації свідчить про наближення до нормативного, то інвестиційну стратегію інноваційного розвитку організації можна вважати задовільною. В протилежному випадку доцільність розроблення та реалізації стратегії буде визначатися вже неекономічними критеріями. Хоч іноді діяльність організації в такому режимі можна вважати виправданою. Наприклад, у випадку освоєння "піонерних" інновацій чи ринків, для кожної з яких може бути побудований відповідний нормативний ряд показників. Оцінка майбутньої інвестиційної стратегії передбачає прогноз можливих тенденцій кожного з перелічених показників і порівняння їх з нормативним рядом показників, що дає можливість оцінити вибір стратегії розвитку організації. Головним критерієм цього вибору є досягнення поставлених цілей.

Висновок. Підводячи підсумок, можна зазначити, що автором систематизовано підходи щодо визначення стратегії, охарактеризовано складові інвестиційної стратегії інноваційного розвитку (інвестиційна привабливість та економічна ефективність інноваційного проекту), а також удосконалено методичний підхід щодо комплексної оцінки інвестиційних стратегій інноваційного розвитку на основі визначення ряду нормативних та фактичних показників і встановлення співвідношення між ними за рахунок орієнтації на стратегічну мету підприємства та врахування інтересів підприємства і споживача інновацій. Подальші дослідження будуть спрямовані на визначення рівня і пропорції діяльності організації за додатковими чинниками, що виникають при впровадженні та реалізації "піонерних" інновацій чи ринків.

Список використаних джерел

1. Бланк І. О. Інвестиційний менеджмент : підручник /І. О. Бланк, Н. М. Гуляєва. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. – 398 с

2. Бондаренко А.Ф. Інвестиційно- інноваційна стратегія як механізм забезпечення сталого економічного зростання в Україні [Електронний ресурс] / А.Ф. Бондаренко, Т.А. Васильєва, О.С. Грищенко. – Режим доступу : http://dspace.uabs.edu.ua.

3. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебник / О.С. Виханский; 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Гардарики, 2002. – 296 с.

4. Голубенко А. А. Инвестиционная деятельность в сфере инноваций /А. А. Голубенко // Зб. наук.праць Східноукраїнського державного університету „Економіка. Менеджмент. Підприємництво”. — Луганськ: СУДУ. — 2000. — №1 (1). — С. 77 — 80.

5. Дребот Н. Інвестиційна стратегія підприємства: засади і особливості її формування в сучасних умовах / Н. Дребот // Регіональна економіка. – 2000. – № 1. – С. 63-69.

6. Економічні та соціальні аспекти управління інвестиційною діяльністю : монографія / В. С. Пономаренко, В. М. Гриньова, Н. М. Лисиця [та ін.]. – Х. : ХДЕУ, 2003. – 180 с.

7. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент : навчальний посібник / Г. І. Кіндрацька. – К. : Знання, 2006. – 366 с.

8. Минцберг Г. Школы стратегий / Г. Минцберг, Б. Альстренд, Дж. Лемпел; пер. с англ. под ред. Ю.Н.Каптуревского. – СПб.: Питер, 2000. – 336 с.

9. Мороз Л. І. Проблеми формування та обґрунтування інвестиційної стратегії інноваційного розвитку підприємства / Л. І. Мороз // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2008. – № 628 : Проблеми економіки та управління. – С. 587–591. http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/1121.

10. Нємцов В.Д. Стратегічний менеджмент: навчальний посібник / В.Д. Нємцов, Л.Є. Довгань. – К.: КНЕУ, 2001. – 526 с.

11. Осецький В. Л. Інвестиції та інновації: проблеми теорії і практики : монографія / В. Л. Осецький. – К. : ІАЕ УААН, 2003. – 412 с.

12. Рогоза М. Є.Стратегічний інноваційний розвиток підприємств: моделі та механізми : монографія / М. Є. Рогоза, К. Ю. Вергал. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – 136 с.

13. Саботюк В. В. Аналіз та прогноз інноваційно-інвестиційної діяльності [Електронний ресурс] / В. В. Саботюк, В. Ю. Рибицький // Інвестиції та інноваційний розвиток. – 2009. – № 1. – С. 19–29.

14. Ткач І. М. Концепція стратегії розвитку оборонно-промислового комплексу України на інвестиційно-інноваційних засадах / І. М. Ткач // Проблеми науки. – 2007. – № 12. – С. 9–14.

15. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учебник для вузов / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд / Пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.

16. Тридід О.М. Розробка інвестиційної стратегії підприємства як напрям забезпечення його інвестиційної привабливості / О. М. Тридід // Управління проектами та розвиток виробництва: Зб.наук.пр. – Луганськ: вид-во СНУ ім. В.Даля, 2011. – № 1(37). – С. 92-99.

17. Череп А.В. Інвестознавство: навч. посібник / А.В. Череп - К.: Кондор, 2006. - 398 с.

18. Штанько Л.О. Процес планування ефективної інвестиційної стратегії підприємства / Л.О. Штанько // Проблеми системного підходу в економіці: Зб. наук. праць. – Київ, 2009. – С. 65-67.

19. Ястремська О.М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади: моногр. – 2-ге вид. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2004. – 488 с.

Біловодська О.А. Формування і реалізація інвестиційних стратегій інноваційного розвитку підприємств: сутність, основні складові та оцінка / О.А. Біловодська // Бізнес Інформ. – 2016. – № 11. – С. 204-210.