

# СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

© 2015 ОРЛИК І. О., ВАСИЛЬЦІВ Т. Г.

УДК 330.322: 339.37

## Орлик І. О., Васильців Т. Г. Стратегічні напрями розвитку інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності підприємств роздрібною торгівлі

Метою статті є дослідження актуальності розробки нормативно-методичного забезпечення за основними складовими та напрямками інвестиційно-інноваційного розвитку суб'єкта господарювання (концепції технологічної політики і політики у сфері інформатизації, програми вдосконалення системи розробки та проектування інноваційних товарів) та відносно підготовки і впровадження проектів регламентації роботи персоналу у сфері інвестицій та інновацій, формування системи управління інтелектуальною власністю (патенти, ліцензії, ноу-хау). Проаналізовано сучасний стан інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств роздрібною торгівлі з продажу керамічної плитки та сантехніки в Україні. Обґрунтовано актуальність стратегічних напрямів розвитку інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності підприємств роздрібною торгівлі. Запропоновано поетапність стратегічного інвестиційно-інноваційного розвитку підприємств роздрібною торгівлі з продажу керамічної плитки та сантехніки в Україні.

**Ключові слова:** інвестиційно-інноваційна діяльність, торговельні підприємства роздрібною торгівлі, імплементація інвестиційно-інноваційної діяльності, роздрібною торгівлі з продажу керамічної плитки та сантехніки, елементи системи управління інвестиційно-інноваційної діяльності.

Бібл.: 8.

**Орлик Ілона Олександрівна** – аспірантка, Львівська комерційна академія (вул. Туган-Барановського, 10, Львів, 79005, Україна)

E-mail: ilonka\_007@list.ru

**Васильців Тарас Григорович** – доктор економічних наук, доцент, професор, завідувач кафедри фінансів і кредиту, Львівська комерційна академія (вул. Туган-Барановського, 10, Львів, 79005, Україна)

E-mail: tgvas@mail.ru

УДК 330.322: 339.37

UDC 330.322: 339.37

## Орлик И. А., Васильцев Т. Г. Стратегические направления развития инвестиционного обеспечения инновационной деятельности предприятий розничной торговли

Целью статьи является исследование актуальности разработки нормативно-методического обеспечения по основным составляющим и направлениям инвестиционно-инновационного развития предприятия (концепции технологической политики и политики в сфере информатизации, программы совершенствования системы разработки и проектирования инновационных товаров) и относительно подготовки и реализации проектов регламентации работы персонала в сфере инвестиций и инноваций, формирование системы управления интеллектуальной собственностью (патенты, лицензии, ноу-хау). Проанализировано современное состояние инвестиционно-инновационной деятельности предприятий розничной торговли по продаже керамической плитки и сантехники в Украине. Обоснована актуальность стратегических направлений развития инвестиционного обеспечения инновационной деятельности предприятий розничной торговли. Предложена поэтапность стратегического инвестиционно-инновационного развития предприятий розничной торговли по продаже керамической плитки и сантехники в Украине.

**Ключевые слова:** инвестиционно-инновационная деятельность, торговые предприятия розничной торговли, имплементация инвестиционно-инновационной деятельности, розничная торговля по продаже керамической плитки и сантехники, элементы системы управления инвестиционно-инновационной деятельностью.

Библ.: 8.

**Орлик Илона Александровна** – аспирантка, Львовская коммерческая академия (ул. Туган-Барановского, 10, Львов, 79005, Украина)

E-mail: ilonka\_007@list.ru

**Васильцев Тарас Григорьевич** – доктор экономических наук, доцент, профессор, заведующий кафедрой финансов и кредита, Львовская коммерческая академия (ул. Туган-Барановского, 10, Львов, 79005, Украина)

E-mail: tgvas@mail.ru

## Orlyk I. O., Vasylytsyv T. G. Strategic Directions for Development of Investment Provision of Innovation Activity of Retail Trade Enterprises

The article is aimed at studying relevance of development of normative-methodical provision of the basic constituents and directions of investment-innovative development of enterprise (concepts of both technology policy and policy in the informatization sphere, system for improving the program for developing and projecting innovative products), as well as preparation and implementation of projects for regulation of staff performance in the sphere of investment and innovation, creation of a system for management of intellectual property (patents, licenses, know-how). The current status of investment-innovation activity of the retail trade enterprises for sales of ceramic tiles and plumbing equipment in Ukraine has been analyzed. Relevance of the strategic directions of investment provision to innovation activity of retail trade enterprises has been substantiated. A step-by-step character implementing of the strategic investment-innovative development of retail trade enterprises for sales of ceramic tiles and plumbing equipment in Ukraine has been proposed.

**Key words:** investment-innovation activity, retail trade enterprises, implementation of investment-innovation activity, retail trade of ceramic tile and plumbing equipment, elements of the system for management of investment-innovation activity.

Bibl.: 8.

**Orlyk Ilona O.** – Postgraduate Student, Lviv Academy of Commerce (vul. Tugan-Baranovskogo, 10, Lviv, 79005, Ukraine)

E-mail: ilonka\_007@list.ru

**Vasylytsyv Taras G.** – Doctor of Science (Economics), Associate Professor, Professor Head of the Department of Finance and Credit, Lviv Academy of Commerce (vul. Tugan-Baranovskogo, 10, Lviv, 79005, Ukraine)

E-mail: tgvas@mail.ru

Результати аналізу ефективності управління інвестиційно-інноваційною діяльністю підприємств роздрібною торгівлі в Україні дозволяють стверджувати, що, незважаючи на досить активний розвиток,

торговельній сфері притаманні такі проблеми, як обмеженість можливостей достатнього фінансування інвестиційно-інноваційних програм, недостатність впливу та співпраці торгівлі з виробничим сектором щодо ство-

рення спільних торгових марок і виробництва нових інноваційних товарів, обмеженість заходів, спрямованих на формування інтелектуально-кадрового та інноваційного потенціалу, стимулювання інтелектуальної творчої діяльності. Ці проблеми інвестиційно-інноваційного розвитку характерні для підприємств зі спеціалізованою роздрібною торгівлю керамічною плиткою та сантехнікою. Крім того, низькою залишається частка реалізованих інноваційних товарів, використання об'єктів інтелектуальної власності, обмеженість практик для залучення зовнішніх партнерів до спільної реалізації інвестиційно-інноваційних проектів.

**В**раховуючи сукупність проблемних аспектів та перешкод інвестиційно-інноваційної діяльності, стратегічне планування розвитку підприємств роздрібною торгівлю об'єктивно необхідно узгодити зі створенням умов інвестиційно-інноваційного саморозвитку. Особливо важливим є інвестиційно-інноваційний розвиток підприємств за всіма напрямками діяльності суб'єктів торгівлі, форм і відносин із зовнішніми інститутами, суб'єктами сфер суспільного відтворення, зокрема з виробничими підприємствами, адже роздрібні торговельні підприємства з продажу керамічної плитки та сантехніки в сучасний складний період не здатні самотужки здійснювати науково-дослідні роботи та інвестувати у створення об'єктів інтелектуальної творчої діяльності, актуальні відносно розвитку маркетингової та торгово-технологічної діяльності.

При цьому доцільність проектування управлінських рішень із вирішення означених проблем і реалізації перспективних напрямів і пріоритетів розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності обумовлена необхідністю збалансованості та комплексної ув'язки заходів, спрямованих на якісний розвиток підприємств роздрібною торгівлю. Стратегічне планування сприяє усвідомленню напрямів консолідації усіх учасників інвестиційно-інноваційної діяльності з метою розвитку та підвищення ефективності торговельної сфери, збільшення пропозиції інноваційних товарів і торговельних послуг, створення інвестиційно привабливих об'єктів та покращення мотивації до започаткування нових інвестиційно-інноваційних проектів, у т. ч. у сфері міжгалузевого співробітництва [1].

Для досягнення високої ефективності управління інвестиційно-інноваційною діяльністю необхідно визначитись із критеріями оцінювання якості формування та реалізації проектних рішень. Але роздрібна торгівля має свої особливості, товарно-форматні сфери якої значно різняться між собою. Зокрема через спеціалізацію, яка позначається й на обсягах, інвестиційно-інноваційної політики роздрібних торговельних підприємств з продажу керамічної плитки та сантехніки необхідно враховувати й ефективне використання фінансово-інвестиційного потенціалу, і підвищення інноваційної активності, і вплив матеріально-технічного забезпечення на реалізацію інноваційних підходів до розвитку торгової мережі та інституційної системи інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку.

Очевидно, що важливе місце в управлінні розвитком роздрібних торговельних підприємств у інвестиційно-інноваційній сфері належить розробці та обґрунтуванню системи пріоритетних управлінських рішень. Так, на нашу думку, в межах організаційно-економічної складової стратегування інвестиційно-інноваційної діяльності необхідно врахувати організаційні та фінансово-інвестиційні можливості роздрібних торговельних підприємств, які б дозволили забезпечити збільшення обсягів та підвищення ефективності інвестиційно-інноваційних витрат, сформуванню якісний інтелектуально-кадровий потенціал та покращити мотивацію персоналу до ініціювання інноваційних заходів, підвищити рівень інноваційності торгово-технологічного процесу. Поряд з цим важливо передбачити наявність інституційно-правового забезпечення управління інвестиційно-інноваційною базою та його стандартизацію [2].

**С**еред критеріїв інвестиційно-інноваційного розвитку роздрібних торговельних підприємств не менш важливе місце відводиться формуванню інфраструктури такої діяльності. Важливо вибудувати внутрішню і зовнішню інфраструктуру, забезпечити прийнятний рівень капіталізації програм інвестиційно-інноваційного розвитку, осучаснити техніко-технологічне забезпечення, матеріально-технічну базу та інформатизацію інвестиційно-інноваційної діяльності, впровадити та розбудувати систему електронного продажу інноваційних товарів та обслуговування покупців через інтернет-мережу.

Але, вважаємо, що організаційно-економічні та інфраструктурні критерії належної інвестиційно-інноваційної активності роздрібною торговельного підприємства недостатні без урахування інституційних умов діяльності. Так, актуальним є інституалізація співробітництва з науково-дослідними та навчальними організаціями, участь у ініціативах суб'єктів фінансово-інвестиційного та інноваційного середовища, наявність співробітництва з різними суб'єктами допоміжної інфраструктури інвестиційно-інноваційної діяльності, планування розвитку міжсекторального, міжгалузевого співробітництва та державно-приватного партнерства в інвестиційній та інноваційній сферах, планування і реалізація перспективних форм комерціалізації результатів інноваційної діяльності, наявність запровадженої практики планування та моніторингу та аналізу реалізації інвестиційно-інноваційної діяльності [4].

Зауважимо, що перевірка критеріїв інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств роздрібною торгівлю дозволяє зробити висновки відносно наявності передумов для належного її здійснення, повноцінності планування, організації, реалізації та контролю. Більше того, відповідність критеріям дозволяє розпочати роботу з подальшого вдосконалення розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств роздрібною торгівлю. Натомість, невідповідність – дозволяє виявити т. зв. «слабкі» місця і недоліки задля покращення організаційно-економічних, інфраструктурних та інституційних передумов інвестиційно-інноваційного розвитку.

Логічно, щоб після забезпечення виконання базових умов і критеріїв інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств роздрібною торгівлі з продажу керамічної плитки та сантехніки керівництвом були встановлені довго- і короткострокові стратегічні пріоритети в спеціалізованій сфері. Вважаємо за найбільш оптимальне їх формування за функціональними складовими інвестиційно-інноваційної діяльності – товарною, маркетинговою, торговельно-технологічною, управлінською, ринковою, соціально-економічною [5].

**В**ідомо, що забезпечення товарної складової інвестиційно-інноваційної діяльності роздрібного торговельного підприємства значно залежить від можливостей створення та виведення на ринок продуктивних інновацій, а також збільшення частки продажу інноваційних товарів. Звичайно, для роздрібних торговельних підприємств важливо забезпечити та підтримувати високий рівень лояльності споживача. А це можна досягти завдяки створенню та виведенню на ринок інноваційних товарів. Звернімо увагу на те, що до сьогодні на підприємствах із роздрібного продажу керамічної плитки та сантехніки інноваціями вважалось удосконалення асортиментної політики за рахунок постійного розширення супутніх господарських товарів та будівельних матеріалів провідних світових виробників. За сучасних умов інвестиційно привабливим можуть бути інновації з використанням практики 3D-технологій, інстраграмного моделювання чи візуального проектування, що дозволяє споживачу раціонально здійснити закупівлі необхідного обсягу, розмірів керамічної плитки та сантехніки чи інших товарів будівельного монтажу.

Поряд з цим інвестиційно-інноваційні розробки повинні бути доступними та спрямовані на стабілізацію цінової ситуації на ринку. А це передбачає реалізацію інвестиційних заходів, спрямованих на забезпечення цінової доступності інноваційних товарів для населення, поглиблення соціальної диференціації типів об'єктів торгівлі, удосконалення логістичної мережі з реалізації вітчизняної продукції. При цьому окупність таких заходів повинна бути не високою, а по мірі реалізації такої політики і зменшуватись [7].

Більше того, суб'єкти господарювання мають прагнути до збільшення частки продажу інноваційних товарів. Звичайно, підприємства з роздрібного продажу керамічної плитки та сантехніки можуть використовувати різні способи щодо вирішення такого завдання, але інвестиційні витрати при цьому повинні бути максимально низькими. У такому разі об'єктами інвестиційних вкладень доцільно обирати такі товари, які вже просуваються на ринок інноваційними підприємствами малого та середнього бізнесу. При цьому, інвестиційно привабливими можуть бути проекти інвестування в інноваційні підприємства малого та середнього бізнесу як безпосередньо за рахунок власних коштів, так і через участь у венчурних фондах або створення власного венчурного фонду. Це дозволить диверсифікувати інвестиційно-інноваційну діяльність та зменшити рівень фінансового ризику від неефективного використання інноваційних розробок, оскільки, в будь-якому

випадку, інноваційні розробки можна на комерційній основі реалізувати в інших секторах ринку.

**З**вернімо увагу на те, що для просування на ринок нових товарів та розширення товарно-грошових відносин підприємствам роздрібною торгівлі необхідно впроваджувати маркетингові інновації. Так, важливо спрямувати інвестиційні ресурси на диференціацію форм і методів комплексного стимулювання продажу інноваційних товарів, посилення інформаційно-аналітичного забезпечення інноваційної діяльності, комерціалізацію та підтримку ринкових інновацій [7].

Ми переконані, що продаж інноваційних товарів потребує використання нових форм і методів, які будуть здатні забезпечити та підтримувати прийнятний рівень лояльності споживачів. У більшості випадків у роздрібній торгівлі новими вважаються, наприклад, способи продажу товарів через мережу Інтернет. Сьогодні для спеціалізованих роздрібних торговельних підприємств така практика досить актуальна та дозволяє забезпечити продаж інноваційних товарів без значних обсягів інвестування. Але ринок розвивається, і споживчі інтереси змінюються в бік того, що поряд із купівлею керамічної плитки та сантехніки покупцю необхідно запропонувати послуги з її встановлення, при цьому на безкоштовній основі. Особливо це стосується ексклюзивних нових для ринку колекцій товарів.

Відомо, що об'єктивними загрозами інвестиційно-інноваційній діяльності суб'єктів господарювання є погіршення достовірності, повноти та втрата доступу до інформації, що призводить до прорахунків у проектуванні фінансово-економічних результатів. Відповідно, локалізація таких загроз потребує посилення інформаційно-аналітичного забезпечення інвестиційно-інноваційної діяльності. На нашу думку, роздрібним торговельним підприємствам з продажу керамічної плитки та сантехніки необхідно розробити концепцію з підготовки та промоції інвестиційно-інноваційних проектів, яка включатиме проведення спеціалізованих заходів у ЗМІ (прес-конференції, прес-тури), публічні обговорення ходу реалізації програми інноваційного розвитку (організація та участь у форумах, конференціях, виставках та інших презентаційних заходах), організацію краудсорсингових сесій із залученням співробітників і зовнішніх партнерів у формуванні планів інвестиційно-інноваційного розвитку та веденням спеціалізованих розділів на інтернет-сайті підприємства [8].

Поряд з тим, маркетингові розробки підприємства роздрібною торгівлі в ході вирішення інвестиційно-інноваційних завдань слід вважати реалізованими за умов досягнення прийнятного комерційного результату. А для цього необхідно, щоб інвестиційна та інноваційна активність підприємства була комерціалізована, а виведені на ринок інноваційні товари всіляко фінансово підтримувалися. На нашу думку, комерціалізація та підтримка ринкових інновацій у першу чергу повинна мати на меті зменшення фінансово-інвестиційних ризиків, а в подальшому передбачати організаційно-економічні умови науково-дослідної роботи, розвиток інтелектуальної творчої діяльності персоналу, покра-

щення договірних відносин та ін. Відтак, раціонально сплановані грошові потоки, проведення маркетингових досліджень по конкретному товару та продумана система просування на ринок інноваційних товарів здатні значно зменшити прорахунки в інвестиційні політиці.

Головною метою розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств роздрібної торгівлі, на нашу думку, є не стільки збільшення її обсягів та підвищення ефективності, скільки перетворення суб'єкта господарювання та його бізнес-процесів на інвестиційно привабливі комплекси інноваційного розвитку. Таким має бачити розвиток керівництво підприємства, а також такою має стати модель «бачення» підприємства споживачами його товарів, контрагентами та партнерами з інвестиційної, науково-дослідної та інноваційної діяльності [9].

Вважаємо, що цього досягнути без формування належного інтелектуально-кадрового забезпечення об'єктивно неможливо. Відтак, на першому етапі стратегічного інвестиційно-інноваційного розвитку підприємств роздрібної торгівлі з продажу керамічної плитки та сантехніки важливо зосередитися на формуванні та ефективному використанні інтелектуально-кадрового капіталу інвестиційно-інноваційної діяльності. Для цього необхідно сформувати інформаційно-аналітичну систему управління, яка включатиме методики і стандарти поведінки підприємства в інвестиційно-інноваційній сфері, та розробити і впровадити механізм стимулювання персоналу до інноваційної діяльності.

Актуальною є розробка нормативно-методичного забезпечення за основними складовими і напрямками інвестиційно-інноваційного розвитку суб'єкта господарювання (концепції технологічної політики і політики у сфері інформатизації, програми вдосконалення системи розробки та проектування інноваційних товарів) та відносно підготовки і впровадження проектів регламентації роботи персоналу у сфері інвестицій та інновацій, формування системи управління інтелектуальною власністю (патенти, ліцензії, ноу-хау), механізму ефективної організація науково-дослідної роботи як за рахунок генерації інноваційних ідей всередині підприємства, так і за рахунок аутсорсингу, процедур попереднього ініціювання та участі у розробці технологічних стандартів продажу товарів [3].

Наступний етап перетворення роздрібних торговельних підприємств на інвестиційно привабливі комплекси інноваційного розвитку передбачає розробку та реалізацію інвестиційно-інноваційних проектів. Так, у першочерговому порядку на підприємстві необхідно розпочати капіталізацію торговельно-технологічного процесу та модернізацію об'єктів торгівлі з тим, щоб у процесі комерціалізації інновацій зменшити ризики втрати прибутку, раціонально оптимізувати товарні запаси та досягнути економії операційних витрат. Надалі проектні рішення повинні стосуватися впровадження інноваційних методів продажу товарів та розвитку партнерських відносин з покупцями. Зокрема, необхідно звернути увагу керівництву підприємств на формування культури торговельного обслуговування, розроб-

ку механізмів мотивації праці персоналу, раціоналізацію комерційних відносин з постачальниками, організацію внутрішньомагазинної реклами та інформації. Але реалізація інвестиційних проектів не повинна завершуватися лише практичним впровадження бізнес-ідей, а й урахувати майбутні фінансові очікування від інноваційних розробок. Відтак, актуальною є розробка прогнозу основних показників інвестиційно-інноваційної діяльності та фінансового стану підприємства на довгостроковий період. Хоча перспективе фінансове планування є трудомістким і, окрім висококваліфікованого персоналу, потребує належної інформаційної бази, але для роздрібних торговельних підприємств є важливим, оскільки дозволяє спрогнозувати та оцінити можливі фінансово-інвестиційні ризики, визначити комерційну ефективність проекту в майбутньому періоді та оцінити якість впровадження бізнес-ідей.

Поетапний стратегічний інвестиційно-інноваційний розвиток підприємств роздрібної торгівлі з продажу керамічної плитки та сантехніки, на нашу думку, повинен завершуватись імплементацією інвестиційно-інноваційної діяльності у бізнес-процеси. Цільовими орієнтирами мають стати посилення диференціації та розширення сфери інвестиційно-інноваційної діяльності, а також розширення науково-дослідницьких програм зовнішнього міжгалузевого партнерства та інвестиційно-інноваційного співробітництва. Зокрема, окремими інноваціями та об'єктами інвестування можуть бути не лише зміна асортименту товарів чи способів їх продажу, а й часткове перепрофілювання торговельних об'єктів [6].

Для прискорення інвестиційно-інноваційного розвитку роздрібним торговельним підприємствам необхідно привести організаційно-управлінську структуру у відповідність до цілей і завдань інвестиційно-інноваційної діяльності та сформувати і ефективно використовувати інвестиційно-інноваційні внутрішні фонди. Тут слід розвивати такі елементи системи управління інвестиційно-інноваційною діяльністю, як моніторинг інноваційних розробок, пошук і відбір інноваційних ідей і пропозицій, механізми мотивації персоналу до інноваційної діяльності, у т. ч. ув'язки винагороди керівників торговельних об'єктів з інноваційними досягненнями підприємства, об'єктивно-суб'єктивний контроль процесів бізнес-проекування.

## ВИСНОВКИ

У вищезазначених фінансово-інвестиційних умовах підприємства для власних об'єктів торгівлі можуть обрати стратегію «подальшого вдосконалення», за якої їх інвестиційна привабливість буде зростати за рахунок оновлення асортиментного переліку супутніх товарів чи стратегію «послідовного зміцнення», яка полягає в тому, що інвестиційні кошти будуть спрямовані не лише на впровадження нових способів торговельного обслуговування покупців, а й на збільшення кількості додаткових послуг непов'язаних з продажем товарів.

Потрібно зазначити, що для досягнення мети стратегічного управління інвестиційно-інноваційною діяльністю підприємств роздрібної торгівлі необхідно усвідомити механізми та засоби активізації інноваційного розвитку, що є предметом подальших досліджень. ■

## ЛІТЕРАТУРА

1. Маркетинг. Менеджмент. Інновації : монографія / За заг. ред. С. М. Ілляшенка. – Суми : ТОВ «Торговий дім «Папірус», 2010. – 621 с.
2. **Зянько В. В.** Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку : монографія / В. В. Зянько. – Вінниця : Універсум, 2008. – 397 с.
3. **Чорна М. В.** Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств : монографія / М. В. Чорна, С. В. Глухова. – Харків : ХДУХТ, 2012. – 212 с.
4. **Чорна М. В.** Формування ефективної інвестиційної політики підприємства: монографія / М. В. Чорна, С. В. Глухова. – Харків : ФОП Шейніна О. В., 2010. – 210 с.
5. **Ковтун Н. В.** Статистичне дослідження інвестиційного процесу та інвестиційної діяльності: теорія, методологія, практика: монографія / Н. В. Ковтун. – Київ : ІМЕКС, 2005. – 418 с.
6. **Орлик І. О.** Аналіз стану та напрями посилення інноваційної активності підприємств роздрібної торгівлі / І. О. Орлик // Торгівля. Комерція. Підприємництво : зб. наук. праць. – Львів : Львівська комерційна академія, 2013. – Вип. 15. – С. 35–39.
7. **Орлик І. О.** Оцінювання рівня інвестиційного забезпечення розвитку роздрібних торговельних підприємств / І. О. Орлик // Сучасні проблеми регіонального розвитку : зб. наук. праць. – Вісник аграрного університету. – Пловдив, 2014. – Т. 1. – С. 276–281.
8. **Орлик І. О.** Проблемні аспекти розвитку інноваційної діяльності в торгівлі в Україні та напрями їх подолання / І. О. Орлик // Розвиток економічних методів управління національною економікою та економікою підприємства : зб. наук. праць. Серія економічна. – Донецьк : Донецький державний університет управління, 2013. – Вип. 259, Т. 14. – С. 272–279.

## REFERENCES

- Chorna, M. V., and Hlukhova, S. V. *Otsinka efektyvnosti innovatsiinoi diialnosti pidpriemstv* [Evaluating the effectiveness of innovation activity]. Kharkiv: KhDUKht, 2012.
- Chorna, M. V., and Hlukhova, S. V. *Formuvannia efektyvnoi investytsiinoi polityky pidpriemstva* [Building an effective investment policy of the company]. Kharkiv: FOP Sheinina O. V., 2010.
- Kovtun, N. V. *Statystychnе doslidzhennia investytsiinoho protsesu ta investytsiinoi diialnosti: teoriia, metodolohiia, praktyka* [Statistical Research investment process and investment: theory, methodology, practice]. Kyiv: ІМЕКС, 2005.
- Marketynh. Menedzhment. Innovatsii* [Marketing. Management. Innovation]. Sumy: Papirus, 2010.
- Orlyk, I. O. "Analiz stanu ta napriamy posylennia innovatsiinoi aktyvnosti pidpriemstv rozdribnoi torhivli" [Analysis of trends and promotion of innovation in retail trade]. *Torhivlia. Komertsiiia. Pidpriemnytstvo*, no. 15 (2013): 35-39.
- Orlyk, I. O. "Problemni aspekty rozvytku innovatsiinoi diialnosti v torhivli v Ukraini ta napriamy ikh podolannia" [Problematic aspects of innovation in trade in Ukraine and ways of their solution]. *Rozvytok ekonomichnykh metodiv upravlinnia natsionalnoi ekonomikoiu ta ekonomikoiu pidpriemstva. Seriiia ekonomichna*, vol. 14, no. 259 (2013): 272-279.
- Suchasni problemy rehionalnoho rozvytku* (2014): 276-281.
- Zianko, V. V. *Innovatsiine pidpriemnytstvo: sutnist, mekhanizmy i formy rozvytku* [Innovative entrepreneurship: the nature, mechanisms and forms of development]. Vinnytsia: Universum, 2008.