

УДК 330.341.1 : 338.45

DOI: 10.31891/2307-5740-2021-298-5(1)-34

ІЛЛЯШЕНКО С. М.

ORCID: 0000-0001-5484-9788

e-mail: Illiashenko.s@gmail.com

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
Економіко-гуманітарний університет, м. Бельсько-Бяла, Польща

ШИПУЛІНА Ю. С.

ORCID: 0000-0002-8133-578X

e-mail: shypulina.j@gmail.com

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ІЛЛЯШЕНКО Н. С.

ORCID: 0000-0002-1426-1215

e-mail: nat.illiashenko@gmail.com

Сумський державний педагогічний університет ім. А.С. Макаренка
Сумський національний аграрний університет

АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПЛАНУВАННЯ ТОВАРНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТЕХНОЛОГІЧНИХ УКЛАДІВ

Розроблено підхід до аналітичного забезпечення планування продуктової інноваційної політики промислового підприємства в перманентно мінливих умовах зовнішнього середовища, спричинених процесами трансформації технологічних укладів. На відміну від існуючих підходів він передбачає аналіз тенденцій розвитку світової і галузевої науки і техніки, результати яких можуть бути використані у виробничо-збутовій діяльності підприємства, зокрема у формуванні портфелю продуктивних інновацій як засобу адаптації до змін умов зовнішнього мікро- і макросередовища. Уточнено фактори, що впливають на інноваційний розвиток промислових підприємств взагалі і їх продуктової інноваційної політики зокрема. Окреслено схему взаємодії зазначених факторів в процесі аналітичного забезпечення продуктової інноваційної політики промислового підприємства. Розроблено методологічні засади аналітичного забезпечення планування продуктової інноваційної політики в умовах трансформації технологічних укладів. Застосування розробленого підходу в практиці інноваційної діяльності промислових підприємств дозволить цілеспрямовано і обґрунтовано планувати їх продуктової інноваційної політику як основу інноваційного розвитку в умовах трансформації технологічних укладів і розгортання 4-ї промислової революції. Отримані наукові результати поглиблюють методологічні засади інноваційного менеджменту промислових підприємств в частині аналітичного забезпечення їх продуктової інноваційної політики.

Ключові слова: аналітичне забезпечення планування, продуктова інноваційна політика, трансформація технологічних укладів, інноваційний менеджмент, промислові підприємства.

SERGIJ ILLIASHENKO

National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute",
University of Economics and Humanities, Bielsko-Biala, Poland

YULIJA SHYPULINA

National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"

NATALIJA ILLIASHENKO

Sumy State Pedagogical University named after A.S. Makarenka,
Sumy National Agricultural University

ANALYTICAL ASSURANCE OF PLANNING OF PRODUCT INNOVATION POLICY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF TECHNOLOGICAL WAYS TRANSFORMATION

In periods of technological transformation, innovations and innovative activity are an effective method to ensure the conditions for sustainable survival and development of industrial enterprises. Consequently, perspective strategic directions of innovative development and operative planning need to be defined primary in their product innovation policy as the pricing, communicative and sales policies are derived from it. An approach to the analytical support of planning the product innovation policy of an industrial enterprise in the constantly changing environmental conditions caused by the processes of transformation of technological systems has been developed. In contrast to existing approaches, it provides an analysis of trends in global and industry science and technology, the results of which can be used in production and marketing activities of the enterprise, in particular in forming a portfolio of product innovations as a means of adapting to changes in external micro and macro environment. Factors influencing the innovative development of industrial enterprises in general and their product innovation policy in particular are specified. The scheme of interaction of the specified factors in the course of analytical support of a product innovation policy of the industrial enterprise is outlined. Methodological bases of analytical planning of product innovation policy of industrial enterprises in conditions of technological ways transformation are developed. The application of the developed approach in innovative activities of industrial enterprises will allow purposefully and reasonably plan their product innovation policy as a basis for innovative development in conditions of technological ways transformation and the deployment of the 4th industrial revolution. The obtained scientific results deepen the methodological principles of innovation management of industrial enterprises in terms of analytical support of their product innovation policy.

Key words: analytical support of planning, product innovation policy, transformation of technological systems, innovation management, industrial enterprises.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

В наш час відбувається завершення 5-го технологічного укладу і зародження 6-го, який за прогнозами спричинить (і вже спричиняє) кардинальне зниження енергоємності і матеріалоємності виробництва, уможливить створення матеріалів і об'єктів з заданими властивостями тощо. Набирає силу 4-а промислова революція, яка передбачає об'єднання в єдину саморегульовану систему комп'ютерних інформаційних технологій, автоматизованого виробництва, людини [11]. Фактично, в процесі її розвитку формується технологічна база 6-го технологічного укладу. Трансформаційні процеси супроводжуються радикальними змінами технологій виробництва і просування продукції, методів управління, ринків тощо. В цих умовах різко зростає ступінь невизначеності стосовно тенденцій розвитку подій у зовнішньому макро- і мікросередовищі, що ускладнює пошук шляхів приведення у відповідність до зовнішніх внутрішніх можливостей розвитку підприємств практично усіх галузей. Практика свідчить, що в періоди технологічних трансформацій найефективнішим способом забезпечення зазначеної відповідності і формування умов тривалого виживання і розвитку підприємств є інновації і інноваційна діяльність. Відповідно, для підприємств постає проблема визначення перспективних стратегічних напрямів інноваційного розвитку і оперативного планування в їх руслі насамперед продуктової інноваційної політики, оскільки цінова, комунікаційна, збутова тощо є похідними від неї. Особливо гостро ця проблема постає для промислових підприємств, зміни номенклатури продукції яких потребують змін виробничого обладнання і технологій виробництва, методів управління, трансформації системи взаємозв'язків з економічними контрагентами тощо. Її розв'язання потребує аналізу тенденцій зміни умов зовнішнього макросередовища, особливо тих, що стосуються його техніко-технологічної складової, а також прогнозування імовірних дій суб'єктів мікросередовища, як їх реакції на ці зміни, оцінки власних можливостей (потенціалу) аналізованого промислового підприємства тощо. Перманентні зміни умов зовнішнього середовища, що є характерним для трансформаційних періодів, потребують визначення стратегічного бачення перспективного розвитку конкретних підприємств і формування гнучких адаптивних планів його досягнення. Такий підхід дозволить оперативно їх уточнювати і коригувати відповідно до змін тенденцій розвитку зовнішнього мікро- і макросередовища середовища, не змінюючи при цьому стратегічних перспектив підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Питання планування і формування продуктової (товарної) інноваційної політики підприємств досліджувалися у роботах багатьох науковців. Шовкун Л.В., Салогуб В.О., Гарькун А.О. [15] аналізували основні принципи формування товарного асортименту. Касич А.О., Марченко К.О. [5] виконали аналіз основних моделей планування асортименту, розкрили їх переваги та недоліки. Ними висвітлено роль планування асортиментної політики в системі стратегічного управління підприємством. Мартиненко А.В., Перерва П.Г. [9] розробили рекомендації щодо застосування маркетингових стратегій для інноваційних товарів на етапах їх життєвого циклу. Запропоновані рекомендації можуть бути застосовані для планування асортиментної політики промислового підприємства на усталених ринках. Державська А.В., Круш П.В. [1] аналізують підходи різних авторів до формування перспективної товарної стратегії підприємства, обґрунтовують пріоритетність застосування маркетингового підходу. Козубенко Л.Д. [6] аналізує зарубіжний досвід державного стимулювання і регулювання процесів формування товарної інноваційної політики підприємств і можливості його застосування у вітчизняній практиці. Соковніна Д.М. [10] удосконалює засади формування адаптивної інноваційної маркетингової стратегії підприємства. Відзначає в ній роль і місце товарної інноваційної стратегії. Кузьмін О.Є. та ін. [8] пропонують методичні інструменти продуктової і технологічної диверсифікації виробництва, а також модель оптимізації товарного асортименту в умовах ринкових обмежень обсягів споживання продукції. Кричковська Т.О. [7] аналізує і порівнює основні методи аналізу асортиментної політики підприємства в контексті її оптимізації.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми

Результати аналізу літературних свідчать, що проблема аналітичного забезпечення системи планування продуктової інноваційної політики промислового підприємства в умовах неповної визначеності векторів впливу факторів зовнішнього мікро- і макросередовища, яка спричинена процесами трансформації технологічних укладів залишається невирішеною. Найвні напрацювання присвячені лише окремим аспектам зазначеної проблеми. Відсутній цілісний підхід до її розв'язання, що не дозволяє цілеспрямовано і обґрунтовано планувати продуктову політику як основу інноваційного розвитку промислового підприємства в період трансформації технологічних укладів і 4-ї промислової революції.

Формулювання цілей статті

Метою статті є розроблення підходу до аналітичного забезпечення системи планування продуктової інноваційної політики промислового підприємства в умовах трансформації технологічних укладів.

Завдання дослідження: уточнити фактори, що впливають на інноваційний розвиток промислових підприємств взагалі і їх продуктову інноваційну політику зокрема; окреслити схему взаємодії зазначених факторів в процесі аналітичного забезпечення продуктової інноваційної політики промислового підприємства; розробити методологічні засади аналітичного забезпечення планування продуктової інноваційної політики промислового в умовах трансформації технологічних укладів.

Виклад основного матеріалу дослідження

Системний аналіз літературних джерел і практики інноваційної діяльності дав підстави визначити фактори, які впливають на вибір напрямів і стратегій інноваційного розвитку промислових підприємств. Їх систематизація надана у табл. 1.

Аналіз взаємодії зазначених в табл. 1 факторів дозволяє обґрунтовано планувати продуктову інноваційну політику промислових підприємств. Запропоновано таку послідовність етапів аналізу взаємодії зазначених у табл. 1 факторів.

1. Визначення перспективних стратегічних напрямів інноваційного розвитку промислового підприємства в умовах технологічних трансформацій, які спричиняють втрату актуальності існуючої продукції, технологій її виготовлення, методів управління на усіх стадіях виробництва і просування продукції на ринку. Відповідно, забезпечення актуальності вимагає створення і впровадження інновацій (розроблення і реалізації стратегій інноваційного розвитку).

1.1. Уточнення тенденцій розвитку галузі з метою прийняття рішень щодо вибору напрямку інноваційного розвитку: наздоганяючий, наступальний, вичерпання можливостей, випереджальний тощо. Виконують шляхом порівняння наслідків впливу факторів 1.1 і 1.3. Зокрема може бути застосована наступна схема, яка розроблена шляхом модифікації запропонованої у роботі [2, 3]. Тенденції розвитку галузі (фактори 1.3) відстають по відношенню до світових тенденцій розвитку (фактори 1.1) – наздоганяючий розвиток; тенденції знаходяться на одному рівні – розвиток на рівні лідера (помірковано-наступальний); тенденції розвитку галузі випереджають середньосвітові – випереджальний розвиток (агресивно-наступальний розвиток); тенденції розвитку галузі свідчать про її згортання – вичерпання можливостей і елімінація, або радикальна трансформація і випереджальний розвиток. Такий підхід дозволяє оцінити перспективність розвитку підприємства у галузі і обрати раціональну стратегію розвитку: у межах існуючої галузі; переорієнтацію на іншу існуючу галузь; започаткування нової галузі.

Таблиця 1

Фактори, що впливають на інноваційну поведінку промислових підприємств і реалізацію ними стратегій інноваційного розвитку

Фактори впливу	Характер впливу
1. Зовнішні фактори	
1.1. Світові тенденції розвитку науки і техніки	Зміни тенденцій розвитку складових зовнішнього макросередовища: політико-правової, соціально-демографічної, природно-екологічної, техніко-технологічної тощо
1.2. Стан інноваційної культури суб'єктів інноваційного процесу на цільових ринках (фактичних чи перспективних)	Характер інноваційної поведінки суспільства з позицій створення, сприйняття, використання (споживання) інновацій. Ставлення до інноваторів, їх позиції у суспільстві
1.3. Тенденції розвитку науки і техніки у галузі підприємства	Перспективи розвитку галузі підприємства: зростання, зрілість, спад (згортання), радикальна трансформація. Зміни характеру взаємовідносин з економічними контрагентами і контактними аудиторіями
1.4. Проблеми споживачів продукції галузі підприємства	Затребуваність техніки і технологій, які можуть вирішити проблеми споживачів галузі підприємства чи суміжних галузей
2. Внутрішні фактори	
2.1. Стан складових потенціалу інноваційного розвитку підприємства	Можливість реалізувати нові ринкові можливості і протидіяти існуючим і новим ринковим загрозам
2.2. Стан інноваційної культури підприємства	Готовність створювати, впроваджувати і сприймати інновації

1.2. Попередня оцінка можливостей аналізованого промислового підприємства здійснювати інноваційну діяльність у руслі обраного напрямку інноваційного розвитку виходячи зі стану його інноваційної культури. Паралельно пропонується провести попередню оцінку можливості сприйняття суб'єктами інноваційного процесу на цільових ринках (насамперед споживачами) інноваційних розробок, що відповідають за ступенем їх радикалізації обраному напрямку інноваційного розвитку. Інноваційна культура у даному контексті розглядається як механізм соціокультурного регулювання інноваційного поведінки, відповідно: суб'єктів інноваційного процесу (для цільового ринку у цілому); персоналу підприємства-інноватора (для аналізованого підприємства) [14]. Порівнянням (за методикою [13]) рівня розвитку інноваційної культури підприємства-інноватора (фактори 2.1 табл. 1) і інноваційної культури суб'єктів інноваційного процесу (фактори 1.3 табл. 1) на цільовому ринку оцінюють шанси на успіх створення і комерціалізації інновацій різного рівня радикалізації. Такий підхід дозволяє «відсікти» варіанти з незначними шансами на ринковий успіх і зосередити зусилля на найбільш перспективних.

За результатами аналізу приймають уточнюючі рішення щодо доцільності вибору певного типу інноваційного розвитку. Результати аналізу також можуть служити підставою для рішень щодо розвитку інноваційної культури підприємства-інноватора, а також розробки заходів щодо формування первинного попиту на інноваційні розробки та стимулювання суб'єктів інноваційного процесу.

2. Визначення змісту заходів продуктової інноваційної політики промислового підприємства. У загальному випадку продуктова (товарна) інноваційна політика передбачає заходи щодо модифікації номенклатури продукції, окремих продуктових ліній, окремих продуктів. Даний етап передбачає поглиблений

аналіз за методикою [14] рівня кожної зі складових підсистем інноваційної культури промислового підприємства інноватора: інтелектуально-креативної; мотиваційної; організаційної. Його результати використовуються при виборі варіанту заходів продуктової інноваційної політики (табл. 2). При цьому враховується ступінь новизни (радикалізації, див. вище п. 1.2) створених інновацій і оцінка рівня складових підсистем інноваційної культури аналізованого підприємства-інноватора.

Таблиця 2

Схема вибору варіанту продуктової інноваційної політики ([13], доповнено і модифіковано)

Новизна для товаровиробника	висока	<i>Ic, Mc, Ov</i> Нова продуктова лінія (розвиток на рівні лідера)	<i>2. Iv, Mc, Ov</i> Нова продуктова лінія (розвиток на рівні лідера)	<i>3. Iv, Mv, Ov</i> Радикальні інновації (випереджальний розвиток)
	середня	<i>4. Ic, Mn, Oc</i> Модифікації відомих продуктів (наздоганяючий розвиток)	<i>5. Ic, Mc, Oc</i> Витягування продуктової лінії (наздоганяючий розвиток)	<i>6. Iv, Mv, Oc</i> Нова продуктова лінія (розвиток на рівні лідера)
	низька	<i>7. In, Mn, On</i> Спрощені продукти (наздоганяючий розвиток)	<i>8. Ic, Mc, On</i> Модифікації відомих продуктів (наздоганяючий розвиток)	<i>9. Iv, Mv, Oc</i> Репозиційовані продукти (наздоганяючий розвиток)
		низька	середній	висока
Новизна для ринку				

Позначення в табл. 2: *I, M, O* – складові інноваційної культури підприємства; індекси *v, c, n* – відповідно, високий, середній і низький рівні складових.

3. Паралельно з етапами 1, 2 запропоновано вести аналіз проблем споживачів (фактори 1.4, табл. 1) галузі підприємства (суміжних галузей), які не можна розв'язати за допомогою традиційних продуктів і технологій. Пошук шляхів вирішення цих проблем є одним з основних факторів мотивації поведінки споживачів [4]. Ідентифікація і аналіз зазначених проблем споживачів (існуючих, латентних чи очікуваних) стосовно конкретних ситуацій є підставою для розроблення і впровадження інноваційних розробок (продуктів чи технологій).

4. Завершальним етапом робіт аналітичного плану є оцінка за методикою [12] потенціалу інноваційного розвитку підприємства-інноватора (фактори 2.1, табл. 1). Зокрема, рівня готовності його потенціалів-підсистем і їх складових: ринкового потенціалу (маркетингова складова); інноваційного (інтелектуальні, інформаційна, інтерфейсна, науково-дослідна складові); виробничо-збутового (фінансова, кадрова, техніко-технологічна, маркетингова, організаційно-управлінська складові). Оцінюють спроможність промислового підприємства виготовити і просувати на ринку інноваційні продукти, які спроможні вирішити проблеми споживачів.

Узагальнюючи викладене розроблена принципова схема аналітичного забезпечення системи планування продуктової інноваційної політики промислового підприємства в умовах трансформації технологічних укладів (рис. 1).

Етапи аналітичного забезпечення показано на схемі курсивом. Пунктирними стрілками показані зворотні зв'язки, які вказують напрямок повернення до попередніх робіт і коригування (за необхідності): а) розвитку інноваційної культури підприємства; б) напрямів його інноваційного розвитку; в) ідей і задумів інноваційних продуктів; г) складових підсистем і елементів потенціалу інноваційного розвитку підприємства.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Розроблено підхід до аналітичного забезпечення системи планування продуктової інноваційної політики промислового підприємства в перманентно мінливих умовах зовнішнього середовища, спричинених процесами трансформації технологічних укладів. На відміну від існуючих підходів він передбачає аналіз тенденцій розвитку світової і галузевої науки і техніки, результати яких можуть бути використані у виробничо-збутовій діяльності підприємства, зокрема у формуванні портфелю продуктивних інновацій як засобу адаптації до змін умов зовнішнього мікро- і макросередовища. В ідеалі – програмування змін (тенденцій розвитку) галузі підприємства чи суміжних галузей на основі створення і впровадження радикальних інновацій.

Практичне застосування розробленого підходу дозволить цілеспрямовано і обґрунтовано планувати продуктової інноваційну політику як основу інноваційного розвитку промислового підприємства в процесі трансформації технологічних укладів і розгортання 4-ї промислової революції. Отримані наукові результати поглиблюють методологічні засади інноваційного менеджменту промислових підприємств в частині аналітичного забезпечення їх продуктової інноваційної політики.

Подальші дослідження повинні бути спрямованими на розроблення і практичну апробацію методичного забезпечення організаційно-економічного механізму управління аналітичним забезпеченням планування продуктової інноваційної політики промислового підприємства в умовах трансформації технологічних укладів.

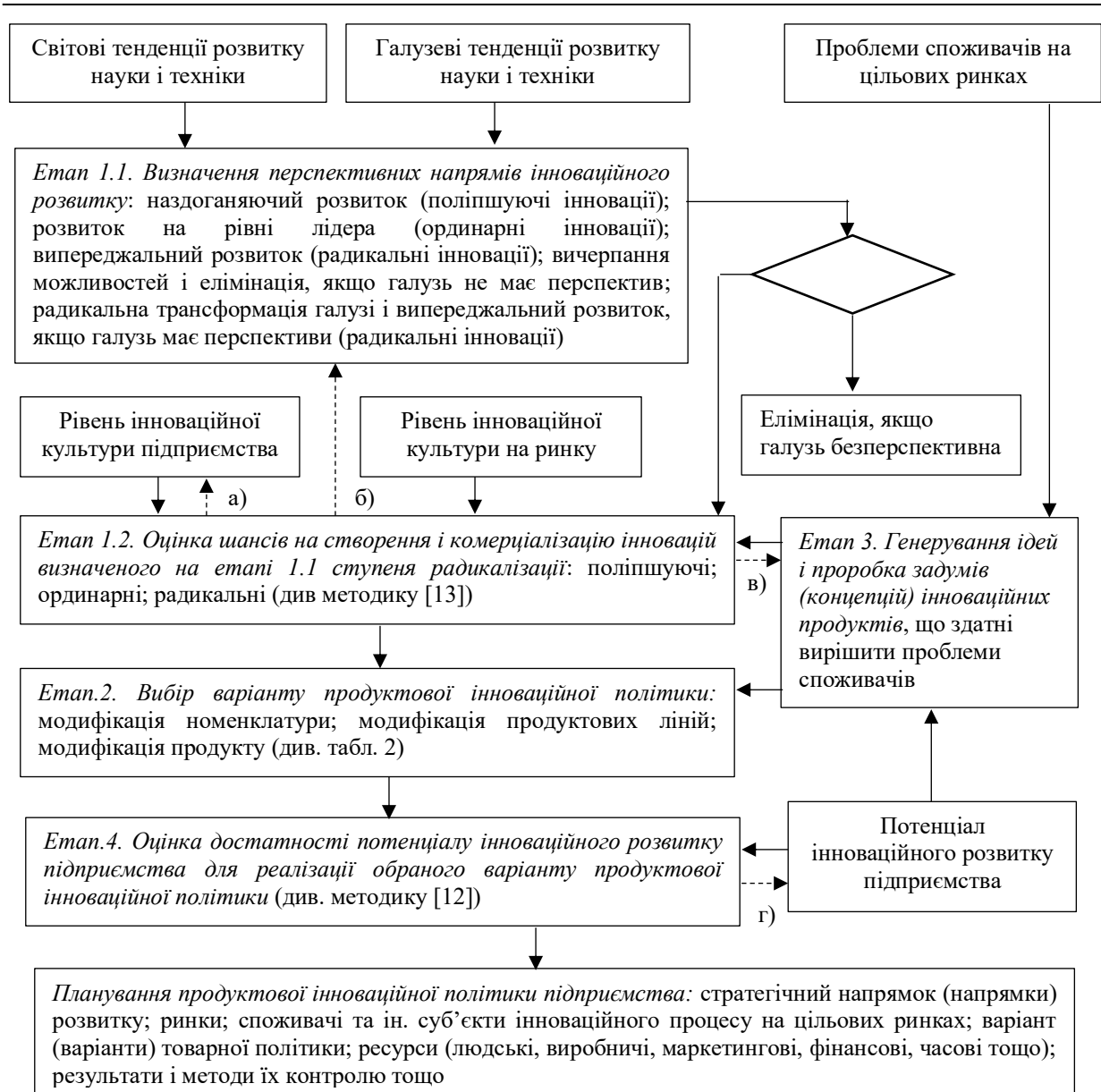


Рис. 1. Узагальнена схема аналітичного забезпечення системи планування продуктової інноваційної політики промислового підприємства

Література

1. Державська А.В. Аналіз сутності товарної стратегії підприємства / А.В. Державська, П.В. Круш // Бізнес навігатор. – 2018. – Випуск 6 (49). – С. 83–86.
2. Ілляшенко Н.С. Методичні засади вибору стратегій випереджаючого інноваційного розвитку промислового підприємства / Н.С. Ілляшенко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – 2019. – Випуск 33. – С. 108–112.
3. Ілляшенко Н.С. Управління випереджаючим інноваційним розвитком промислових підприємств : монографія / Н.С. Ілляшенко. – Суми : Триторія, 2019. – 504 с.
4. Ілляшенко С.М. Маркетинг знань в управлінні стратегіями інноваційного розвитку промислового підприємства / С.М. Ілляшенко, Н.С. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна // Сучасний маркетинг: тренди, інновації, інструменти : монографія / [Ромат Є. В., Бабаченко Л. В., Багорка М. О., Білоткач І. А. та ін.] ; за заг. ред. Є. В. Ромата та С. Ф. Смерічевського. – Київ : Студцентр, 2021. – С. 120–137.
5. Касич А.О. Асортиментна політика підприємства: мета, завдання, моделі [Електронний ресурс] / А.О. Касич, К.О. Марченко // Ефективна економіка. – 2018. – № 6. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6387>
6. Козубенко Л.Д. Зарубіжний досвід здійснення товарної інноваційної політики та можливості його застосування в Україні / Л.Д. Козубенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 9. – С. 139–141.
7. Кричківська Т.О. Особливості вибору методів аналізу асортиментної політики / Т.О. Кричківська // Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології. – Вінниця : Центр підготовки наукових та навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2019. – Ч. 2. – С. 61–66.

8. Кузьмін О.Є. Завдання та інструменти товарно-технологічної диверсифікації виробництва / О.Є. Кузьмін, Р.В. Фещур, О.С. Скибінський, Х.В. Дрималовська // Проблеми економіки. – 2015. – № 3. – С. 121–129.
9. Мартиненко А.В. Формування маркетингових стратегій для інноваційних товарів на окремих стадіях їх життєвого циклу / А.В. Мартиненко, П.Г. Перерва // Маркетинг і цифрові технології. – 2021. – № 1. – С. 6–16.
10. Соковніна Д.М. Адаптивна маркетингова стратегія підприємства: методика формування та реалізація / Д.М. Соковніна // Економіка та держава. – 2020. – № 10. – С. 90–92.
11. Шваб К. Четвертая промышленная революция / Шваб К. ; пер. с англ. – М. : Эксмо, 2016. – 208 с.
12. Шипуліна Ю.С. Показники, критерії і методика діагностики інноваційного потенціалу промислового підприємства / Ю.С. Шипуліна // Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку : монографія / за заг. ред. С.М. Ілляшенка. – Суми : ВТД "Університетська книга", 2006. – С. 321–349.
13. Шипуліна Ю.С. Управління інноваційним розвитком підприємства на основі його інноваційної культури / Ю.С. Шипуліна, Н.С. Ілляшенко, С.М. Ілляшенко // Інституціональна модель інноваційної економіки : колективна монографія / за ред. Ілляшенка В.І., Прокопенко О.В., Омеляненко В.А. – НАН України, Ін-т економіки пром-сті, 2019. – С. 97–113.
14. Шипуліна Ю.С. Управління формуванням інноваційної культури промислових підприємств : монографія. – Суми : ТОВ «Триторія», 2017. – 432 с.
15. Шовкун Л.В. Сутність товарного асортименту та основні принципи його формування / Л.В. Шовкун, В.О. Салогуб, А.О. Гарькун // Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія „Економічні науки”. – 2017 – № 3. – С. 166–173.

References

1. Derzhavska A.V. Analiz sutnosti tovarnoi stratehii pidpriemstva / A.V. Derzhavska, P.V. Krush // Biznes navigator. – 2018. – Vypusk 6 (49). – S. 83–86.
2. Illiashenko N.S. Metodichni zasady vyboru stratehii vperedzhaiuchoho innovatsiinoho rozvytku promysloвого pidpriemstva / N.S. Illiashenko // Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu. Serii «Ekonomiczni nauky». – 2019. – Vypusk 33. – S. 108–112.
3. Illiashenko N.S. Upravlinnia vperedzhaiuchym innovatsiinym rozvytkom promyslovykh pidpriemstv : monohrafiia / N.S. Illiashenko. – Sumy : Trytoriia, 2019. – 504 s.
4. Illiashenko S.M. Marketynh znan v upravlinni stratehiiami innovatsiinoho rozvytku promysloвого pidpriemstva / S.M. Illiashenko, N.S. Illiashenko, Yu.S. Shypulina // Suchasnyi marketynh: trendy, innovatsii, instrumenty : monohrafiia / [Romat Ye. V., Babachenko L. V., Bahorka M. O., Bilotkach I. A. ta in.]; za zah. red. Ye. V. Romata ta S. F. Smerichevskoho. – Kyiv : Studtsentr, 2021. – S. 120–137.
5. Kasych A.O. Asortymentna polityka pidpriemstva: meta, zavdannia, modeli [Elektronnyi resurs] / A.O. Kasych, K.O. Marchenko // Efektyvna ekonomika. – 2018. – № 6. – Rezhym dostupu : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6387>
6. Kozubenko L.D. Zarubizhnyi dosvid zdiisnennia tovarnoi innovatsiinnoi polityky ta mozhlyvosti yoho zastosuvannia v Ukraini / L.D. Kozubenko // Investytsii: praktyka ta dosvid. – 2013. – № 9. – S. 139–141.
7. Krychkovska T.O. Osoblyvosti vyboru metodiv analizu asortymentnoi polityky / T.O. Krychkovska // Menedzhment KhKhI stolittia: suchasni modeli, stratehii, tekhnologii. – Vinnytsia : Tsentр pidhotovky naukovykh ta navchalno-metodychnykh vydan VTEI KNTEU, 2019. – Ch. 2. – S. 61–66.
8. Kuzmin O.Ie. Zavdannia ta instrumenty tovarno-tekhnologichnoi dyversyfikatsii vyrobnytstva / O.Ie. Kuzmin, R.V. Feshchur, O.S. Skybinskyi, Kh.V. Drymalovska // Problemy ekonomiky. – 2015. – № 3. – S. 121–129.
9. Martynenko A.V. Formuvannia marketynhovykh stratehii dlia innovatsiinnykh tovariv na okremykh stadiiakh yikh zhyttievoho tsykladu / A.V. Martynenko, P.H. Pererva // Marketynh i tsyfrovi tekhnologii. – 2021. – № 1. – S. 6–16.
10. Sokovnina D.M. Adaptivna marketynhova stratehiia pidpriemstva: metodyka formuvannia ta realizatsiia / D.M. Sokovkina // Ekonomika ta derzhava. – 2020. – № 10. – S. 90–92.
11. Shvab K. Chetvertaia promyshlennaia revoliutsiia / Shvab K. ; per. s anhl. – M. : Eksmo, 2016. – 208 s.
12. Shypulina Yu.S. Pokaznyky, kryterii i metodyka diahnozyky innovatsiinoho potentsialu promysloвого pidpriemstva / Yu.S. Shypulina // Marketynh i menedzhment innovatsiinoho rozvytku : monohrafiia / za zah. red. S.M. Illiashenka. – Sumy : VTD "Universytetska knyha", 2006. – S. 321–349.
13. Shypulina Yu.S. Upravlinnia innovatsiinym rozvytkom pidpriemstva na osnovi yoho innovatsiinnoi kultury / Yu.S. Shypulina, N.S. Illiashenko, S.M. Illiashenko // Instytutsionalna model innovatsiinnoi ekonomiky : kolektyvna monohrafiia / za red. Liashenka V.I., Prokopenko O.V., Omelianenka V.A. – NAN Ukrainy, In-t ekonomiky prom-sti, 2019. – S. 97–113.
14. Shypulina Yu.S. Upravlinnia formuvanniam innovatsiinnoi kultury promyslovykh pidpriemstv : monohrafiia. – Sumy : TOV «Trytoriia», 2017. – 432 s.
15. Shovkun L.V. Sutnist tovarnogo asortymentu ta osnovni pryntsypy yoho formuvannia / L.V. Shovkun, V.O. Salohub, A.O. Harkun // Visnyk KhNAU im. V.V. Dokuchaieva. Serii „Ekonomiczni nauky”. – 2017 – № 3. – S. 166–173.

Надійшла / Paper received : 16.08.2021

Надрукована/Printed : 04.10.2021