

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
на засіданні кафедри  
маркетингу  
Протокол № 1 від 30.08.2023 р.

**ПОГОДЖЕНО**

Проректор з навчально-методичної роботи



Каріна НЕМАШКАЛО

**ТОВАРНА ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА**  
робоча програма навчальної дисципліни (РПНД)

Галузь знань 05 "Управління та адміністрування"  
Спеціальність 075 "Маркетинг"  
Освітній рівень другий (магістерський)  
Освітня програма "Маркетинг"

Статус дисципліни обов'язкова  
Мова викладання, навчання та оцінювання українська

Розробник:  
к.е.н., професор

Геннадій ХОЛОДНИЙ

Завідувач кафедри  
маркетингу

Людмила ГРИНЕВИЧ

Гарант програми

Марина УС

Харків  
2023

## ВСТУП

Сучасна концепція інноваційного маркетингу потребує здійснення підприємством постійних наукових досліджень і підвищення ефективності інноваційної діяльності. Гармонізація взаємодії цих елементів дає змогу суттєво зменшити економічні ризики, пов'язані з впровадженням нового товару на ринок. Комерційний успіх інноваційного продукту, відповідність його корисних властивостей вимогам цільового сегменту ринку багато в чому залежить від участі фахівців з маркетингу в пошуку, оцінюванні та реалізації ідей нових товарів. Зрозуміло, що така участь має базуватися на сучасному аналітико-методичному апараті, новому розумінні значення маркетингових досліджень у підвищенні ефективності інновацій. Працівники маркетингових служб повинні володіти навичками функціонально-економічного обґрунтування інноваційного продукту, умінням давати кваліфіковані рекомендації щодо дизайну та стилю нового товару, використовувати сучасні методи та прийоми генерування ідей.

Мета навчальної дисципліни – формування системи компетентностей щодо обґрунтування маркетингових рішень в процесі стратегічного планування інноваційного процесу для створення комерційно вигідних нових товарів.

Завданнями навчальної дисципліни є:

- формування вмінь використовувати теоретичний та методичний інструментарій щодо обґрунтування стратегії розвитку товарної інноваційної політики підприємства;
- засвоєння основних методів і засобів генерування ідей продуктових інновацій, прийомів оцінювання та відбору перспективних ідей нових товарів;
- приймання управлінських рішень на основі розрахунку ефективності інноваційної політики та проекту створення товарної інновації.

Об'єктом вивчення дисципліни є процес управління товарною інноваційною політикою з метою створення комерційно вигідних нових товарів.

Предметом навчальної дисципліни є принципи, методи і процеси формування товарної інноваційної політики.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна визначено в табл. 1.

Таблиця 1

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

Результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти
ПРН 4	ЗК 2
ПРН 6	СК10
ПРН 7	ЗК 2, СК 4
ПРН 12	ЗК 1, СК 5
ПРН 16	ЗК2, ЗК 4, ЗК 7, СК 10

де, ЗК 1. Здатність прийняття обґрунтованого рішення.

ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК 4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК 7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

СК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

СК10. Здатність застосовувати сучасні маркетингові технології та інструменти для ухвалення маркетингових рішень і набуття креативних навичок розробки інноваційних продуктів.

ПРН. 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

ПРН 16. Вміти застосовувати сучасні маркетингові технології та інструменти для ухвалення маркетингових рішень і набуті креативні навички для розробки інноваційних продуктів.

## **ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

### **Зміст навчальної дисципліни**

**Змістовий модуль 1. Маркетингове розуміння нового товару. Теоретичні поняття й зміст товарної інноваційної політики підприємств.**

**Тема 1. Основи товарної інноваційної політики.**

**1.1. Сутність, зміст і роль товарної інноваційної політики підприємства.**

Завдання товарної інноваційної політики підприємства в сучасній економіці. Завдання і принципи планування товарної інноваційної політики в умовах трансформації взаємовідносин і взаємодій товарного виробництва й ринку.

**1.2. Інновація як об'єкт товарної інноваційної політики.**

Поняття інновації. Класифікація інновацій. Життєвий цикл інновацій. Значення продуктових та технологічних інновацій у маркетинговій діяльності.

**1.3. Стратегії розвитку товарної інноваційної політики.**

Головні чинники, що визначають вибір стратегій розвитку товарної інноваційної політики. Види стратегій розвитку товарної інноваційної політики та напрями їх реалізації. Диверсифікація товарної політики, її класифікаційні ознаки та критерії ефективності.

## **Тема 2. Новий товар в концепції маркетингу.**

### **2.1. Економічна сутність та маркетингове розуміння нового товару.**

Основні підходи до визначення поняття "новий товар". Економічна та маркетингова сутність нового товару. Визначення та характеристика нового товару з погляду сучасної концепції маркетингу.

### **2.2. Головні ринкові характеристики та вимоги до нового товару.**

Ринкові характеристики нового товару. Якість нового товару. Показники якості інноваційної продукції. Ринкове розуміння якісної та високоякісної продукції. Оцінка рівня якості виготовлення та експлуатації нового товару. Зміст і складові системного управління якістю нових товарів.

### **2.3. Критерії систематизації та групування нових товарів.**

Основні класифікаційні ознаки нового товару. Різновиди нових товарів. Значення розробки нової продукції для товарної політики підприємств.

## **Тема 3. Комплексне забезпечення реалізації товарної інноваційної політики.**

### **3.1. Нормативно-законодавче забезпечення товарної інноваційної політики.**

Сутність механізму нормативно-законодавчого забезпечення товарної інноваційної політики та особливості його застосування. Основні нормативно-правові документи, які регулюють інноваційну діяльність в Україні.

### **3.2. Інформаційне та організаційне забезпечення інноваційного процесу.**

Складові сучасного інформаційного забезпечення створення наукомісткої та високотехнологічної продукції. Досвід інформаційного забезпечення нової продукції в розвинутих країнах. Сучасні організаційні форми інноваційної діяльності. Організаційні структури управління інноваційною діяльністю.

### **3.3. Маркетингове забезпечення товарної інноваційної політики підприємства.**

Роль маркетингової служби в реалізації товарної інноваційної політики. Маркетингове дослідження факторів, що стимулюють процес розробки нового товару. Маркетинговий аналіз факторів конкурентоспроможності нового товару. Зміст і складові маркетингової підтримки та забезпечення реалізації нових товарів.

**Змістовий модуль 2. Практичні основи процесу розробки й обґрунтування інноваційного продукту в системі товарної інноваційної політики.**

## **Тема 4. Планування та організація процесу створення нового товару.**

### **4.1. Планування процесу створення нового товару.**

Основні завдання та етапи планування процесу створення нового товару. Генерування (розробка) ідеї. Проектування товару. Випробування дослідних зразків і доопрацювання виробів. Розроблення концепції нових товарів.

### **4.2. Аналіз комерційних перспектив та економічної доцільності випуску нової продукції.**

Оцінювання та відбір перспективних ідей нових товарів. Головні критерії привабливості нового товару. Попередній аналіз можливостей виробництва та збуту. Основні методи аналізу комерційних перспектив випуску нової продукції.

### **4.3. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту.**

Значення та завдання функціонально-вартісного аналізу. Принцип функціонального підходу у вартісному аналізі. Головна мета функціонально-вартісного аналізу. Етапи функціонально-вартісного аналізу. Процедури розрахунків та прийняття рішень при здійсненні функціонально-вартісного аналізу.

### **4.4. Розвиток виробництва та збуту нових товарів.**

Роль гнучких виробничих систем у виробництві конкурентоспроможних товарів. Розподіл взаємодії між маркетинговою службою та функціональними підрозділами підприємства на окремих етапах створення інноваційного товару.

## **Тема 5. Сучасні методи і засоби генерування ідей продуктових інновацій.**

### **5.1. Основні принципи творчої діяльності в процесі створення інноваційного товару.**

Етапи творчої діяльності, їх інформаційне, методичне та технічне забезпечення. Джерела ідей створення нових товарів. Програмні продукти, які використовуються для активізації творчих процесів для розробки нового товару.

### **5.2. Класифікація методів та способів вирішення інноваційних задач.**

Методи прогностики. Фактографічні методи. Статистичні методи. Експертні методи. Індивідуальні експертні оцінки. Колективні експертні оцінки. "Дельфійський" метод.

### **5.3. Евристичні (логічні) методи генерування ідей нового товару.**

Сутність евристичних (логічних) методів генерування ідей. Метод генерування з допомогою діаграми ідей. Метод генерування з допомогою матриці ідей. Метод мозкового штурму. Методи аналогії: репродукції; пристосування; копіювання; прецеденту; конструктивної подібності; реінтеграції; псевдоморфізації; біомеханіки; біоархітектури; палеобіоніки. Методи альтернативного пошуку. Методи інверсії.

### **5.4. Технічне забезпечення проектування та освоєння виробництва нового товару.**

Системи автоматизованого проектування продукції. Досвід інформаційного забезпечення та автоматизованого проектування нової продукції в розвинутих країнах. Сучасні програмно-технічні комплекси і системи автоматизованого проектування.

### **Тема 6. Дизайн нового товару.**

#### **6.1. Дизайн нового товару, його об'єкти та програми.**

Поняття і роль дизайну при розробці нового товару. Об'єкти та програми дизайну нового товару. Зовнішнє оформлення нового товару.

#### **6.2. Технічна естетика та ергономіка, їх роль у підвищенні конкурентоспроможності нового товару.**

Сутність і роль технічної естетики та ергономіки у підвищенні конкурентоспроможності нового товару. Умови забезпечення естетичності виробу. Художня виразність. Раціональність форми. Цілісність композиції. Досконалість виробничого виконання.

#### **6.3. Ергономічні вимоги до нового товару.**

Фізіологічні показники. Психологічні вимоги. Антропометричні показники. Біомеханічні вимоги. Основні види та особливості художньо-конструкторських документів.

### **Тема 7. Оцінка ефективності товарної інноваційної політики.**

#### **7.1. Поняття та принципи розрахунку ефективності процесу розробки, створення та освоєння виробництва нового товару.**

Економічна сутність категорій "ефект" та "ефективність". Актуальність визначення ефекту та ефективності процесу розробки, створення та освоєння виробництва нового товару. Принципи оцінки та види ефективності товарної інноваційної політики. Види ефекту від реалізації інновацій: науково-технічний, економічний, ресурсний, екологічний. Ефективність соціальних результатів інноваційного проекту.

#### **7.2. Алгоритм та методи оцінки економічної ефективності проекту створення нового товару.**

Алгоритм розрахунку ефективності процесу розробки, створення та освоєння виробництва нового товару. Основні методи оцінки ефективності проекту створення нового товару. Особливості застосування різних методів оцінки ефективності проекту створення нового товару. Обґрунтування вибору методу оцінки ефективності.

#### **7.3. Програмно-інформаційні продукти, які використовуються для оцінки ефективності товарної інноваційної політики.**

Найбільш розповсюджені види програмно-інформаційних продуктів, які використовуються для оцінки економічної ефективності.

Перелік практичних (семінарських) завдань за навчальною дисципліною наведено в табл. 2.

**Перелік практичних (семінарських) занять / завдань**

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1. Завдання 1.	Сутність, зміст, завдання і роль товарної інноваційної політики підприємства в сучасній економіці.
Тема 2. Завдання 2.	Засвоєння методів розрахунку показників якості продуктових інновацій та оцінки технічного рівня якості виготовлення та експлуатації нової продукції.
Тема 3. Завдання 3.	Складові маркетингового підкріплення інноваційного продукту та засвоєння методики аналізу факторів конкурентоспроможності нового товару.
Тема 4. Завдання 4.	Засвоєння методів аналізу економічної доцільності та комерційних перспектив випуску нової продукції. Здійснення процедури розрахунків та прийняття рішень за методом ФСА в процесі розробки та створення нового товару.
Тема 5. Завдання 5.	Використання сучасних методів й засобів генерування ідей продуктових інновацій, алгоритму їх практичного застосування.
Тема 6. Завдання 6.	Аналіз особливостей дизайн-проектування, естетичності і ергономіки нового товару. Розробка дизайну упаковки нового товару.
Тема 7. Завдання 7.	Оцінка ефективності проекту розробки і впровадження на ринок нового товару.

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною наведено в табл. 3

**Перелік самостійної роботи**

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1 - 7	Вивчення лекційного матеріалу та нормативно-правової бази України
Тема 1 - 7	Підготовка до практичних занять
Тема 2 - 5, 7	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань
Тема 1	Написання есе
Тема 6	Підготовка презентації
Тема 1 - 7	Підготовка до екзамену

Кількість годин лекційних, практичних (семінарських) занять та годин самостійної роботи наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

## МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для набуття визначених результатів навчання, активізації освітнього процесу передбачено застосування таких методів навчання, як:

Словесні (лекція (Тема 3, 4, 5, 6), проблемна лекція (Тема 1, 2, 7), лекція із застосуванням ігрових методів (Тема 5), лекція- візуалізація (Тема 6)).

Наочні (демонстрація (Тема 1-7)).

Практичні (практична робота (Тема 1 – 7), есе (Тема 1), презентація (Тема 6), кейс-метод (Тема 5, 6)).

## ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

**Поточний контроль** здійснюється під час проведення лекційних, практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів:

для дисциплін з формою семестрового контролю екзамен (іспит): максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє здобувачу вищої освіти скласти екзамен (іспит) – 35 балів.

**Підсумковий контроль** включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

**Семестровий контроль** проводиться у формах семестрового екзамену (іспиту). Складання семестрового екзамену (іспиту) здійснюється під час екзаменаційної сесії.

Максимальна сума балів, яку може отримати здобувач вищої освіти під час екзамену (іспиту) – 40 балів. Мінімальна сума, за якою екзамен (іспит) вважається складеним – 25 балів.

**Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною** визначається сумуванням балів за поточний та підсумковий контроль.

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи:

Поточний контроль: Індивідуальні навчально-дослідні завдання (30 балів), презентація (5 балів), колоквіум (20 балів), есе (5 балів).

Семестровий контроль: Екзамен (40 балів)

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Приклад екзаменаційного білета та критерії оцінювання для навчальної дисципліни.



## Приклад екзаменаційного білета

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця  
Другий (магістерський) рівень вищої освіти  
Спеціальність «Маркетинг»  
Освітньо-професійна програма «Маркетинг».  
Семестр I  
Навчальна дисципліна "Товарна інноваційна політика"

### ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1

#### **Завдання 1 (стереотипне). (10 балів)**

Поняття інновації як об'єкту товарної інноваційної політики. Наведіть найбільш поширені види інновацій, дайте їх стисло характеристику.

#### **Завдання 2 (діагностичне). (15 балів)**

Вітчизняними науковцями НАН України було розроблено інноваційний пристрій „ТРЕНАР”. Інноваційний пристрій „ТРЕНАР” реалізує оригінальну технологію створення електронного образу руху та наступного програмування відповідної послідовності електростимулюючих імпульсів. Інноваційний пристрій призначений для відновлення рухових функцій, порушених в наслідок важких захворювань нервово-м'язової системи (інсульт, неврит лицевого нерва, дитячий церебральний параліч, тощо), травм, а також для нарощування сили, витривалості м'язів спортсменів, тренування рухів і м'язів, підтримки тонусу, особливо в умовах дефіциту навантажень шляхом програмної електростимуляції уражених м'язів.

Проведені попередні клінічні випробування. Виготовлена установочна партія і розроблена конструкторсько-технологічна документація. Пристрій готовий до серійного промислового виробництва. В порівнянні з зарубіжними аналогами має значно ширшу гаму функцій та значно меншу вартість (6-7 разів). Необхідно провести оцінку комерційних перспектив товарної інновації — мікроелектронного пристрою „ТРЕНАР” та визначити ступінь новизни інноваційного продукту з використанням таблично-критеріальних методів.

#### **Завдання 3 (евристичне). (15 балів)**

Компанія Volvo презентувала складну станцію сонячної підзарядки для електромобіля. Станція підзарядки зроблена з щільного поліетилену з вбудованими фотогальванічними панелями на гнучкому вуглецевому каркасі, який дозволяє легко скласти її. Необхідно представити перелік послуг (так звані «додані послуги»), що створюють додаткову цінність нового товару і дозволяють диференціювати товарну інновацію щодо конкурентів. Яку стратегію розвитку товарної політики обрала компанія Volvo представивши складну станцію підзарядки ?

Необхідно придумати оригінальну назву складної станції підзарядки, використовуючи метод побудови Асоціативної карти або «Мапи думок».

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу протокол № \_\_\_\_ від  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

Екзаменатор

к.е.н., проф. Холодний Г.О.

Зав. кафедрою

д.е.н., проф. Гриневич Л.В.

### Критерії оцінювання

**Підсумкові бали за екзамен** складаються із суми балів за виконання всіх завдань, що округлені до цілого числа за правилами математики.

Алгоритм вирішення кожного завдання включає окремі етапи, які відрізняються за складністю, трудомісткістю та значенням для розв'язання завдання. Тому окремі завдання та етапи їх розв'язання оцінюються відокремлено один від одного таким чином:

Таблиця 4

Критерії оцінювання екзаменаційних завдань

№ завдання	Бал	Критерії оцінювання
1	2	3
Теоретичне завдання	7-8	Допущені помилки в визначенні категорій, термінів, понять. Не наведені характеристики категорій, відсутнє структуроване узагальнення і обґрунтування теоретичного аналізу
	9	Відповідь містить визначення категорій, термінів, понять. Наведені характеристики категорій, але відсутнє структуроване узагальнення і обґрунтування теоретичного аналізу
	10	Завдання виконано повністю, без помилок з визначенням категорій, термінів, понять. Наведені характеристики категорій. Висновки обґрунтовані, відповідають суті теоретичного завдання.
Діагностичне завдання	8-9	Допущені помилки в розрахунках, наведена невірна трактовка показників, відсутні висновки
	10-11	Завдання виконано неповністю, не вказано одиниці вимірювання, невірна трактовка аналітичних даних, методичного інструментарію. невірні висновки
	12-13	Завдання повністю виконано, без помилок з позначенням одиниць вимірювання. Має місце невірна трактовка аналітичних даних, методичного інструментарію. Висновки не достатньо обґрунтовані
	14-15	Завдання виконано повністю, без помилок з позначенням одиниць вимірювання. Висновки обґрунтовані, відповідають суті завдання.
Евристичне завдання	10	Завдання частково виконано, наведені вірні формули, але допущені помилки в розрахунках, не вказані одиниці вимірювання, відсутні висновки та обґрунтований аналіз отриманих результатів
	11	Завдання виконано, наведені вірні формули, поняття і категорії, розрахунки вірні, але не вказані одиниці вимірювання, дані невірні висновки, відсутній обґрунтований аналіз отриманих результатів
	12-13	Завдання виконано, наведені вірні формули поняття і категорії, але недостатньо розкрита сутність їх складових, висновки

		недостатньо обґрунтовані
	14	Завдання виконано, наведені вірні рішення проблемної ситуації, розкрита сутність їх складових, представлені вірні трактування понять і категорій, але висновки недостатньо обґрунтовані
	15	Завдання виконано, всі умови відповідають вимогам, є обґрунтований висновок щодо впровадження запропонованих рекомендацій відносно розвитку наведеної в умовах завдання маркетингової ситуації

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна

1. Ілляшенко С. М. Інновації в товарній інноваційній політиці підприємства: особливості вибору і реалізації / С. М. Ілляшенко, М. П. Рудь // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. : Економіка і менеджмент : зб. наук. пр. / гол. ред. Т. В. Деркач. – Херсон : Гельветика, 2020. – Вип. 41. – С. 19–25.
2. Товарна інноваційна політика підприємства: навч. посібник / Сагайдак Ю. А., Скопенко Н. С., Петухова О. М., Харченко Т. Б. – К.: ФОП Ямчинський О.В, 2022. – 193 с.
3. Холодний Г.О. Інтегровані дизайн рішення в сучасному механізмі товарної інноваційної політики / Г.О. Холодний // Бізнес Інформ. – 2023. – №7 – С. 66–73.

### Додаткова

4. Аналітичне забезпечення планування товарної інноваційної політики промислового підприємства в умовах трансформації технологічних укладів / С. М. Ілляшенко, Ю. С. Шипуліна, Н. С. Ілляшенко // Вісник Хмельницького національного університету. Серія Економіка. – 2021. – № 5. – Том 1. – С. 199-204.
5. Бестужева С. В. Умови функціонування національних інноваційних систем країн ЄС: досвід для України / С. В. Бестужева, В. О. Козуб // Зб. наук. праць за матеріалами II міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 10 квіт. 2020 р. «Управління проектами, ефективне використання результатів наукових досліджень та об'єктів інтелектуальної власності». – Дніпро : Східноукр. ін-т економіки та управління, 2020. – С. 333-337.
6. Економічне управління інноваціями: монографія / за ред. В. Г. Федоренка. Нац. ун-т буд-ва та архітектури. – К. : ДКС Центр, 2020. – 371 с.
7. Завгородня Т. П. Безпекове стратегування управління інноваційними бізнес- процесами та капіталізацією в агропродовольчій сфері в умовах глобалізації фінансових ринків / Т. П. Завгородня, В. А. Костюк, Г. О. Холодний та ін. // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. – Київ, 2022. – Вип. 3 (250). – С. 116-124.

8. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Філіп Котлер, Хермаван Картаджайа, Айвен Сетіаван. – К. : Видавництво КМ-Букс, 2021. – 224 с.

9. Мережко Н. В., Осієвська В. В., Мотузка Ю. М. Управління якістю : підручник. / Н. В. Мережко, В. В. Осієвська, Ю. М. Мотузка. – К.: Видавництво КНТЕУ, 2021. – 328 с.

10. Ситник Н. І. Дизайн-стратегія як інструмент розроблення нових продуктів / Н. І Ситник, С. А. Пермінова, Ю. П. Воржакова // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2022. – Випуск 45. – С. 42-49.

11. Стратегія інноваційного розвитку України на період до 2030 року / Кабінет Міністрів України, 2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019p#Text>.

12. Холодний Г. О. Інновації в товарній політиці: вплив на маркетингові стратегії та конкурентоспроможність / Г. О. Холодний, Ю. Є. Холодна // Економіка та суспільство. Електронний журнал. – 2023. – № 53. – Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2623>.

### **Інформаційні ресурси**

13. Сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : <http://rada.gov.ua>.

14. Сайт Інтернет Асоціації України (ІнаУ). – Режим доступу : <https://www.inau.ua>.

15. Наукова та науково-технічна діяльність в Україні: Статистичний збірник. – Режим доступу : [www.cisstat.com/innovation](http://www.cisstat.com/innovation).

16. Сайт Персональних навчальних систем ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Навчальна дисципліна «Товарна інноваційна політика». – Режим доступу: <http://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=2045>.