

СПЕЦИФІКА ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЕКТУ ЯК ПЕРЕДУМОВА УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОРТФЕЛЯ НА РИНКАХ ВЕНЧУРНОГО КАПІТАЛУ

©2019 ШЕСТАКОВ Д. Ю.

УДК 336.7
JEL: O32; O33; G24

Шестаков Д. Ю. Специфіка інноваційного проекту як передумова управління ризиками інвестиційного портфеля на ринках венчурного капіталу

Метою статті є висвітлення необхідності глибокого розуміння термінології у сфері реалізації та імплементації інновації для успішного управління фінансовими ризиками та виходу на фінансові ринки, а також для забезпечення сталого інноваційного розвитку національної економіки. На основі аналізу наукової літератури систематизовано різні підходи до визначення терміна «інноваційний проект» і зроблено висновок про існування реальної проблеми неповноти та звужування основних концепцій у сфері інновацій. На основі наявної невизначеності реалізації інновації, а також характеристик кінцевого продукту, було надано найбільш повне та всеохоплююче визначення інноваційного проекту, а також описано ключову різницю між інноваційним проектом і звичайним, традиційним проектом для подальшого якісного управління інвестиційними та фінансовими ризиками проектів, яким притаманний значний розкид майбутніх результатів.

Ключові слова: інновація, інноваційний проект, невизначеність, управління ризиками, венчурне фінансування, портфельні інвестиції.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-4-92-97>

Рис.: 3. **Бібл.:** 13.

Шестаков Дмитро Юрійович – аспірант кафедри фінансів, Національний університет «Києво-Могилянська академія» (вул. Г. Сковороди, 2, Київ, 04655, Україна)

E-mail: dshestakov.ua@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3652-081X>

Researcher ID: <http://www.researcherid.com/D-4794-2019>

УДК 336.7
JEL: O32; O33; G24

Шестаков Д. Ю. Специфика инновационного проекта как предпосылка управления рисками инвестиционного портфеля на рынках венчурного капитала

Целью статьи является освещение необходимости глубокого понимания терминологии в сфере реализации и имплементации инноваций для успешного управления финансовыми рисками и выхода на финансовые рынки, а также для обеспечения устойчивого инновационного развития национальной экономики. На основе анализа научной литературы систематизированы различные подходы к определению термина «инновационный проект» и сделан вывод о существовании реальной проблемы неполноты и сужения основных концепций в области инноваций. На основе имеющейся неопределенности реализации инновации, а также характеристик конечного продукта, было предложено наиболее полное и всеохватывающее определение инновационного проекта, а также описано ключевое различие между инновационным проектом и обычным, традиционным проектом для дальнейшего качественного управления инвестиционными и финансовыми рисками проектов, которым присущ значительный разброс будущих результатов.

Ключевые слова: инновация, инновационный проект, неопределенность, управление рисками, венчурное финансирование, портфельные инвестиции.

Рис.: 3. **Библ.:** 13.

Шестаков Дмитрий Юрьевич – аспирант кафедры финансов, Национальный университет «Києво-Могилянська академія» (ул. Г. Сковороди, 2, Киев, 04655, Украина)

E-mail: dshestakov.ua@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3652-081X>

Researcher ID: <http://www.researcherid.com/D-4794-2019>

UDC 336.7
JEL: O32; O33; G24

Shestakov D. Yu. Specifics of Innovation Project as a Prerequisite for Risks Management of an Investment Portfolio in the Venture Capital Markets

The article is aimed at highlighting the need for a deep understanding of terminology in the sphere of realization and implementation of innovations for successful financial risks management and entry into financial markets, also to ensure sustainable innovation development of the national economy. On the basis of analysis of scientific literature different approaches to definition of the term of «innovation project» are systematized and the conclusion is made about existence of real problem of incompleteness and narrowing of the basic concepts in the sphere of innovations. Based on the existing uncertainty in the implementation of innovation as well as the characteristics of the final product, the most complete and comprehensive definition of innovation project is suggested, the author also presents the key difference between an innovation project and a conventional, traditional project for further quality management of investment and financial risks of projects with such an inherent feature as significant spread of future results.

Keywords: innovation, innovation project, uncertainty, risks management, venture financing, portfolio investments.

Fig.: 3. **Bibl.:** 13.

Shestakov Dmytro Yu. – Postgraduate Student of the Department of Finance, National University of "Kyiv-Mohyla Academy" (2 H. Skovorody Str., Kyiv, 04655, Ukraine)

E-mail: dshestakov.ua@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3652-081X>

Researcher ID: <http://www.researcherid.com/D-4794-2019>

У першій половині ХХ ст. було визнано, що інновація є головною рушійною силою, що стимулює економічну діяльність. Сьогодні неможливо уявити сучасний світ, з одного боку, без нововведень, інноваційної продукції та послуг, які стали

звичними для суспільства, а, з іншого боку, – без майбутніх інновацій, що сприятимуть подальшому еволюційному та всеохоплюючому розвитку.

Визначаючи інновацію як суттєвий фактор подальшого розвитку та зростання конкурентоспромож-

ності, дослідження теми інновації є широко розвинутою науковою та практичною сферою. У сучасному динамічному світі компанії мають бути готовими до постійної адаптації та власного розвитку для успішного функціонування в нестійких умовах бізнесу. Аналіз економічної історії показує, що технологічні інновації, а також інновації бізнес-моделі приводять до значних економічних переваг для інноваційних компаній та інновацій у цілому. Таким чином, питання налагодженого процесу створення інновацій є надзвичайно актуальним, а розуміння інноваційного проекту як визначених, послідовних і структурованих дій, необхідних для реалізації будь-якого типу інновацій, є необхідною умовою для успішної імплементації нововведень у сучасній економіці. Глибине розуміння базових понять у сфері інновацій дозволяє більш точно ідентифікувати та інтерпретувати наявні фінансові й інвестиційні ризики, збільшити якість управління ними та мінімізувати можливі фінансові втрати, тим більше в логіці портфельного інвестування та залучення фінансування на світових ринках капіталу.

Серед значних наукових досліджень зарубіжних учених у сфері створення теоретичного та практичного інструментарію інноваційних проектів можна назвати праці П. Антоніолі, К. Бібарсова, Л. Вінгейта, Ф. Даманпура, Ч. Дека, Л. Кроуфорда, Дж. Ланкера, Д. Сірча, А. Стреттона, Дж. Тернера, Дж. Фагерберга, С. Філіппова тощо.

Вагомий внесок у дослідження проблеми неузгодженості дефініцій у сфері інновацій та розвиток понятійного апарату процесу реалізації інноваційного проекту зробили насамперед такі вітчизняні науковці та дослідники: В. М. Бабаєв, С. Я. Бабінська, Т. Г. Дудар, С. М. Підгородецька, А. Р. Стояновський, Н. П. Стрілковська, А. С. Черноіванова тощо.

Зважаючи на критичну важливість успішної реалізації інновацій для економічного розвитку України та світу, завданнями даної статті є всебічний розгляд поняття «проект» та «інноваційний проект» як проекту з високою невизначеністю; висвітлення характерних відмінностей від класичних інвестиційних проектів; доведення необхідності глибинного розуміння ключових дефініцій у сфері інновацій для успішного управління фінансовими ризиками та виходу на ринки капіталу; створення теоретичної бази для подальших досліджень у сфері інноваційного розвитку як на мікро-, так і на макрорівні.

Визначаючи інновацію як передбачувану «новизну в дії», Е. Роджерс висунув ідею, що інновація є процесом, що передбачає успішне проходження різних етапів від початку (ініціації) до безпосереднього впровадження інновації. Ініціація стосується виявлення наявних проблем та оцінки альтернатив, тоді як реалізація – вирішення даних проблем шляхом впровадження інновації [1].

Наукове та практичне розуміння інноваційного процесу як процесу підготовки та впровадження інноваційних змін, що складається з взаємопов'язаних етапів, у результаті яких створюється конкретна інновація, є основою для відокремлення трьох основних, загальних фаз інноваційного процесу: генерація ідеї, прийняття ідеї та реалізація ідеї, успішне завершення яких буде означати вихід на ринок новоствореної інновації. Інновація – це процес, проект або методологія розвитку, впровадження або реалізації нових пристроїв, методів або матеріалів з метою комерціалізації або досягнення практичних цілей [2]. Третя фаза, що має на меті реалізацію та імплементацію інноваційного продукту, послуги або бізнес-моделі, передбачає наявність проекту, що містить технічне, економічне, правове та організаційне обґрунтування кінцевої інноваційної діяльності [3]. Для подальшого глибинного розуміння теоретичного та практичного підґрунтя інноваційного проекту необхідно висвітлити позиції науковців та практиків щодо проекту як необхідної умови для створення доданої вартості.

Визначивши проект як свого роду зусилля для здійснення унікального обсягу роботи зі заданими специфікаціями, в якому людські, фінансові та матеріальні ресурси організовані найбільш оптимально, а кінцевою метою є вигідні зміни, визначені кількісними та якісними цілями, Дж. Р. Тернер, фактично, першим сформулював визначення терміну «проект» [4].

Згідно з Довідником з управління проектами (РМВОК) – стандарту, який містить фундаментальні та базові практики у сфері проектного менеджменту, – проект є тимчасовим зусиллям, метою якого є створення унікального продукту, послуги або результату [5, с. 717].

Відносячи проект до створення вартості, що ґрунтується на чітко сформульованій місії, якій притаманні обмеження в часі та ресурсах, а також вплив зовнішніх обставин, японці ставлять створення цінності на перший план у визначенні характеру проекту [6].

«Тимчасова організація, створена з метою доставки однієї або декількох бізнес-продуктів відповідно до узгодженого бізнес-кейсу» [7], є типовим сучасним загальним визначенням терміна «проект».

Сучасні дослідники розглядають проект, фактично, як тимчасову організацію, для якої визначені ресурси для роботи мають забезпечити корисні зміни [8].

Звужуючи й до того загальне визначення для інноваційної сфери, варто зазначити, що сучасна наукова література є непереконливою щодо дефініцій «інноваційного проекту» та його концептуальної основи.

Оскільки винахід нового продукту або процесу є першою подією після розробки ідеї, фактично, окреслення та документування бачення, то інновація – стан після успішної спроби реалізації винаходу.

Багато дослідників визначають інноваційний проект як механізм або засіб переходу від винаходу, ідеї до інновації [9]. Інші, на протипагу, визначають інноваційний проект як застосування послідовних і визначених процесів стосовно нещодавно створеної продукції для досягання окреслених результатів щодо вдосконалення останньої [10].

Під «інноваційним проектом» дослідники розуміють проект, який стосується інновацій у сфері продуктів та послуг, які включають різні аспекти інновацій та їхнього ступеня [11].

Переважає більшість науковців, розглядаючи інноваційний проект як процес створення інновацій, зазначають, що це є сукупність наукової, технологічної, організаційної, виробничої, інвестиційної та комерційної діяльності, що здійснюється в чіткій послідовності, а результатом є утворення та впровадження інновації. Процес створення інновації схематично зображено на *рис. 1*.

Досліджуючи інноваційний проект як форму цільового управління інноваційною діяльністю з розробки та впровадження інновацій, дослідники часто відходять від конкретних відмінних рис інноваційного проекту. А. Франк, Дж. Рібейро, М. Кортімігліа та Л. Олівейра зазначають, що інноваційний проект є складною системою взаємозалежних і взаємопов'язаних ресурсами, термінами та виконавцями заходів, спрямованих на досягнення конкретних цілей (завдань) щодо пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки [12]. Дане визначення найбільш повно описує проект, метою якого є створення інновації.

Отже, інноваційний проект є сукупністю процесів, метою яких є створення та вихід на ринок нового продукту. Проект є тимчасовою, іноді повторюваною та ітеративною діяльністю, має чітку послідовність розробок версій продукту, призначених для досягнення унікальних результатів (*рис. 2*).

Залучення команди передбачає створення колективу, основною метою якого буде успішне створення робочого прототипу, мінімально життєздатного продукту (MVP), базової та повнофункціональної версії інновації, яка, у разі відповідності потребам споживачів, матиме серійне виробництво та подальші продажі. Створення робочого прототипу дозволяє команді почати розробку MVP для визначення складності застосованих технологій, їх практичної застосовності та рівня розвитку потреб споживачів. Базова та повнофункціональна версії продукту передбачають успішне впровадження характеристик і функцій продукту, що дадуть найбільш чітку відповідь потенційних споживачів щодо унікальної цінності та готовності використовувати даний продукт. Серійне виробництво та маркетинг – це реалізація створеної та протестованої інновації, яка передбачає комерціалізацію та практичне застосування повнофункціональної версії.

Варто зазначити, що конфігурацію продукту неможливо чітко визначити перед початком стадії реалізації, оскільки цілі інноваційного проекту є гіпотетичними та до певної міри можуть бути до кінця невизначеними, а наявність послідовності розробок версій продукту, зображеної на *рис. 2*, дозволяє інно-

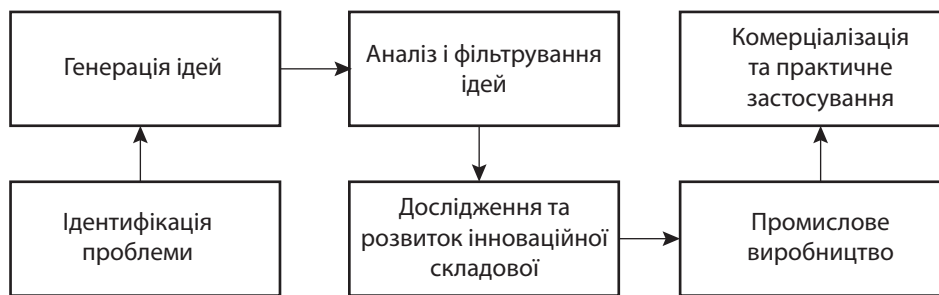


Рис. 1. Процес створення інновації

Джерело: складено на основі [2].

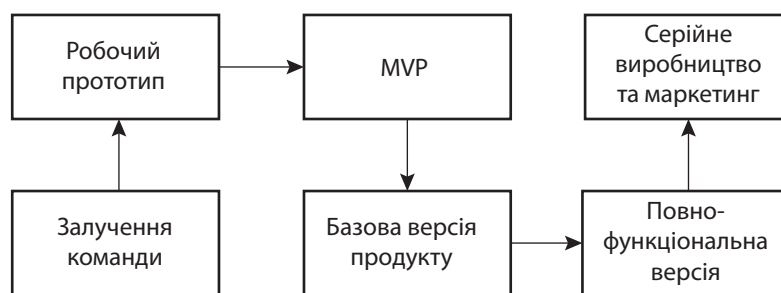


Рис. 2. Послідовність розробок версій продукту за інноваційним проектом

Джерело: авторська розробка.

ваційному проекту еволюціонувати для отримання найкращих результатів на виході, оскільки на кожному етапі реалізації ідеї існує висока ймовірність невідповідності отриманих результатів початковим цілям. Основна відмінність між різними проектами полягає у ступені їх інноваційності – проекти за цим показником значно різняться (рис. 3). Чим вищий рівень інноваційності проекту, тим більший розкид майбутніх результатів проекту, а отже, вищий рівень невизначеності та ризиків.

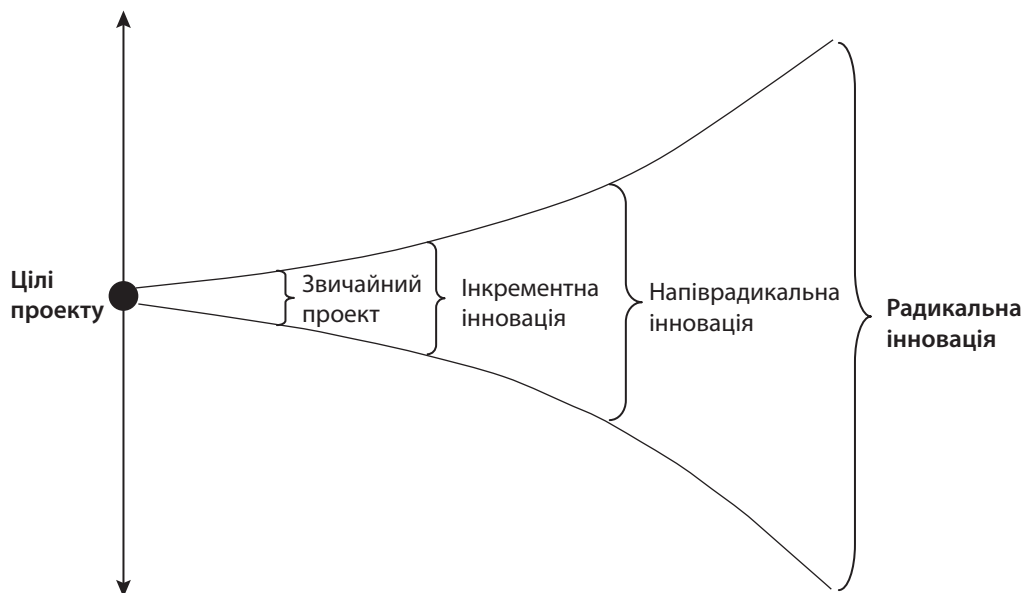


Рис. 3. Зв'язок між рівнем інноваційності та розкидом майбутніх результатів

Джерело: авторська розробка.

Інкрементна інновація не відрізняється значним рівнем інноваційності, адже є фактично оновленням, підвищенням продуктивності та модифікацією наявних на ринку продуктів, послуг і методів виробництва в межах окресленого ринку, технології або організаційних процесів виробництва.

Напіврадикальну інновацію відрізняє реалізація суттєвих змін у технології виробництва або бізнес-моделі організації.

Радикальна інновація – це зміна парадигми мислення, суттєва зміна як бізнес-процесів, так і технології виробництва, нове бачення, що приводить до трансформації та розвитку структури наявних ринків, а також створення потенційно нових галузей промисловості.

Характерною особливістю проектів, ціллю яких є створення інновації будь-якого типу, є залежність ризиків і, як наслідок, невизначеності на початкових етапах створення інновації від рівня інноваційності продукту на виході.

Під час порівняння інноваційних проектів з такими, що не мають чіткого змісту інновації (традиційні проекти), мають бути враховані дві ключові характеристики:

1. *Проектні цілі.* Звичайні (традиційні) проекти мають чітко визначені цілі та завдання. Натомість інноваційні проекти не завжди мають подібну деталізацію на початкових фазах свого розвитку. У динамічному світі інновації сьогодні можуть не бути інноваціями завтра, тому відповідні характеристики можна буде чітко описати не раніше етапу реалізації.

2. *Ризики.* Проекти без інноваційної складової мають низький рівень ризику, оскільки їм притаманні встановлені процеси та чітко визначені цілі. Своєю

чергою, інноваційний проект характеризується більш експериментальними й дослідницькими процесами та неоднозначними цілями, отже, розкид майбутніх результатів на виході є значним.

Глибине розуміння поняття інноваційного проекту створює необхідні умови для якісного управління ризиками таких проектів, метою чого є зростання ймовірності виникнення та посилення впливу сприятливих подій на процес створення інновації й зниження ймовірності виникнення й ослаблення впливу несприятливих подій в ході реалізації проекту. Управління фінансовими та інвестиційними ризиками з точки зору управління портфелем інноваційних проектів має охоплювати всі стадії створення інновації та всі реалізовані проекти.

Проаналізувавши наявну інформацію та оцінюючи думки різних вчених щодо визначення інноваційного проекту, пропонується таке повне й точне визначення інноваційного проекту: проект називається «інноваційним», якщо обсяг реалізації завдання, набір методологій, включаючи практики, методи, процедури та правила, інструменти та знання, з одного боку, а також бюджет проекту та час на його реалі-

зацію, з іншого боку, є невизначеними, а результатом такого проекту є інновація як новий пристрій, метод або матеріал.

ВИСНОВКИ

Інновація є найважливішим джерелом диференціації в сучасному динамічному світі. Вона допомагає створити новий продукт, що задовольнить найсучасніші потреби споживача, вдосконалити якість раніше створених товарів і технологічні процеси, зменшити витрати на виробництво продукції тощо.

Створення інновації є процесом з моменту генерації ідеї до її успішної реалізації, та в результаті – вихід на ринок новоствореного продукту. Цей процес являє собою життєвий цикл інноваційного проекту, особливості якого визначаються сферою реалізації, рівнем інноваційності, типом інновації тощо. Однак глибокий аналіз наукової літератури дає підстави стверджувати, що визначення інноваційного проекту не є повними та всеохоплюючими. Автори та дослідники акцентують увагу на окремих характеристиках, що суттєво звужує розуміння інноваційного проекту та мінімізує знання щодо ключових відмінностей від традиційних проектів, що негативно впливає на розуміння фінансових та інвестиційних ризиків, які притаманні будь-якому інноваційному проекту.

Оскільки протягом останніх десятиліть інноваційні проекти стали паралельною організаційною структурою майже в кожній компанії, види діяльності яких є сучасними, нестандартними та прогресивними [13], а діяльність зі створення, реалізації та комерціалізації інноваційного продукту, послуги або методу виробництва має передбачати чітку проектну організацію, переоцінку невизначеностей та ризиків на кожному етапі, у даній статті було запропоновано сучасне, повне, точне та конкурентне визначення терміна «інноваційний проект»; розкрито основні відмінності від звичайних проектів та наголошено на необхідності глибокого теоретичного розуміння для правильної та якісної побудови інвестиційної стратегії та стратегічно необхідного управління фінансовими та інвестиційними ризиками на кожному етапі імплементації та реалізації інновації.

Правильно побудований вектор теоретичного розуміння базових концепцій у сфері інновацій є необхідною умовою для подальшого розуміння майбутніх ризиків, успішного залучення капіталу та роботи на міжнародних фінансових ринках у логіці портфельного інвестування та оптимізації ефективності інноваційних інвестиційних фондів. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. **Rogers E. M.** Diffusion of Innovations. Free Press, 2003. 576 с.
2. **Shestakov D. Y.** Understanding Innovation: Process, Project and Product-centric Views. *Ефективна економіка*. 2018. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6806>

3. **Thom N.** Innovations-management. Bern : Schweizerische Volksbank, 1992.

4. **Turner J.** What are projects and project management. Henley-on-Thames : Henley Management College, 1990. 20 p.

5. **A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide).** 6th ed. Newtown Square, PA : Project Management Institute, 2017. 756 p.

6. **Stretton A.** Some consequences of having two co-existing paradigms of project management. *PM World Journal*. 2016. Vol. 5. Issue 6. URL: <https://pmworldlibrary.net/wp-content/uploads/2018/11/pmwj47-Jun2016-Stretton-consequences-of-two-paradigms-of-project-management-featured-paper.pdf>

7. **Bennet N.** Managing Successful Projects with PRINCE2. London, UK : The Stationery Office, 2017. 425 p.

8. **Abed A.** Barriers to Risk Management Process Adoption: A Qualitative Study of Project-Based Construction Companies in Iraq. Warsaw : University of Warsaw, Faculty of Management, 2018. 30 p.

9. **Ćirić, D., Lalić B., Gračanin D.** Managing Innovation: Are Project Management Methods Enemies or Allies. *International Journal of Industrial Engineering and Management (IJIE)*. 2016. Vol. 7. No. 1. P. 31–41.

10. **Wingate L.** Project Management for Research and Development: Guiding Innovation for Positive R&D Outcomes. Auerbach Publications, 2014. 517 p.

11. **Filippov S., Mooi H.** Innovation Project Management: A Research Agenda // 6th International Conference for Innovation and Management (ICIM2009). *RISUS. Journal on Innovation and Sustainability*. 2010. URL: https://www.researchgate.net/publication/277789740_Innovation_Project_Management_A_Research_Agenda

12. **Frank A. G., Ribeiro J. L. D., Cortimiglia M. N., Oliveira L. S.** The effect of innovation activities on innovation outputs in the Brazilian industry: Market-orientation vs. technology-acquisition strategies. *Research Policy*. 2016. Vol. 45. Issue 3. P. 577–592.

13. **Antoniolli P. D., Lima C., Argoud T., Batista C. J.** Lean office applied to ICT project management: autoparts company case study. *International Journal of Management*. 2015. Vol. 3. Issue 6. P. 9–20.

Науковий керівник – Лук'яненко І. Г., доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри фінансів Національного університету «Києво-Могилянська академія» (Київ)

REFERENCES

A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide). Newtown Square, PA: Project Management Institute, 2017.

Abed, A. *Barriers to Risk Management Process Adoption: A Qualitative Study of Project-Based Construction Companies in Iraq*. Warsaw: University of Warsaw; Faculty of Management, 2018.

Antoniolli, P. D. et al. "Lean office applied to ICT project management: autoparts company case study". *International Journal of Management*, vol. 3, no. 6 (2015): 9-20.

Bennet, N. *Managing Successful Projects with PRINCE2*. London, UK: The Stationery Office, 2017.

Ćirić, D., Lalic, B., and Gračanin, D. "Managing Innovation: Are Project Management Methods Enemies or Allies". *International Journal of Industrial Engineering and Management (IJIE)*, vol. 7, no. 1 (2016): 31-41.

Filippov, S., and Mooi, H. "Innovation Project Management: A Research Agenda". *RISUS. Journal on Innovation and Sustainability*. 2010. https://www.researchgate.net/publication/277789740_Innovation_Project_Management_A_Research_Agenda

Frank, A. G. et al. "The effect of innovation activities on innovation outputs in the Brazilian industry: Market-orientation vs. technology-acquisition strategies". *Research Policy*, vol. 45, no. 3 (2016): 577-592.

Rogers, E. M. *Diffusion of Innovations*. Free Press, 2003.

Shestakov, D. Y. "Understanding Innovation: Process, Project and Product-centric Views". *Efektivna ekonomika*. 2018. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6806>

Stretton, A. "Some consequences of having two co-existing paradigms of project management". *PMWorld Journal*. 2016. <https://pmworldlibrary.net/wp-content/uploads/2018/11/pmwj47-Jun2016-Stretton-consequences-of-two-paradigms-of-project-management-featured-paper.pdf>

Thom, N. *Innovations-management*. Bern: Schweizerische Volksbank, 1992.

Turner, J. *What are projects and project management*. Henley-on-Thames: Henley Management College, 1990.

Wingate, L. *Project Management for Research and Development: Guiding Innovation for Positive R&D Outcomes*. Auerbach Publications, 2014.

УДК 65.011.12:339.138

JEL: L52; L89; M31; O31

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ*

©2019 ЛЕТУНОВСЬКА Н. Є., СИГИДА Л. О.

УДК 65.011.12:339.138

JEL: L52; L89; M31; O31

Летуновська Н. Є., Сигида Л. О. Маркетингові дослідження як інструмент визначення стратегічних напрямів інноваційного розвитку промислового підприємства у сфері товарної політики

У статті доведено, що маркетингові дослідження є невід'ємною складовою підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, зокрема для тих, що працюють на промисловому ринку. Зазначено, що традиційні форми ринкових досліджень поступово втрачають свою актуальність, тому все більшу популярність набувають нестандартні, осучаснені підходи до проведення ринкового аналізу. Наведено новітню класифікацію маркетингових досліджень. Крім того, здійснено класифікацію товарів-інновацій з наданням прикладів підприємств, які виробляють таку продукцію на українському ринку. Авторами розроблено матрицю, що дає можливість наочно з'ясувати роль маркетингових досліджень при виведенні на ринок нової чи вдосконаленої продукції для різних сегментів ринку. Перелічено особливості реалізації маркетингових досліджень на ринку В2В. У ході реалізованого на практиці маркетингового дослідження у сфері виробництва машинобудівної продукції побудовано карту консенсусу очікувань споживача та можливостей виробника з виділенням проблемних зон для подальшого розвитку параметрального наповнення товарних одиниць.

Ключові слова: маркетингові дослідження, товар-інновація, товарна інноваційна політика, промислове виробництво, машинобудування.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-4-97-105>

Рис.: 3. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 19.

Летуновська Наталія Євгенівна – кандидат економічних наук, асистент кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю, Сумський державний університет (вул. Римського-Корсакова, 2, Суми, 40007, Україна)

E-mail: n.letunovska@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8207-9178>

Researcher ID: <http://www.researcherid.com/H-8582-2018>

Сигида Любов Олексіївна – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю, Сумський державний університет (вул. Римського-Корсакова, 2, Суми, 40007, Україна)

E-mail: liubov.syh@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0319-8070>

Researcher ID: <http://www.researcherid.com/D-7900-2018>

УДК 65.011.12:339.138

JEL: L52; L89; M31; O31

Летуновская Н. Е., Сигида Л. А. Маркетинговые исследования как инструмент определения стратегических направлений инновационного развития промышленного предприятия в сфере товарной политики

В статье доказано, что маркетинговые исследования являются неотъемлемой составляющей повышения конкурентоспособности субъектов хозяйствования, в частности для тех, кто работает на промышленном рынке. Отмечено, что традиционные формы рыночных исследований постепенно теряют свою актуальность, поэтому все большую популярность приобретают нестандартные, осовремененные подходы к проведению рыночного анализа. В статье приведена новейшая классификация маркетинговых исследований. Кроме того, проведена

UDC 65.011.12:339.138

JEL: L52; L89; M31; O31

Letunovska N. Ye., Syhyda L. O. Marketing Researches as the Instrument for Determining the Strategic Directions of Innovative Development of an Industrial Enterprise in the Sphere of Product Policy

The article proves that marketing research is an integral part of increasing the competitiveness of economic entities, in particular for those who work in the industrial market. It is specified that the traditional forms of market research are gradually losing their relevance, thus the non-standard, modernized approaches to conducting market analysis are becoming more and more popular. The article contains the newest classification of marketing researches. In addition, a classification of product-innovations along with provision of examples of enterprises that produce such products in the Ukrainian