

УДК 621.326

Волкова Т.– ст. гр. БКМ-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІННОВАЦІЇ ЯК РУШІЙНА СИЛА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Науковий керівник: к.е.н., доцент Оксентюк Б.А.

Маркетингова діяльність в області інновацій направлена на визначення, аналіз і врахування факторів, які впливають на ідею створення, розробку, виробництво інноваційної продукції та її просування.

В основі інноваційного маркетингу лежить комплексний, ретельний аналіз ринку за обраними напрямками, оцінка впливів різноманітних чинників, постійний пошук нових можливостей і інтерпретація результатів.

Маркетингова інновація є впровадженням новинки. Це може бути новий метод продажу, зміни в дизайні або упаковці продукту, його складуванні, просуванні на ринок, відкриття нових ринків збуту, завоювання нових позицій для продукції підприємства на ринку з метою збільшення обсягу продажу.

З поняттям інновація або нововведення найчастіше ототожнюють: новаторське дослідження або розробку; зміни в стилі роботи організації з метою створення сприятливіших умов для клієнтів; розробку нових товарів або послуг, на умовах, досконаліших ніж ті, що є нині.

Усі ці напрямки найбільш успішно реалізуються за наявності достатнього інноваційного потенціалу.

Здійснення інноваційної політики на підприємстві потребує значних затрат часу та коштів, проте необхідно розуміти її доцільність і ефективність.

Ю.М. Канигін визначає інноваційний потенціал як систему інтелектуальних, освітніх, кадрових, технологічних і технічних чинників, які визначають рівень можливості створення і упровадження нових технологічних систем у суспільному виробництві.

Видатний практик з маркетингу - Пітер Друкер - сказав, що в бізнесі є дві базові функції, які здатні генерувати прибуток – маркетинг та інновації, а все інше - витрати. Всі функції в бізнесі підкоряються двом основним – заробляння грошей і задоволення потреб клієнтів.

Особливістю маркетингу інноваційної діяльності є потреба у постійному проведенні системного аналізу кількісних і якісних чинників та експертних оцінок, які дають інтегроване бачення результатів маркетингових досліджень. Ефективними маркетинговими оцінками у сфері інноваційної діяльності можуть бути показники, отримані на підставі багаторівневого комплексного або системного аналізу результатів маркетингових досліджень, з використанням SWOT-, GAP-, STP- та інших методів аналізу.

Інноваційний маркетинг – основа досліджень ринку і пошук конкурентних стратегій для об'єктів досліджень. Інноваційний підходом до здійснення діяльності можна назвати операційний маркетинг, в структурі якого стратегічний маркетинг, аналіз сегментів, привабливості, конкурентоздатності, оцінка потенціалу, потфельний аналіз, аналіз бюджету, контроль за виконанням і досягненням результатів.

Впровадження інновацій, як складових економічного зростання підприємств є надзвичайно актуальним та важливим моментом у сучасних умовах через зростання конкуренції, зміну запитів споживачів, науково-технічний прогрес тощо.