

УДК 631.1

**Юрій Вовк, Наталія Штафірна**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА ІННОВАЦІЙНИХ ЗАСАДАХ**

**Yuriy Vovk, Nataliya Shtafirna**

### **MANAGEMENT OF ENTERPRISE MARKETING ACTIVITY IS ON INNOVATIVE PRINCIPLES**

В цей час, коли наша країна вже стала на шлях ринкової економіки, зростаюча конкуренція і глобалізація підштовхує сучасних підприємців і менеджерів приводити рівень управління на підприємствах до рівня Європейських країн. Розуміння і використання концепції інноваційного маркетингу в управлінні підприємством є невід'ємним елементом ефективної підприємницької діяльності. В цих умовах управління маркетинговою діяльністю на інноваційних засадах для підприємств, що мають за мету не тільки одержати прибуток сьогодні, а бути й далі конкурентоспроможними та вийти як на всеукраїнський ринок, а навіть і на Європейській, є актуальним, як ніколи раніше.

Сучасна концепція інноваційного маркетингу вимагає від продуцента здійснення постійних наукових досліджень, підвищення гнучкості виробництва, ефективної цілеспрямованості нововведень. Гармонізація взаємодії цих елементів дає змогу суттєво зменшити зону економічного ризику, що пов'язаний із виведенням нового товару на ринок. Комерційний успіх інноваційного продукту, відповідність його корисних властивостей вимогам цільового сегмента 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, повинні вміти дати кваліфіковані рекомендації щодо дизайну та стилю нового товару, використовувати сучасні методи та прийоми генерування ідей.

Інноваційна діяльність – це постійний процес, що потребує значних інвестицій і здійснюється в кілька етапів. Разом з цим створення нового продукту – це суто творча діяльність, в якій фінансові ресурси не завжди є вирішальними. Крім достатніх ресурсів, потрібні засоби ефективного маркетингового забезпечення та підтримки інноваційної діяльності, що поєднують у собі науковий пошук та мистецтво маркетингу.

Згідно концепції інноваційного маркетингу, організація повинна безперервно удосконалювати продукцію і методи маркетингу. Його особливість, яка відрізняє його від маркетингу, що просто «змінюється» – новий продукт невідомий споживачеві і не задовольняє ніяких його потреб, тому його треба розробляти, вдосконалювати та просувати на ринок з використанням провідних інноваційних інструментів маркетингу.

Узагальнюючи зазначене, можна стверджувати, що питання впровадження в практику господарювання підприємств концепції інноваційного маркетингу є сьогодні актуальним, як ніколи. Втілюючи дану концепцію у роботу підприємства, можна регулювати рівень, характер і час попиту таким чином, щоб це допомагало організації в досягненні поставлених цілей.