

УДК 339.13

Лісова Ірина

Lisova Iryna

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ У ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

INNOVATIVE MARKETING IN THE ACTIVITY OF THE INDUSTRIAL ENTERPRICE

Розширення асортименту продукції або розробку нових різновидів товарів досить часто називають - інноваційним маркетингом. Основні його принципи базуються на орієнтації виробника на прогресивні науково-технічні досягнення і пошуки якоїсь новизни, яка зв'язана з новими сегментами та новими ринками.

Інноваційний маркетинг являє собою комплексну стратегію території, спрямовану на стимулювання розробок і впровадження новацій суб'єктами регіональної економіки і політики, реалізацію заходів поліпшення інноваційного іміджу територіального утворення. Іншими словами, він невіддільний від територіального маркетингу і системних інновацій, що дозволяють розвивати організаційний потенціал суб'єкта інноваційної діяльності, створювати і підтримувати його конкурентні переваги. Це дає підставу вважати, що інноваційний маркетинг є унікальною сферою діяльності промислового підприємства, яка спрямована на формування нових ринків збуту та інших потреб у потенційних і реальних споживачів.

Концепція маркетингу інновацій, згідно з якою підприємство проводить безперервний моніторинг і вивчення нових товарних напрямів, забезпечує постійне вдосконалення своєї продукції.

У процесі формування концепції інноваційної маркетингової діяльності підприємства слід враховувати такі групи чинників: тенденції

розвитку попиту і зовнішнього маркетингового середовища(ринковий попит, система руху товарів тощо); стан і особливості конкурентної боротьби на ринку, основні фірми-конкуренти та напрями їх діяльності; основні напрямки розвитку підприємства, його глобальні цілі і тактичні завдання; управлінські ресурси і можливості підприємства, його сильні сторони в конкурентній боротьбі.

На даному етапі розвитку вітчизняної промисловості(у межах інноваційної діяльності) особливу увагу маркетинг приділяє аналізу стратегії, в межах якої реалізуються інноваційні процеси підприємства. У період розроблення, впровадження та реалізації маркетингу інновацій задіяні практично всі основні функціональні підрозділи підприємства. Узгодженість їх дій зі службою маркетингу необхідна для ефективності виконання етапів інноваційної стратегії підприємства. В залежності від того, якій з основних складових маркетингу в інноваційній діяльності підприємства віддається перевага, можна виділити такі види орієнтації промислових підприємств.

По-перше, орієнтація на інновації. Основна роль при цьому відводиться інноваційній діяльності, служба маркетингу виконує інформаційно-аналітичну функцію, визначаючи рівень попиту на інноваційну продукцію, що випускається.

По-друге, орієнтація на збут. Головною функцією тут є маркетинг, який визначає потребу в інноваційній продукції.

По-третє, орієнтація на попит. Цей вид орієнтації заснований на взаємозв'язку маркетингової, виробничої та інноваційної діяльності.

Інноваційний маркетинг передбачає з'ясування впливу на ринок інноваційної продукції двох основних чинників: технологічного прогресу і потреб кінцевих споживачів. Важливою частиною маркетингу промислового підприємства є створення ефективної комунікаційної моделі, яка визначатиме зв'язок підприємства із зовнішнім середовищем.

Під час створення, випуску і реалізації нового продукту використовуються відповідні інструменти маркетингу на всьому шляху від початкових досліджень до після продажного обслуговування. Головна мета інноваційного маркетингу полягає в розробленні стратегії проникнення інновації на ринок. Тому його складовою частиною буде стратегічний інноваційний маркетинг, елементами якого є аналіз кон'юнктури ринку, подальше розроблення його сегментів, організація і формування попиту, моделювання поведінки покупця. Маркетингове вивчення потреб ринку, визначення його ємності та реальної платоспроможності у разі посилення конкуренції на ринках, на наш погляд, має стати невід'ємною рисою процесів розроблення і впровадження інноваційних товарів на промислових підприємствах України.

Отже, інноваційний маркетинг в умовах його застосування - це певний тип виробничо-господарської діяльності, спрямований на оптимізацію та контроль за інноваційною та виробничо-збутовою діяльністю підприємства. Інноваційний маркетинг відіграє важливу роль у діяльності промислового підприємства, і без нього та його нововведень, підприємство не зможе повноцінно існувати та процвітати, а відповідно і не зможе приносити бажаний прибуток своїм власникам.

Перелік посилань:

1) Котлер Ф. Маркетинг менеджмент : пер. с англ. / под ред. С.Г. Божук. / Ф. Котлер. – СПб. : Питер, 2006. – 464 с.

2) Інноваційний маркетинг як засіб підвищення / М.Я. Матвіїв // Інноваційний маркетинг підприємств : монографія / М.Я. Матвіїв, І.М. Білецька, Ю.П. Гуменюк, С.В. Даниленко ; за наук. ред. М.Я. Матвіїва. – Тернопіль : ТНЕУ, 2014. – С. 71-85.