

УДК 339.13

Мащак Анастасія

Mashchak Anastasiia

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

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ

FEATURES OF USE OF MARKETING OF INNOVATIONS

Сьогодні сучасна економіка перебуває у нестабільному стані та характеризується високим рівнем динамічності. Звичайно, така ситуація має негативний вплив на діяльність підприємств, тому що не всі суб'єкти господарювання можуть вчасно і правильно адаптуватися до змін макросередовища. У такому випадку, використання та створення інновацій забезпечить більш стабільну роботу підприємства. Впровадження інновацій може суттєво підвищити конкурентоспроможність фірми. А також забезпечить підвищення ефективності виробництва. Використання наукових досліджень, дозволить забезпечити прибутковість підприємства, шляхом задоволення нових потреб на ринку. Розвиток інноваційних процесів, є рушійною силою підвищення рівня економіки в цілому, а також збільшення конкурентоспроможності, що забезпечить високий рейтинг країни у економічному просторі.

Інноваційний маркетинг – це діяльність на ринку нововведень, спрямована на формування або виявлення запитань і потреб, що базується на використанні нових ідей щодо товарів, послуг та технологій, які найкращим чином сприяють досягненню цілей організацій та окремих виконавців. Обов'язково маркетингові інновації повинні спрямовуватись на більш повне задоволення потреб споживачів продукції, вихід на нові ринки збуту, а також підвищення обсягів продажів, шляхом збільшення складу споживачів товарів та послуг. Інноваційна діяльність відноситься

до частини маркетингової діяльності підприємства, особливо це стосується організацій, що випускають наукомістку продукцію. Інноваційна діяльність – це діяльність, яка спрямована на використання результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск нової конкурентоспроможної продукції. Інноваційна діяльність включає в себе: розробку та розповсюдження нових видів техніки та технологій; реалізацію довгострокових науково-технічних програм із великими термінами окупності витрат; випуск і впровадження новітніх ресурсозберігаючих технологій; прогресивні міжгалузеві структурні зрушення; фінансування фундаментальних досліджень, для здійснення якісних змін у стані виробничих сил країни; спрямованих на покращення соціального стану населення, екологічної ситуації тощо.

За наявності достатнього інноваційного потенціалу, дані напрями можуть успішно реалізуватися. Не менш важливим є здатність створити наукомістку продукцію, яка відповідає вимогам світового ринку. Інноваційний потенціал становлять наукові, проектні та конструкторські розроблення, експериментальні роботи, які стосуються нового виробництва, виготовлення необхідного інструменту та оснащення, засобів технічного контролю.

Отже, можемо зробити висновок, що маркетинг інновацій доцільно розглядати як окремий вид маркетингу, напрям маркетингової діяльності, який потребує використання особливих методів, інструментів та прийомів. Маркетингом інновацій, можемо назвати сукупність дій, здійснення яких веде до розробки і просування на ринок нової продукції для задоволення потреб споживачів, ефективнішим, ніж у конкурентів, способом.