

УДК 658

Л. В. Клим

Науковий керівник: Г.В. Ціх, к.е.н., доц.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна.

## МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТИМУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

L.V.Klym

Supervisor: Ph.D., Assoc. Prof. G.V.Tsikh

### MARKETING INNOVATIONS AS A TOOL TO STIMULATION ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISES

Інноваційна діяльність є важливою економічно-правовою формою інвестиційної діяльності. Вона має особливе значення для нашої держави, оскільки забезпечує інноваційний шлях розвитку економіки нашої держави.

Що ж таке інноваційна діяльність?

Інноваційна діяльність – це одна з економіко-правових форм інвестиційної діяльності, що здійснюється з метою впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво і соціальну сферу з метою досягнути прогресивних міжгалузевих структурних зрушень і випуску нових конкурентоздатних товарів.

Найбільш важливою ознакою інноваційної діяльності є інновації, які створюються в результаті її здійснення.

Інновації – новостворені або вдосконалені конкурентоздатні технології, послуги або продукція, а також організаційно-технічні рішення виробничого, комерційного або іншого характеру, що значно поліпшують структуру та якість виробництва і соціальної сфери.

Отже яка роль і завдання маркетингу на етапах інноваційного прогресу.

“Теоретичні розробки маркетингу як самостійної науки створені американцем Сайресом МакКорміком.” Він створює такі напрямки маркетингу, як вивчення та аналіз ринку, розробив основні принципи цінової політики та сервісу. Також вагомий внесок в маркетинг зробив український науковець Ігор Брітченко .

Служба маркетингу є однією з найважливіших гілок у діяльності підприємства, тому що від її роботи залежить успіх нового товару. Основне завдання цієї служби – це побудувати стратегію яка стимулюватиме збут товару так щоб товар подобався споживачеві як зовнішнім виглядом так і ціною, і водночас щоб виробник отримував великі прибутки.

Стратегія маркетингу – є основним способом досягнення маркетингових цілей. Стратегія маркетингу повинна дослідити продукт з яким вона працює, визначити на які ринки, який обсяг продукції необхідний для досягнення конкретних цілей. Тому для успішної роботи потрібна постановка цілей. І тут виникає питання, за яким алгоритмом правильно будувати такі цілі?

Отже, маркетингова ціль – це конкретна та кількісна зобов’язаність фірми. Для правильного прийняття маркетингової стратегії потрібно узгодити з фірмою яких цілей вони хочуть досягти. Під час розробки такої стратегії потрібно звернути увагу на такі речі: товарна політика, цінова політика, канали розподілу, комунікаційна політика і головне позиціонування товару.

Що ж таке інновації в маркетингу?

Інноваційний маркетинг – це діяльність на ринку нововведень, спрямована на формування або виявлення попиту з метою максимального задоволення.

Принципи інноваційного маркетингу

1. Націленість на досягнення кінцевого практичного результату інновацій.
2. Захоплення певної частини ринку згідно з довгостроковою метою, яка поставлена перед інноваційним проектом.

3. Інтеграція дослідницької, виробничої та маркетингової діяльності в систему менеджменту підприємства.

4. Орієнтація на довгострокову перспективу, що вимагає ретельної уваги до прогнозних досліджень, розроблення на їх основі інновацій, що забезпечують високопродуктивну господарську діяльність.

5. Застосування взаємозалежних і взаємоузгоджених стратегій і тактики активного пристосування до вимог потенційних споживачів інновації з одночасним цілеспрямованим впливом на їх інтереси.

Класифікація маркетингових інновацій в залежності від складових комплексу маркетингу.

1. Концепція холістичного маркетингу (основа маркетингової діяльності, базується на взаємодії підприємства з постачальниками).

2. Маркетинг взаємовідносин (встановлення тісних та довготривалих економічних зв'язків і соціальних відносин з партнерами).

3. Інтегрований маркетинг (просування продукту яке засноване на передбаченні майбутніх потреб).

4. Внутрішній маркетинг (така концепція допомагає краще управляти працівниками підприємства для найкращого результату).

5. Соціально відповідальний маркетинг (працює так щоб задоволеними були споживачі, виробники та суспільство)

#### **Література:**

1. Маркетингові інновації – конспект лекцій. URL: [dspace.wunu.edu.ua](https://dspace.wunu.edu.ua).
2. Маркетинг – про історію маркетингу. URL: [uk.wikipedia.org/wiki/](https://uk.wikipedia.org/wiki/).