

УДК 338.17

Емілія Різник, Ірина Вовк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

МАРКЕТИНГ В ПРОЦЕСІ СТВОРЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Emilija Riznik, Iryna Vovk

MARKETING IN THE PROCESS OF CREATION OF ECOLOGICAL INNOVATIONS ON ENTERPRISE

Впровадження екологічних інновацій передбачає ефективне використання ресурсів виробниками, збереження оточуючого середовища, управління інноваційною діяльністю підприємств з метою максимально можливого задоволення потреб споживачів в екологічних продуктах.

Екологічну інновацію можна розглядати як процес творчої діяльності, що спрямована на розробку, створення та впровадження нововведень у вигляді нової продукції, технології, методу, форми організації виробництва, що безпосередньо або опосередковано сприяє зниженню негативного впливу виробництва на навколишнє середовище та вирішенню екологічних проблем. [1, С. 31].

До екологічних інновацій відносять:

- розроблення й використання ресурсозберігаючої техніки, розроблення і впровадження маловідходних і безвідходних технологій, що забезпечують комплексне освоєння природних ресурсів, розроблення біотехнологій;
- освоєння нових територій з врахуванням екологічної безпеки населення і виробництва;
- розроблення і випуск нових екологічно чистих продуктів і створення потужностей для їх виробництва, розроблення варіантів використання нових і поновлюваних джерел енергії;
- випуск екологічно чистих продуктів і створення потужностей для їх виробництва;
- впровадження екологічної освіти для винахідників і працівників підприємств, які займаються інноваційною діяльністю. [1, С. 20].

Процес маркетингового забезпечення екологічної інноваційної продукції передбачає досліджування конкурентного середовища – вивчення ринку, аналізу вимог споживачів, даних про продукцію конкурентів, структуру даного процесу та формування вимог до розроблювальної продукції на основі маркетингових досліджень.

Потрібно проводити збір та аналіз маркетингової інформації щодо стану конкурентної ситуації на ринку, співставлення продукції підприємства з продукцією прямих конкурентів, аналіз потреб споживачів при створенні екологічної інноваційної продукції.

Таким чином, маркетинг в інноваційній діяльності підприємства повинен визначати напрямок процесу створення та впровадження екологічних інновацій сприятливий для споживачів. Також екологічні інновації показують складний процес, що характеризується взаємозв'язками між окремими її елементами, які, в свою чергу, можуть бути природно-ресурсного і екологічного характеру.

Література:

1. Н.А. Андреева, Е.Н. Мартынюк. Экологические инновации и инвестиции: сущность, системология, специфика взаимодействия и управления. Вісник Хмельницького національного університету 2011, №2, Т.2 – С.205-208.