

УДК 339.13

Ядчишин Павло

Yadchyshyn Pavel

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІННОВАЦІЙНІ ПРОДУКТИ НА РИНКУ: ПРОБЛЕМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ

INNOVATIVE PRODUCTS ON THE MARKET: PROBLEMS AND PECULIARITIES

Інноваційна діяльність тісно пов'язана з функціонуванням економіки держави і тому повинна враховувати відповідні законодавчі та інші нормативно-правові акти.

Головні інструменти в конкурентній боротьбі в умовах ринкової економіки - нові товари, технології і послуги. З урахуванням швидких змін у смаках, технології і стані конкуренції фірма не може покладатися тільки на існуючі сьогодні товари. Споживач хоче і чекає нових і удосконалених виробів. І конкуренти докладуть максимум зусиль, щоб забезпечити його цими новинками.

Розвиток інноваційної діяльності на сучасному етапі розвитку економічної системи один з найбільш ефективних напрямків забезпечення підвищення ефективності виробництва, спрямований на розроблення і використання результатів наукових досліджень, що дає можливість забезпечити прибутковість через задоволення нових потреб ринку. Визначальним фактором розвитку економіки, що підвищує її конкурентоспроможність і забезпечує високий рейтинг країни у світовому економічному просторі є прискорення інноваційних процесів, як свідчить досвід промислово розвинених країн.

Плодом багаторічної науково-технічного пошуку є як правило, новий товар, технологія або послуга, на який фірма витрачає значні фінансові

кошти. Тому однією з найважливіших проблем фірми стає маркетингове забезпечення розроблених нових товарів. Це тим більш важливо, що досвід ринку показує виняткову ступінь ризику саме в нововведення - в середньому з п'яти нових товарів і послуг чотири не приносять своїм творцям нічого, крім збитків.

Ринок інноваційних продуктів має свої особливості порівняно з ринком традиційних товарів, що повинно прийматися до уваги при розробці маркетингової політики компанії. Зазвичай виділяють наступні причини невдач при виведенні інноваційних товарів на ринок [1]: інноватор виводить «свій» товар, не беручи до уваги результати маркетингових досліджень; невдале позиціонування товару на ринку; реакція конкурентів не така на яку сподівалися. Проблеми виведення нового товару на ринок, пов'язані в першу чергу, з ризиком не сприйняття його покупцями. Це може бути характерно для будь-якої компанії, але для ринку інноваційної, високотехнологічної продукції це особливо актуально.

Специфіка ринку інноваційних товарів зумовлює особливості маркетингу інновацій [2]: вивчення потенційних споживачів на різних галузевих ринках; продажі інноваційних товарів вимагає серйозних зусиль по просуванню, так як покупці повинні «визріти»; технічна складність інноваційного товару потребує організації післяпродажного сервісу.

Важливо розібратися в особливостях виведення інноваційних товарів на ринок, необхідно дивитися на новий товар очима споживача.

Перелік посилань:

- 1) Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф.Котлер. – СПб: Питер, 2006. – 464с.
- 2) Экономика инноваций / Под ред.Н.П.Иващенко. – М.: МАКС Пресс, 2014. – 352с.