

## ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ

Студ. Білик А.В.

Наук. керівник доц. Шарко В.В.

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

Протягом останніх десятиріч сучасні технологічні інновації відіграють дедалі більшу роль у забезпеченні сталого економічного зростання як країн, окремих галузей, так і певних виробничих підприємств.

Питанням сутності інновацій займалися такі вчені як Й. Шумпетер, Ф. Ніксон, Б. Санто, Д. Сондерс, П. Дрюкер та ін. Зв'язок маркетингу та інновацій представлено працями В. Кардаша, Н. Кубишиної, Н. Чухрай та ін.

Шумпетер під поняттям «інновація» розуміє впровадження нового продукту або якісне удосконалення попереднього, впровадження нового методу виробництва, відкриття нового ринку, придбання нового джерела сировини, здійснення нової організації виробництва. Такі автори як Кардаш В.Я., Чухрай Н.І., Кубишина Н.С. під інновацією розуміють новинка (новий вид продукції, технології, методу, послуги тощо), яка поліпшує, удосконалює, розвиває вже існуюче в тій чи іншій сфері. Інновації розглядаються в аспекті узгодження інтересів виробника та потреб споживача.

В сучасному світі інноваційні технології є одними з найважливіших і визначальних концепцій розвитку маркетингового середовища. Інтерактивний маркетинг, Інтернет, широкосмугова мережа, бездротові засоби і інтерактивне телебачення – все це результат технологічних, інноваційних проривів, якими маркетингологи вже успішно користуються і отримують необхідні норми прибутку.

Інноваційний маркетинг є сукупністю стратегій, філософії бізнесу, функцій і процедур управління підприємством. Історично склалися два підходи, що характеризують місце маркетингу в інноваційній діяльності:

- інженерний – маркетинг здійснюється після завершення процесу створення продукту (НДДКР – Виробництво – Маркетинг – Застосування);
- маркетинговий – попереднє формування розробки інноваційного продукту здійснюється на основі результатів маркетингових досліджень та відповідно до стратегічного розвитку підприємства (Маркетинг – НДДКР – Виробництво – Застосування).

Маркетингові інновації – реалізовані нові або значно поліпшені маркетингові методи, що охоплюють істотні зміни в дизайні та упаковці продуктів, використання нових методів продажів і презентації товарів, робіт, послуг; їх представлення та просування на ринки збуту, формування нових цінових стратегій. Маркетингові інновації спрямовані на більш повне задоволення потреб споживачів, розширення їх складу, відкриття нових ринків збуту з метою підвищення обсягів продажів.

Можна навести наступні приклади маркетингових інновацій: впровадження значних змін у дизайн продуктів і послуг; реалізація нової маркетингової стратегії, орієнтованої на розширення складу споживачів або ринків збуту; застосування нових прийомів просування продуктів (нові рекламні концепції, імідж, бренд); використання нових каналів продажів (прямий продаж, Інтернет - торгівля, ліцензування продуктів і послуг). Отже, у ринкових умовах безперервне впровадження інновацій – єдиний спосіб підтримки ефективності системи розвитку маркетингу підприємств. Для максимального використання можливостей в зовнішньому середовищі, підприємствам потрібна постійна робота над новими продуктами, технологіями, відносинами з навколишнім світом. Ці завдання сприятимуть вирішенню інноваційності маркетингової діяльності, яка в сучасних умовах стає ядром корпоративних конкурентних стратегій.