

МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ В ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ

© Нізар Ганем Фуат, 2014

В умовах розвитку ринкової економіки України одним із основних принципів конкурентоспроможності підприємств є ефективна інноваційна діяльність. Зокрема це стосується малих та середніх підприємств, оскільки вони в більшій мірі здатні швидко адаптуватись до змінних умов зовнішнього середовища та нових потреб ринку, ніж великі підприємства. З іншої сторони великі підприємства мають можливості до залучення більшої кількості інвестицій та забезпечення розробок інновацій та інноваційної діяльності.

Підприємства України не завжди застосовують повний комплекс маркетингу інновацій, використовуючи лише деякі принципи та інструменти даної системи. Однак повноцінне та ефективне ведення інноваційної діяльності вимагає повноцінного розуміння особливостей та відмінностей маркетингу інновацій від традиційного маркетингу. Зокрема доцільно уточнити поняття «інновації», «інноваційна діяльність» з метою повноцінного розуміння аспектів даного дослідження. Чухрай Н.І. пропонує таке визначення поняття «інновація - це використання нових для підприємства ідей, шляхом втілення їх у товарах, процесах, послугах, або у системах управління маркетингу, якими оперує підприємство» [1, с. 13]. У Законі України «Про інноваційну діяльність» під інноваціями пропонується розуміти «новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери; інноваційна діяльність - діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг» [2].

Основною ознакою інновацій є можливість їх комерціалізації, оскільки винахід або розробки, які є неактуальними та неконкурентоспроможними на ринку, не можна назвати інновацією [1]. При прийнятті рішення про розробку та виробництво певної інновації на підприємстві необхідно провести маркетингові дослідження ринку, які дозволять зробити висновок про потреби споживачів та попит на даний товар чи послугу. Рішення повинно ґрунтуватись на результатах досліджень з метою мінімізації ризиків та максимізації прибутку від впровадження інновації.

Для максимально ефективного розвитку підприємств є розробка інновацій та їх реалізація у двох аспектах. В першу чергу, інновації використовуються самими підприємством шляхом розроблення та виробництва інноваційних товарів та послуг, які є затребувані на ринку. Також інновації використовують для підвищення окупності шляхом їх реалізації у вигляді патентів, ліцензій тощо. Отже, ефективне використання комплексу маркетингу інновацій забезпечує високий рівень конкурентоспроможності, зростання ефективності діяльності малих та середніх підприємств.

1. Чухрай Н.І. *Маркетинг інновацій: Підручник / Н.І. Чухрай.* – Львів.: Видавництво Львівської політехніки, 2010. – 272 с. 2. Закон України “Про інноваційну діяльність” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15?nreg=40-15&find=1&text=%B3%ED%ED%EE%E2%E0%F6%B3%FF&x=0&y=0>