

25. ІННОВАЦІЇ В КОМУНІКАТИВНІЙ ПОЛІТИЦІ

Кунова К.В. Науковий керівник – доц. каф. “Економічних систем і маркетингу”, к.е.н. Забарная Е.М.

Сучасні умови жорсткої конкуренції змушують підприємців шукати нові канали збуту своїх товарів та послуг. Сьогоднішнього споживача вже не здивувати традиційними методами комунікативної політики. Інновації в цій сфері здатні привести підприємство до бажаної мети, а саме отримання прибутку, завоювання лідерства та міцних позицій на ринку товарів та послуг. В загальному розумінні, комунікативна політика – це система загальних установок, критеріїв, орієнтирів, прийнятих організацією для дій і прийняття рішень у сфері комунікацій, що забезпечують досягнення її маркетингових цілей [1]. Інновацією в комунікативній політиці для підприємства сьогодні в першу чергу виступає мережа Інтернет, а саме Інтернет-маркетинг, який дозволяє використовувати масу нових технологій, що здатні реально збільшити продажі продукції. Серед таких можна відокремити розробку web - сайту підприємства та залучення до нього потенційних клієнтів. Крім цього, інноваційний підхід до просування товару спостерігається і в проведенні спеціалізованих виставок, які для підприємства мають виняткове значення [2]. Це пояснюється тим, що саме на виставках виробники проявляють винахідливість в позиціонуванні свого товару, використовуючи розроблені за новітніми технологіями експонати продукції, виставкові стенди тощо. Отже, комунікація, як категорія, що вимагає інноваційних стратегій розвитку, залучення новітніх технологій щодо просування товарів та послуг. Однак головним є те, що ці елементи виступатимуть гарантом успішних рішень на фірмі в сучасних бізнес-умовах.

1. Кудлай В.Г. Теоретичні основи системи маркетингових комунікацій на сучасному ринку // Економіка, фінанси і право. – 2006. – № 10. – С. 9-10

2. Роль виставки для підприємства. – Режим доступу: <http://expoorg.ru.com/predp.php>