

АКТИВІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГУ ACTIVATION OF INNOVATIVE ACTIVITIES ON THE BASIS OF MARKETING

Науковий керівник: к.е.н., старший викладач кафедри менеджменту

Антощук Віталій Миколайович

Здобувач вищої освіти: Ковальчук Юлія Сергіївна

Supervisor: PhD(Economics), Senior Lecturer, Department of Management

Antoschuk Vitaliy Mykolaiovych

Bachelor: Kovalchuk Yulia Serhiivna

Анотація: досліджено сутність та види інноваційної діяльності, їх значення у відбудові економіки країни. Визначено поняття маркетингу інновацій, наведено його основні типи та приклади компаній, які застосовували дані інновації. Зазначено, що маркетингові інновації особливо актуальні в сучасних умовах господарювання, що надає можливість застосувати потенціал підприємства й отримати позитивний результат впровадження інновацій. Завдяки активізації інноваційної діяльності компанії мають можливість оновити технології та удосконалювати продукцію й послуги, що має значний позитивний вплив на прибутковість підприємства.

Ключові слова: інноваційна діяльність, маркетинг інновацій, підприємство, маркетинг, економіка.

Annotation: the essence and types of innovative activity, their significance in the reconstruction of the country's economy are studied. The concept of innovation marketing is defined, its main types and examples of companies that have applied these innovations are given. It is noted that marketing innovations are especially relevant in modern business conditions, which provides an opportunity to apply the potential of the enterprise and obtain a positive result from the implementation of innovations. Due to the intensification of innovative activity, companies have the opportunity to update technologies and improve products and services, which has a significant positive impact on the profitability of the enterprise.

Keywords: innovative activity, innovation marketing, enterprise, marketing, economy.

Інноваційна діяльність являє собою комплекс заходів організаційного, науково-технічного та виробничого характеру, що спрямовані на впровадження у господарську діяльність інтелектуального капіталу з метою випуску нових конкурентоспроможних продуктів як споживчого, так і промислового призначення [1].

Інноваційна діяльність займає важливе місце в функціонуванні будь-якої організації, адже вона забезпечує постійний розвиток й удосконалення процесів всередині організації та результатів її діяльності. Вона включає в себе розробку нових товарів і послуг, впровадження нових технологій, використання нових підходів управління тощо.

Ключовим чинником розвитку державної інноваційної діяльності, її основою та двигуном є інноваційна активність кожного підприємства, що виражається в ефективності інноваційної діяльності. Інтенсифікація інноваційної діяльності в науці та промисловості є важливою умовою економічної незалежності України [2].

Основні види інноваційної діяльності представлені на рисунку 1. Розглянемо їх детальніше:

–інноваційно-технічна діяльність базується на науково-дослідних та конструкторських роботах й здійснює розробку нових технологій чи продуктів, а також включає удосконалення їх споживчих характеристики

–інноваційно-управлінська діяльність зосереджується в змінах у системі організації. Це стосується операційної, фінансової, інвестиційної, маркетингової, логістичної діяльності суб'єкта господарювання.

– інноваційно-виробнича діяльність включає в себе використання технологічних (технічних) або організаційних рішень у сфері виробництва задля підвищення продуктивності виробництва або удосконалення споживчих характеристик продукції підприємства.

– інноваційно-інвестиційна діяльність передбачає придбання нових знань, ліцензій, інноваційне обладнання тощо, які мають практичну і комерційну цінність.

Розглянемо основні види інноваційної діяльності на рисунку 1:

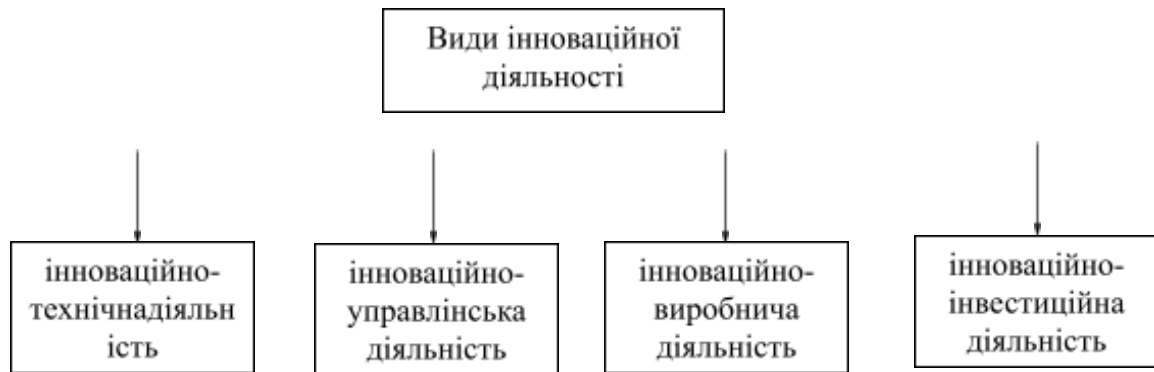


Рис. 1. Складено на основі [1]

Досвід економічно розвинутих країн переконливо демонструє, що інноваційна діяльність відіграє ключову роль у нагромадженні інтелектуального капіталу, технічному оновленні промислового виробництва на якісно новому рівні та повноцінній реалізації національного науково-технічного потенціалу в умовах постіндустріальної трансформації світової економіки та глобалізації економічного середовища [1].

Сьогодні інноваційна діяльність стає основою відновлення економіки України, адже вона акумулює науково-технічний прогрес та соціально-економічне зростання. Активізація інноваційної діяльності допоможе відбудувати та стабілізувати економіку країни, зокрема завдяки підвищенню рівня конкурентоспроможності підприємств.

Ефективне використання результатів інноваційної діяльності здійснюється завдяки ефективному маркетингу, який визначає попит споживачів й ефективність інновацій на ринку.

Для успішного існування на ринку, підприємства мають не тільки впроваджувати інновації у виробництво, але й ефективно поєднувати процес створення нового інноваційного продукту з маркетинговою діяльністю. Маркетинговий підхід до розробки й виведення на ринок товару-новинки включає етапи від генерації ідей до початку комерційної реалізації проекту. Водночас товаровиробник створює потенційні варіанти, отримує уявлення споживачів про них, оцінює й усуває найменш привабливі, розробляє зразки товарів, випробовує та впроваджує їх на ринок.

Маркетинг інновацій — це діяльність, спрямована на пошук нових сфер бізнесу, розробку абсолютно нових видів продукції та впровадження у виробництво інновацій для вже існуючих товарів. У практичній діяльності маркетинг інновацій — це виробництво та збут інноваційної конкурентоспроможної продукції, що в повному обсязі задовольняє попит споживачів. Впровадження маркетингових інновацій в діяльність промислових підприємств має забезпечувати більш повне задоволення потреб споживачів, розширення клієнтської бази, вихід на нові ринки збуту [3].

В наш час існує чотири типи маркетингових інновацій, які представлені в таблиці 1.

Таким чином, кращі практики зарубіжних підприємств свідчать про те що, впровадження інновацій на засадах маркетингу є ефективним, тому що враховує тенденції зміни

вподобань споживачів. Маркетинговий підхід в значній міру активізує інноваційну діяльність, тому що маркетингові інновації [3]:

Таблиця 1

Типи маркетингових інновацій [3]

Назва маркетингових інновацій	Типи маркетингових інновацій	Приклад використання
Радикальні інновації	Основою радикальності полягає в зміні уявлення клієнтів про бренд, продукт, процес. Організація змінює бренд, продукт, послугу чи ринок зазвичай через створення нової технології.	Компанія Amazon розробила абсолютно нову технологію-кнопку Dash Button, яка спрямована на спрощення замовлення та перезамовлення побутових товарів. Завдяки новому процесу замовлення клієнти змінили ставлення до цього онлайн-процесу й до бренду в цілому.
Інкрементальні інновації	Головна мета інкрементальних інновацій-підвищення задоволеності клієнтів через повільні зміни або оновлення існуючих продуктів. Такий тип інновацій фокусується на корисних змінах і відбувається повільно.	Компанія Coca-Cola, яка була заснована в 1892 році, використовувала інкрементальні інновації, щоб залишатися актуальною і підвищувати задоволення споживачів. Вона випустила такі нові смаки, як "Кока-Кола Апельсин" та "Кока-Кола Малина", які підвищили популярність вже існуючого продукту.
Підривні інновації	Цей тип інновацій на клієнтському досвіді, пристосовуючись до поведінки користувачів, а не до трендів.	Uber – і супутня йому технологія спільного використання автомобілів – пристосовується до поведінки клієнтів. Коли потреба в доступному, недорогому та спрощеному транспорті зросла, нова технологія відреагувала на це. Крім того, Uber дозволяє користувачам бути водіями або пасажирами, залежно від їхніх потреб та наявності вільного часу, що суттєво змінює досвід користування громадським транспортом.
Архітектурні інновації	Завдяки існуючим технологіям створюються нові технології, призначені для нових користувачів. Такий тип інновацій часто передбачає ребрендинг, перепакування або трансформацію технологій у нові ідеї чи концепції.	Автономний ксерокс було перероблено і відтворено у вигляді настільного ксерокса, який краще підходить для малого бізнесу та особистого використання. Крім того, цей тип портативного ксерокса часто виконує додаткові завдання,

		Включаючи кольоровий друк, сканування та спільну роботу.
--	--	--

- стимулюють розробку нових товарів і послуг. Маркетингові дослідження можуть допомогти підприємству виявити нові потреби і запити споживачів, що може призвести до розробки нових товарів і послуг.

- сприяють підвищенню ефективності маркетингових комунікацій. Маркетингові інновації в сфері комунікацій можуть допомогти підприємству більш ефективно донести свою пропозицію до споживачів.

- створюють нові можливості для міжнародного співробітництва. Маркетингові інновації можуть допомогти підприємству вийти на нові ринки і співпрацювати з міжнародними партнерами.

Підсумовуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що інноваційна діяльність підприємств включає в себе різні аспекти, зокрема, розробку нових товарів і послуг, впровадження нових технологій, створення нових маркетингових стратегій тощо. Маркетингові інновації є важливим інструментом активізації інноваційної діяльності підприємства, які дозволяють підприємству підвищити свою конкурентоспроможність, завоювати нові ринки і збільшити прибуток. Майбутня повоєнна відбудова економіки країни посилює роль міжнародних економічних відносин, що в свою чергу вимагає від підприємств активізації їх інноваційної діяльності. У конкурентній боротьбі на міжнародному ринку підприємствам необхідно постійно впроваджувати нові технології, розвивати свої маркетингові стратегії, щоб задовольняти потреби різних споживачів.

Список літератури

1. Вірченко В., Вірченко В. Пріоритети розвитку інноваційної діяльності в контексті реіндустріалізації економіки України. *Економіка та суспільство*. 2022. №38. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-10>

2. Продіус О. І., Адирова Т. І. Особливості менеджменту організацій в умовах глобалізаційних ризиків та кризових явищ. *Економіка та суспільство*. 2023. № 58. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-61>

3. Найчук-Хрущ М., Коновалець О. Маркетингові інновації як інструмент активізації інноваційної діяльності підприємств малого та середнього бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2024. №59. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-15>