

УДК 339.138.001176:658.589

## **МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ НА СОВРЕМЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ**

**Черфас А.Г.**

**Научный руководитель – доц. каф. «Менеджмент внешнеэкономической и инновационной деятельности», канд. экон. наук Лапин А.В.**

В условиях современного рынка возрастает сложность предпринимательской деятельности. В связи с этим, инновации выходят на первый план. Они позволяют предприятию повысить доходность бизнеса, конкурентоспособность.

Для достижения коммерческого успеха предпринимательским структурам необходимо создать товары, которые могут привлечь внимание потребителей, среди существующих на рынке множества их аналогов. Это особенно важно для структур малого и среднего бизнеса, которые не могут соревноваться с большими компаниями в сфере расходов и ценовой политики, однако благодаря продуктовым инновациям, то есть выведению на рынок нового продукта, способного удовлетворять потребности потребителей лучше, чем существующие товары, могут увеличивать свой предпринимательский доход.

Какую бы материально-вещественную форму новый продукт не имел, процесс его создания предусматривает планирование и осуществление инновационной деятельности на следующих этапах: генерирование идей, оценивание и отбор перспективных идей, разработка концепции товара, разработка и создание опытного образца, пробный маркетинг. Создание маркетингового плана инновации определяет не только скоординированность и организованность её воплощения в жизнь, а следовательно и экономический успех.