

УДК 330.341.1

МАРКЕТИНГОВІ, ОРГАНІЗАЦІЙНІ ТА ТЕХНОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ – ШЛЯХИ РОЗВИТКУ

Летута Н.В., студент

*(Харківський національний технічний університет сільського господарства
імені Петра Василенка)*

Під маркетинговими інноваціями мається на увазі реалізація нових або значно поліпшених маркетингових методів, що охоплюють істотні зміни в дизайні та упаковці продукції, використання нових методів продажів і презентації продуктів (послуг), їх представлення і просування на ринки збуту, формування нових цінових стратегій. Вони спрямовані на більш повне задоволення потреб споживачів продуктів, відкриття нових ринків збуту, розширення складу споживачів продуктів і послуг з метою підвищення обсягів продажів. Упродовж 2014–2016 рр. 32,4% інноваційних підприємств співпрацювали з підприємствами України, а 5,7% – з країнами Європи.

Організаційні інновації – це реалізація нового методу у веденні бізнесу, організації робочих місць або організації зовнішніх зв'язків. Дані інновації спрямовані на підвищення ефективності діяльності організації шляхом зниження адміністративних і трансакційних витрат, шляхом підвищення задоволеності працівників організацією робочих місць (робочого часу) і тим самим підвищення продуктивності праці, шляхом отримання доступу до відсутніх на ринку активів або зниження вартості поставок. Організація не обов'язково повинна бути першою у впровадженні цих організаційних інновацій. Не має значення, були інновації розроблені вашою організацією або іншими організаціями.

Технологічні інновації являють собою кінцевий результат інноваційної діяльності, що одержав втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту або послуги, впроваджених на ринку, нового або вдосконаленого процесу або способу виробництва (передачі) послуг, що використовуються в практичній діяльності. Технологічними інноваціями можуть бути, як ті продукти, процеси, послуги та методи, які організація розробляє вперше, так і ті, які переймаються нею у інших організацій. В Україні протягом 2014–2016рр. 34,4% підприємств із технологічними інноваціями співпрацювали з іншими підприємствами та організаціями, у т.ч. університетами, науково-дослідними інститутами тощо.

Крім впровадження технологічних інновацій, підприємства можуть бути активними в організаційних і/або маркетингових інноваціях, які підтримують продуктові й процесові інновації, підвищують якість і ефективність роботи підприємства та поліпшують обмін інформацією й використання нових знань і технологій, а також можуть впливати на продуктивність фірми, вихід на нові ринки або сегменти ринку та розроблення нових способів просування продукції.