

## **ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ. СОДЕРЖАНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Студент гр.113627 Е.В. Чиж,

д-р экон. наук, проф. М.В. Радиевский

*Белорусский национальный технический университет*

Инновационный тип экономического развития означает, прежде всего, резкое снижение детерминированности и усложнение системы в целом. При высокой активности внешней среды с ее социальными и политическими конфликтами и потрясениями, информационными и технологическими трансформациями, поведение экономической системы и ее структурообразующих элементов начинает приобретать все более вероятностный и непредсказуемый характер. В этих условиях выживание предприятий находится в прямой зависимости от способности руководителей и их умения ориентироваться в неожиданных ситуациях, предвидеть риск. Логика развития новаторской фирмы приводит к переносу центра тяжести с оперативного тактического планирования и управления на стратегический уровень, на уровень формирования нового типа управления – инновационного маркетинга.

Инновационный маркетинг – концепция маркетинга, согласно которой организация должна непрерывно совершенствовать продукты и методы маркетинга.

Концепция маркетинга инноваций является основой работы всей маркетинговой службы, исследования рынка и поисков конкурентной стратегии предприятия. Первостепенной задачей подразделений маркетинга на начальном этапе поиска инновации становится исследование рынка: уровня спроса и конкуренции, поведения покупателя и динамики его предпочтений, наличия конкурирующих продуктов и возможностей закрепления новинки на рынке. Из концепции маркетинга следует, что инновационный маркетинг в современном понимании представляет собой единство стратегий, философии бизнеса, функций и процедур управления и методологической основы.

Поэтому именно менеджер обязан развивать инновационную деятельность. Сложно выбрать концепцию, но ещё труднее заставить людей принять её. Работники должны осознать, что для достижения цели необходимо их участие, что без него концепция не может быть реализована.