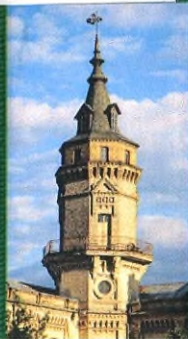


658.589
M27



Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»



МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ



Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Маркетингове забезпечення інноваційних процесів промислових підприємств

Монографія

Рекомендовано Вченою радою КПІ ім. Ігоря Сікорського

Київ
КПІ ім. Ігоря Сікорського
2017

Рецензенти:

А. В. Федорченко, д-р екон. наук, проф.,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Л. М. Ганущак-Сфіменко, д-р екон. наук, доц.,
Київський національний університет технологій та дизайну

С. Я. Касян, канд. екон. наук, доц.,
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

М25 Маркетингове забезпечення інноваційних процесів промислових підприємств : монографія / Є. В. Гнітецький, Н. С. Кубишина, С. О. Лебеденко та ін. - Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2017.- 168 с.

ISBN 978-966-622-839-3

Розглянуто теоретичні, методологічні та практичні аспекти реалізації інноваційних процесів промисловими підприємствами України в умовах перебудови економічних зв'язків у контексті інтенсифікації інноваційної складової їх діяльності. Охарактеризовано загальні засади здійснення інноваційної діяльності, проаналізовано поняття «інноваційна діяльність», «інновація», визначено маркетингове підґрунтя впровадження інноваційних проєктів та наведено методики обрахунку їх привабливості з урахуванням ризиків. За допомогою статистичних даних проаналізовано стан промислового ринку інноваційної продукції, визначено особливості узгодження попиту та пропозиції, тенденції розвитку інноваційної складової діяльності промислових виробників. Детально розглянуто питання інноваційної інфраструктури, зокрема маркетингової інформаційної системи, як ключової складової діяльності підприємства, що відіграє наріжну роль під час прийняття рішень щодо розвитку інноваційних проєктів, та надано відповідні рекомендації.

Для наукових співробітників, викладачів вищих навчальних закладів, спеціалістів у сфері маркетингу, інноваційної економіки та управління підприємствами, аспірантів, студентів.

УДК 658.589:658.8

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	5
1.1 Теоретичні основи інноваційної діяльності	5
1.2 Інновації як об'єкт інноваційної діяльності: поняття, види, класифікація	14
1.3 Маркетингове підгрунтя інноваційної діяльності	28
1.4 Методологія дослідження	40
РОЗДІЛ 2. ІННОВАЦІЙНІ ПРОЕКТИ ЯК ФОРМА ЗДІЙСНЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	42
2.1 Загальні умови реалізації та фінансування інноваційних проектів.	42
2.2 Методи оцінювання інноваційних проектів із урахуванням ризиків	50
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	67
3.1 Стан та перспективи розвитку ринку інноваційних технологій промислових підприємств України	67
3.2 Детермінанти комерціалізації інноваційних проектів промислових підприємств	80
РОЗДІЛ 4. ІННОВАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ	92
4.1 Концептуальні підходи до побудови інноваційної інфраструктури економічних суб'єктів	92
4.2 Види виробничо-технологічних інноваційних структур	97
Розділ 5. МАРКЕТИНГОВА ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОГО СЕРЕДОВИЩА	109
5.1 Генезис маркетингової інформаційної системи підприємства	109
5.2 Інформаційно-комунікаційне середовище як фактор впливу на інноваційні процеси підприємства	119
5.3 Архітектура маркетингової інформаційної системи в умовах інформаційно-комунікативного середовища	125
Висновки	135
Список використаних джерел	137
Додатки	157