

The study systematizes modern approaches to the management of marketing function at the high-tech company that allows to identify factors that have direct impact on the high-tech marketing performance. Consequently the conceptual model of management process of high-tech marketing was suggested, where, in particular, the strategic management level was defined including the following elements: market orientation, planning, capability development, organizing and budgeting of marketing operations.

Keywords: high-tech marketing, marketing management, market orientation, marketing ability, Agile Marketing.

Рассмотрены современные подходы к управлению высокотехнологическим маркетингом, на основе чего определены факторы, оказывающие непосредственное влияние на результаты и эффективность маркетинговой деятельности на высокотехнологическом предприятии. Обобщение рассмотренных подходов позволило разработать концептуальную модель управления высокотехнологическим маркетингом, выделив в ней стратегический уровень управления, куда отнесены функции по обеспечению рыночной ориентации, планирования, развития способностей, организации и бюджетирования маркетинговой деятельности.

Ключевые слова: высокотехнологичный маркетинг, управление маркетингом, рыночная ориентация, маркетинговые способности, Agile маркетинг.

УДК 658.014

I.B. ДОЛИНА, канд. екон. наук, доц., НТУ “ХП”

АНАЛІЗ ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Актуальність проблем інноваційного розвитку сьогодні в умовах нової економіки та інтеграції інноваційних процесів – це проблема інтеграції науки і виробництва, інновацій і інвестицій, а також розвитку науки і техніки. У статті розглянуто проблему інтеграції інноваційного потенціалу країни у науково-технічну інноваційну діяльність.

Ключові слова: рейтинги економіки України, розвиток інноваційної діяльності, інноваційний потенціал, ефективність, виробництво.

Вступ. Сучасні досягнення України в міжнародному вимірі конкурентоздатності економіки, рівня розвитку і особливо ефективності функціонування національної інноваційної системи є недостатніми для забезпечення сталого розвитку вітчизняної економіки, гарантованої національної безпеки, виходу в найближчій перспективі за рахунок економічного зростання на європейські стандарти життя українських громадян. Головна системна проблема полягає в тому, що результативність, якість функціонування і структура креативної частини національної інноваційної системи – сектору досліджень і розробок, освіти, винахідництва – не повною мірою відповідають потенційним потребам інтенсивного розвитку економіки. З іншого боку, структурно відстала, технологічно низькоукладна вітчизняна економіка, отримана у спадок від СРСР, а також система підприємництва, що склалася під

© I.B. Долина, 2013

The study systematizes modern approaches to the management of marketing function at the high-tech company that allows to identify factors that have direct impact on the high-tech marketing performance. Consequently the conceptual model of management process of high-tech marketing was suggested, where, in particular, the strategic management level was defined including the following elements: market orientation, planning, capability development, organizing and budgeting of marketing operations.

Keywords: high-tech marketing, marketing management, market orientation, marketing ability, Agile Marketing.

Рассмотрены современные подходы к управлению высокотехнологическим маркетингом, на основе чего определены факторы, оказывающие непосредственное влияние на результаты и эффективность маркетинговой деятельности на высокотехнологическом предприятии. Обобщение рассмотренных подходов позволило разработать концептуальную модель управления высокотехнологическим маркетингом, выделив в ней стратегический уровень управления, куда отнесены функции по обеспечению рыночной ориентации, планирования, развития способностей, организации и бюджетирования маркетинговой деятельности.

Ключевые слова: высокотехнологичный маркетинг, управление маркетингом, рыночная ориентация, маркетинговые способности, Agile маркетинг.

УДК 658.014

I.B. ДОЛИНА, канд. екон. наук, доц., НТУ “ХП”

АНАЛІЗ ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Актуальність проблем інноваційного розвитку сьогодні в умовах нової економіки та інтеграції інноваційних процесів – це проблема інтеграції науки і виробництва, інновацій і інвестицій, а також розвитку науки і техніки. У статті розглянуто проблему інтеграції інноваційного потенціалу країни у науково-технічну інноваційну діяльність.

Ключові слова: рейтинги економіки України, розвиток інноваційної діяльності, інноваційний потенціал, ефективність, виробництво.

Вступ. Сучасні досягнення України в міжнародному вимірі конкурентоздатності економіки, рівня розвитку і особливо ефективності функціонування національної інноваційної системи є недостатніми для забезпечення сталого розвитку вітчизняної економіки, гарантованої національної безпеки, виходу в найближчій перспективі за рахунок економічного зростання на європейські стандарти життя українських громадян. Головна системна проблема полягає в тому, що результативність, якість функціонування і структура креативної частини національної інноваційної системи – сектору досліджень і розробок, освіти, винахідництва – не повною мірою відповідають потенційним потребам інтенсивного розвитку економіки. З іншого боку, структурно відстала, технологічно низькоукладна вітчизняна економіка, отримана у спадок від СРСР, а також система підприємництва, що склалася під

© I.B. Долина, 2013