

## МАРКЕТИНГОВІ ЗАСАДИ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО АКТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ У МІЖНАРОДНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРИ

Сучасний стан розвитку світової економічної системи базується на міжнародному поділі виробництва як промислових товарів, так й товарів що задовольняють суспільні потреби у кожному окремому регіоні або країні в цілому.

Позиціонування кожної окремої країни (крупних промислово розвинених, інноваційно активних регіонів, підприємств та їх груп) в світовому глобалізованому просторі визначає перш за все стратегічні перспективи використання наявного економічного потенціалу в довгостроковій пролонгованій перспективі, визначає конкурентні переваги та позицію суб'єктів господарювання будь-якого рівня.

Бути активним учасником міжнародних економічних відносин, займати вигідну конкурентну позицію за умов реалізації інноваційного потенціалу, підприємствам можливо лише за умов ефективного й вдалого науково обгрунтованого використання маркетингових засад та технологій, що й вирішить завдання ефективного функціонування й розвитку.

Розвиток інноваційно активних підприємств, насамперед, визначається застосуванням прогресивних форм господарювання, що забезпечують ефективне управління потенціалом відповідно до конкретних потреб виробництва та міжнародного економічного середовища.

Для здійснення ефективного управління необхідна різноманітна маркетингова інформація, що відбиває усі особливості розвитку інноваційного потенціалу інноваційно активних підприємств в стратегічній перспективі.

Отже, ефективне управління потенціалом інноваційно активних підприємств здійснюється за допомогою маркетингових засад забезпечення ефективного розвитку, що сприяє отриманню ефекту синергізму з урахуванням наступних особливостей міжнародної економічного оточення: комплексності використання наявних економічних ресурсів; взаємодоповнюваності ресурсів; взаємозамінності ресурсів в умовах інноваційного розвитку.

Методологія моделювання ресурсного забезпечення інноваційно активних підприємств пов'язана з методами системного маркетингового аналізу і прогнозування, можливістю представлення всіх процесів, що відбуваються у виробничій сфері як підсистемі міжнародного економічного розвитку.

Складний характер сучасних закономірностей основних економічних характеристик розвитку інноваційно активних підприємств-учасників міжнародних економічних відносин, робить проблематичним надійність маркетингових оцінок очікуваної динаміки.

В дійсності розвиток підприємства відбиває можливість ефективного використання інноваційного потенціалу виробничої системи у конкретний період часу або на пролонговану перспективу. Потенціал, як можливість у динаміці, припускає наявність специфічного вимірника – власного часу.

Основною властивістю всіх інноваційно активних підприємств, незалежно від їх функціонального призначення, є цілеспрямованість в продукуванні певної продукції, яка необхідна для задоволення відповідних потреб людей. Продукція або безпосередньо споживається людьми, або входить до складу іншої продукції, яку потребує світова спільнота.

Розвиток теоретичних основ маркетингових досліджень стосовно управління інноваційно активними підприємствами, інваріантних до специфічних особливостей галузей, виробництв, цехів, ділянок і робочих місць покликане не виключити, а підсилити вплив «людського чинника» на продукування рішень, здатних підвищити ефективність управління, за рахунок отримання адекватної маркетингової інформації про реальний стан справ й перспективи суспільного розвитку.

В умовах подальшої трансформації вітчизняної економічної системи, розбудови ринкових відносин, міжнародних економічних процесів, першочерговим стає питання розробки та реалізації механізму сталого розвитку не лише інноваційно активних підприємств, а й регіонів в яких розташовані ці підприємства.

Стабілізація функціонування сучасних регіонів в значній мірі досягається за рахунок організації на підприємствах, галузях ефективної системи управління, що базується на засадах маркетингу, яка дозволить в умовах дестабілізації економіки адаптувати методи управління з використанням системного підходу, що в свою чергу забезпечить поступовий сталий розвиток економічної системи міжнародного рівня.

1. Коверга С.В. Формування механізму управління економічною ефективністю інженерно-технічного забезпечення промислового підприємства в стратегічній перспективі: монографія / С.В. Коверга, Ю.Н. Деречинський, В.В. Пехтерева, Д.В.Солоха. Белякова О.В. – Донецьк: ФОП Дмитренко, 2013. - 210 с.

2. Солоха Д.В., Бандура М.В., Савченко І.В., Морева В.В. Методологічні основи управління сталим інноваційним розвитком потенціалу соціально-економічних систем регіону. Монографія. – Донецьк: ФОП Дмитренко, 2011. 432 с.

3. Шубін О.О., Азарян М.В., Солоха Д.В., Белякова О.В. Потенціал регіону : вектори формування та використання Монографія / Донецьк.; СПД Купріянов В.С., 2011. – 658 с.

Солоха, Д.В. Маркетингові засади позиціонування інноваційно активних підприємств у міжнародному економічному просторі [Текст] / Д.В. Солоха, О.В. Беякова // Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу : збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції, 26-28 вересня 2013 р. / Відп. за вип. Ю.М. Гладенко. - Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2013. - С. 261-262.