

**Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Кафедра маркетингу та УІД
Сумський регіональний центр
інтелектуального розвитку
Українська асоціація маркетингу
Всеукраїнська спілка вчених-економістів**

**Збірник тез доповідей
X Міжнародної
науково-практичної конференції**

**«МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ
І ІННОВАЦІЇ У МАРКЕТИНГУ»**

29 вересня – 1 жовтня 2016 року

Суми 2016

ТЕХНОЛОГІЧНИЙ АУДИТ ЯК СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Інноваційний розвиток української економіки передбачає інтеграцію останньої у світовий технологічний обмін, що наразі розвивається швидкими темпами: тільки для технологій контролю та автоматизації виробництва у 2020 році ринок нових технологій складатиме 202,42 млрд дол, зростаючи щорічно на 6,73% від 2015 до 2020 року, за оцінками агентства маркетингових досліджень MarketsAndMarkets [1], а ринок інноваційних пристроїв для кінцевого споживача особистого використання (часи, телефони, навушники, відеокліпси, браслети тощо) – 34 млрд дол у 2020 році [2].

Українські підприємства, щоб бути конкурентоспроможними на світовому ринку інноваційної продукції, повинні використовувати нові технології – або технології виробництва, або технології споживання, закладені у вихідну продукцію, або ж пропонувати нові технології як об'єкт обміну. За таких умов важливим стає володіння теоретико-методологічним інструментарієм проведення технологічного аудиту (включно із перевіркою комерційної привабливості технології) на всіх етапах життєвого циклу нового товару – від винайдення ідеї до її втілення у готову продукцію (технологію), що в умовах стислого часу на розробку та швидких змін ринкового середовища знижує ризики комерційного провалу.

У *широкому сенсі* технологічний аудит є комплексом взаємопов'язаних заходів, що застосовуються на різних рівнях економічної системи із метою підвищення її конкурентоспроможності (підприємства, галузі, країни). У *вузькому сенсі* технологічний аудит є дослідницьким інструментом аналізу технології або системи технологій, що використовується із метою оцінювання поточного стану та виявлення напрямів подальшого розвитку об'єкта дослідження.

Аналіз історичного розвитку технологічного аудиту як управлінського заходу дозволяє визначити, що на початкових стадіях цей інструмент використовувався як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємства в цілому за рахунок технологічного вдосконалення системи технологій виробництва. Розвиток технологічного обміну призвів до зміщення акцентів на

розумінні технологічного аудиту як складової процесу комерціалізації технології, що мав реалізувати оцінювання привабливості технології як товару для потенційного покупця. Проте маркетинговий підхід до проведення технологічного аудиту передбачає розуміння останнього як інструменту визначення цінності, яку технологія приносить своєму споживачеві, в межах ланцюжка цінності, в якому бере участь споживач (рис. 1).



Рис. 1. – Завдання технологічного аудиту в межах маркетингового підходу [джерело – авторська розробка]

Маркетинговий підхід до проведення технологічного аудиту передбачає аналіз технології в контексті стратегічного інноваційного розвитку підприємства та є дієвим інструментом ринкової діяльності в межах сучасного конкурентного середовища.

1. Ринок засобів промислового контролю та автоматизації виробництва, досліджений за технологією, галузями, виробництвом та географією: глобальний прогноз на 2020 рік [Електронний ресурс] // Корпоративний сайт. – 2015 р. – Режим доступу: marketsandmarkets.com/Market-Reports/factory-industrial-automation-sme-smb-market-541.html.

2. Обсяг ринку інноваційних споживчих пристроїв сягне 34 млрд у 2020 році [Електронний ресурс] // Інформаційний портал журналу «Forbes» – 2016 р. – Режим доступу: forbes.com/sites/paullamkin/2016/02/17/wearable-tech-market-to-be-worth-34-billion-by-2020/#7f6b7243fe38.