

АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ ЩО ВИРІШУЄ ПРОЦЕДУРА МАРКЕТИНГОВОГО ТЕСТУВАННЯ

аспірант **Нагорний Є.І.**

Інноваційна діяльність вітчизняних промислових підприємств характеризується низькою активністю і результативністю, фінансується за залишковим принципом та практично повністю позбавлена державної підтримки. З метою підвищення результативності інноваційної діяльності у сучасному ринковому середовищі варто використовувати процедуру маркетингового тестування. Процедура маркетингового тестування покликана на вирішення наступних проблем (рис. 1).

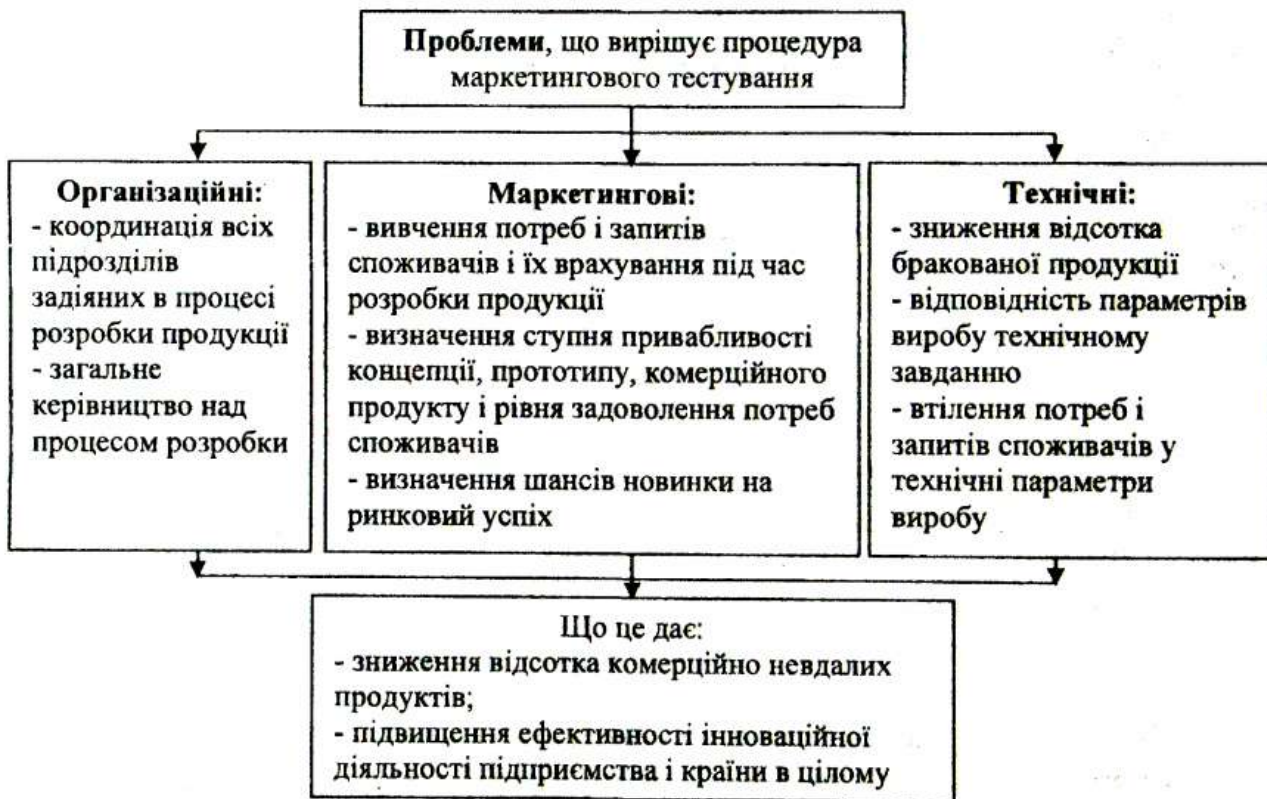


Рисунок 1 – Загальна необхідність проведення процедури маркетингового тестування

Маркетингове тестування продукції має визначальне значення з погляду з'ясування перспективних розробок, а в подальшому і асортименту вироблюваної продукції.