

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ТОВАРІВ НА ТРАДИЦІЙНИХ РИНКАХ*

Біловодська О.А., Горбань Н.С.

У сучасних умовах господарювання все більше вітчизняних підприємств починає впроваджувати інновації, розуміючи, що лише таким чином можна забезпечити переваги над конкурентами. Та при цьому постає питання щодо необхідності та особливостей виробництва і виведення на «традиційні» ринки «інноваційних товарів», що і зумовлює актуальність даного дослідження.

У сучасному маркетингу новизна товару розглядається не обов'язково як дещо матеріальне, виражене в його фізичних характеристиках. Останнім часом, продається не сам товар, а «легенда», «образ», «історія» і т.д. Саме ця нематеріальна частина є для споживачів генератором новизни та сприймається як основна відмінність і суть товару. У першу чергу, особливості інноваційних товарів, полягають у типах інновацій та загальній швидкості інноваційного процесу. Тут інновація переходить в дещо іншу площину – від фізичних відмінностей продукту в площину ідей.

Так, наприклад, виробники «Соку Одеського заводу дитячого харчування» змогли завоювати 11 % ринку соків України, сформувавши і довівши ідею простоти та чесності до кінцевого споживача своєї продукції. Завдяки безперервному впровадженню продуктово-смакових інновацій, нових видів упаковки, створенню і підтриманню «образів» кожного зі своїх брендів ТОВ «Сандора» продовжує утримувати позиції лідера даного ринку (при цьому частка ринку, що займає підприємство на ринку с оновить близько 47%). Запропонувавши споживачам зручну упаковку, ЗАТ «Ерлан» з соками «Біола» змогло увійти в трійку виробників, що лідирують за обсягами продажу (19,4% ринку).

Таким чином, можна зробити висновок, що інноваційні товари необхідно виводити на ринок, і це дозволить не тільки утримувати міцні позиції на ньому, а і мати підґрунтя для подальшого розвитку.

* Друкується в рамках гранта Президента України за фінансової підтримки Державного фонду фундаментальних досліджень України