

ІНФОРМАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ У ПРОГНОЗУВАННІ ПОЯВИ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Мельниченко Д.О.

Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса

У статі розглянуто питання управління технологічними розривами на промислових підприємствах з урахуванням взаємозв'язків впровадження нових технологій та випуском кінцевих інноваційних продуктів. Обґрунтовано роль інноваційного маркетингу як інструмента прогнозування появи нових можливостей технологічного розвитку. При цьому технологія розглядається як елемент організаційної культури. Приділено увагу такому важливому поняттю як технологічний розрив. Визначена необхідність нових технологічних розробок, оцінки ефективного варіанту запуску новітньої технології для нової продукції або послуги.

Глобалізація науково-технічного прогресу носить вибуховий характер і передбачає здійснення усіма галузями промисловості ноостратегічного вибору в області застосування технологій – зберігати нинішні, або переходити на нові. Цілком очевидно, що топ-менеджери повинні вміти оцінити існуючу технологію за допомогою S-кривої, визначити час переходу на нову технологію для більш ефективного протікання технологічного процесу.

На практиці ефективне управління технологічними розривами визначається границею нинішньої технології і своєчасної організації освоєння нової технології в виробничому процесі при виробництві нового продукту з якісно новим рівнем маркетингу.

Таким чином, зростання значення людського фактору в економіці зумовлює наявність у менеджера людського інформаційного мінімуму для підготовки базових людських технологій, які являються основою управлінської гуманітарології. В той же час інноваційна культура при вирішенні задач соціального управління підприємством являється матрицею загальнолюдських вимог до його гуманізації з відновленням духовних цінностей, тобто створює передумови появи нових моделей з інноваційною увагою до соціальних носіїв інноваційного потенціалу.

Вітчизняна економічна наука намагається визначити найбільш ймовірні напрямки нового економічного розвитку держави. Піде стратегічний розвиток по постіндустріальному шляху, чи зумовивши нові тенденції в світових економічних процесах, держава реалізує цивілізовану інноваційну модель української економіки XXI ст.

Зародження інноваційної моделі, яка основана на інноваційних проривах в міжсистемних елементах, можливо при формуванні інтеграційних альянсів в змішаній економіці, які сприяють створенню суб'єктів транснаціонального спілкування на інноваційній основі. При такому розумінні процесу логістики змін стає необхідним пошук закономірностей і виявлення специфіки формування інноваційного рівня соціально-економічних відносин в рамках новітньої моделі цивілізованого розвитку України.