

Ольга Прокопенко, Віталій Омеляненко

### **Маркетинговий аспект формування інноваційних комунікацій**

Стаття присвячена аналізу інноваційних комунікацій (InCo) як фактору розвитку інноваційних мереж. Показано, що необхідність використання практики InCo обумовлена складністю процесів у високотехнологічних секторах та актуальністю розробки відповідного організаційно-економічного інструментарію маркетингу відносин. Визначено основні цілі розвитку інноваційних мереж. В контексті дослідження факторів розвитку інноваційних мереж слід відзначити роль маркетингу відносин, що передбачає побудову довгострокових взаємовигідних відносин з ключовими партнерами економічного суб'єкта. Визначено, що маркетинг відносин виступає механізмом практичного втілення концепції спільного створення цінності у сучасних інституційних формах взаємодії в інноваційній системі (інноваційні мережі, зокрема віртуальні, міжнародні кластери, альянси тощо). Підкреслено, що у досягненні мережевого аспекту інноваційного розвитку економіки слід використовувати моделі відкритих інновацій, тобто об'єднання зусиль економічних суб'єктів в науково-технічній сфері та обмін результатами діяльності. Визначено основні комунікаційні проблеми, наявність яких стає причиною блокування розвитку інновацій. Проведений аналіз дозволив виокремити групи методів та механізмів, що найчастіше розглядаються в рамках практик InCo. Практики InCo розглянуті з точки зору можливості організації та саморегулювання систем.

**Ключові слова:** інноваційна система, маркетинг відносин, інноваційні мережі.

**Класифікація JEL:** L10, M10, M31, O30.

---

Ольга Прокопенко, Віталій Омеляненко

### **Маркетинговий аспект формування інноваційних комунікацій**

Стаття посвячена аналізу інноваційних комунікацій (InCo) як фактора розвитку інноваційних мереж. Показано, що необхідність використання практики InCo обумовлена складністю процесів у високотехнологічних секторах та актуальністю розробки відповідного організаційно-економічного інструментарію маркетингу відносин. Визначено основні цілі розвитку інноваційних мереж. В контексті дослідження факторів розвитку інноваційних мереж слід відзначити роль маркетингу відносин, що передбачає побудову довгострокових взаємовигідних відносин з ключовими партнерами економічного суб'єкта. Визначено, що маркетинг відносин виступає механізмом практичного втілення концепції спільного створення цінності в сучасних інституційних формах взаємодії в інноваційній системі (інноваційні мережі, зокрема віртуальні, міжнародні кластери, альянси тощо). Підкреслено, що у досягненні мережевого аспекту інноваційного розвитку економіки слід використовувати моделі відкритих інновацій, тобто об'єднання зусиль економічних суб'єктів в науково-технічній сфері та обмін результатами діяльності. Визначено основні комунікаційні проблеми, наявність яких стає причиною блокування розвитку інновацій. Проведений аналіз дозволив виокремити групи методів та механізмів, які найчастіше розглядаються в рамках практик InCo. Практики InCo розглянуті з точки зору можливості організації та саморегулювання систем.

**Ключевые слова:** инновационная система, маркетинг отношений, инновационные сети.

**Классификация JEL:** L10, M10, M31, O30.