

Jozef Čimo

ÚLOHA INOVATÍVNEHO MARKETINGU V KOMPLEXNEJ INOVAČNEJ STRATÉGIÍ¹

***Abstract:** The paper deals with the role and place of marketing in innovation process. The role of marketing in innovation process is indispensable. The first part deals with the theoretical explanation of innovation importance, innovation strategies, their creation and implementation. The second part deals with the integrating function of marketing and innovative marketing when designing the innovation strategy. This view highlights the function of marketing in product life-cycle and links research and technical preparation of production with potential users of products.*

***Keywords:** innovations, innovation process, innovation strategy, marketing, marketing strategy*

JEL: M 31, B 83

Úvod

Prostredie v ktorom firmy pôsobia sa neustále mení. Súčasnú trhové prostredie je vďaka globalizácii a neustálemu vývoju v technologickej oblasti stále dynamickejšie. Iba firmy, ktoré sú schopné prísť na trh s novými myšlienkami, transformovanými do nových produktov a nových procesov, podopretými dôkladnou znalosťou zákazníkov môžu ďalej rozvíjať svoje podnikateľské zámery.

Pri skúmaní vzájomného vplyvu marketingu a inovácií sme dospeli k názoru, že účelné a efektívne zameranie inovácií nie je možné bez rozvinutia marketingových funkcií firmy.

V príspevku sa zameriame na nový, systémový pohľad na inovačnú stratégiu firmy. Tento pohľad umožňuje akcentovať integrujúcu funkciu marketingu smerom k inovačnému procesu, vzťah jednotlivých štádií životného cyklu výrobku a marketingových stratégií, ako aj previazanosť výskumu s užívateľmi výrobkov technickej prípravy výroby so samotnou výrobou.

¹Príspevok vznikol v rámci riešenia projektu VEGA 1/0557/08 : Inovácie marketingových a obchodných činností