

Для позитивного вирішення цього та інших актуальних питань у водному господарстві з точки зору інноваційного підходу до організації господарської діяльності необхідно активно використовувати міжнародну науково-технічну співпрацю; створити дієву інфраструктуру інноваційної діяльності; забезпечити достатній рівень фінансування науково-дослідних і конструкторських робіт; сприяти інформаційному забезпеченню інноваційної сфери; удосконалювати законодавчу базу відносно суб'єктів інноваційної діяльності і забезпечувати державну підтримку; підвищувати кваліфікацію персоналу, зайнятого в сфері управління виробничими процесами та розробками інновацій в організаціях; мотивувати працівників до активної інноваційної діяльності завдяки матеріальному та моральному заохоченню; забезпечити інноваційне спрямування матеріально-технічного і стратегічного розвитку галузі; залучати наукоємні технології та знання; сформувані національні науково-технологічні програми розвитку водогосподарсько-меліоративного комплексу, тощо. Ці процеси забезпечать насамперед національну безпеку розвитку України, збільшать її економічний потенціал, а також покращать якість та рівень життя населення.

Отже, проведене наукове дослідження окреслило важливі проблеми водогосподарської галузі в контексті інноваційного розвитку а також намітило основні напрямки забезпечення інноваційного розвитку та вирішення нагальних проблем.

Перспективами подальших досліджень має бути деталізація представлених інноваційних підходів у вигляді конкретних програм дій.

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ В ПРОЦЕСІ АДАПТАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ДО ВИМОГ РИНКУ

Борзаковська Л.В., ЛНТУ, м. Луцьк

Сучасні тенденції розвитку економіки свідчать про визначальну роль інновацій в забезпеченні конкурентоспроможності промислового підприємства. Під впливом інновацій перебудовується технічний базис промислового підприємства, починаючи з використання нових видів сировини, матеріалів, енергії, нових машин та обладнання, і закінчуючи випуском нової продукції, модернізацією форм організації виробництва та управління. Тому цілком очевидно є необхідність переходу промислових підприємств до інноваційної моделі розвитку.

Поряд із цим варто відмітити, що факт впровадження інновацій сам по собі не є показником ефективності діяльності підприємства. Ефективність функціонування промислового підприємства значною мірою залежить від наслідків впровадження інновацій, причому йдеться не лише про економічний ефект, але й про їх соціальну значущість, можливість краще задовольняти потреби споживачів та тривалий час конкурувати на ринку. Зважаючи на це,

виникає потреба пошуку механізмів управління інноваційною діяльністю промислового підприємства, які здатні адаптувати її до умов ринкового середовища. У системі засобів, спрямованих на приведення у відповідність внутрішнього середовища промислового підприємства із вимогами, що диктуються ринком, вирішальну роль, на наш погляд, відіграє маркетинг.

Основа маркетингу складають комплексні дослідження, що включають вивчення кон'юнктури ринку, співвідношення попиту і пропозиції, прогнозування розвитку ринку, аналіз потреб споживачів та шляхів їх задоволення. Результати таких досліджень окреслюють напрямки інноваційної діяльності промислового підприємства, що відповідають не лише його внутрішнім можливостям, але й враховують зовнішні умови господарювання. Маркетингова політика промислового підприємства, в даному випадку, виступає як засіб адаптації інновацій промислового підприємства до змінного зовнішнього оточення. Проте потрібно зауважити, що використання системи інструментів маркетингу дозволяє не лише адаптувати інноваційні процеси промислового підприємства до вимог ринку, але й активно впливати на ринкову ситуацію. Система каналів розподілу та просування інновацій, політика ціноутворення, особливості післяпродажного обслуговування здатні здійснювати активний вплив на споживачів, конкурентів, посередників, змінюючи кон'юнктуру ринку інновацій. При цьому важливо дотримуватись наступних принципів маркетингу в сфері інновацій:

- організація інноваційної діяльності промислового підприємства на основі точного оцінювання зовнішнього середовища та реальних внутрішніх можливостей;

- аналіз змінних факторів ринкового середовища під час прийняття управлінських рішень, пов'язаних з інноваційною діяльністю промислового підприємства;

- створення умов, необхідних для адаптації інноваційної діяльності промислового підприємства до вимог ринку і структури попиту;

- здійснення активного впливу на ринок інновацій за допомогою всіх доступних маркетингових заходів;

- орієнтація на досягнення довготривалих конкурентних переваг, що зумовлює необхідність проведення фундаментальних досліджень та впровадження принципово нових розробок, які забезпечують високу прибутковість та соціальну значущість інноваційної діяльності підприємства.

Отже, використання маркетингового інструментарію в процесі адаптації інноваційної діяльності промислового підприємства до мінливих умов середовища господарювання дозволяє забезпечити виживання та ефективне функціонування промислового підприємства на ринку інновацій та досягти його стійкості до несприятливих зовнішніх чинників.