

УДК: 330.341.

Бондар Євгенія,
магістр 2 курсу спеціальності «Маркетинг»,
Сумський національний аграрний університет,
м. Суми, Україна
El.selezen@gmail.com

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЛІСОПИЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Сучасний рівень розвитку вітчизняної економіки розглядає концепцію інновацій [2] як один із найефективніших засобів підвищення рівня конкурентоспроможності промислових підприємств, оскільки поява інновацій призводить до появи унікальних, а часто навіть проривних технологій, послуг, товарів і продуктів, що в кінцевому підсумку призводить до завоювання підприємством нових ринків збуту.

Практична цінність інноваційного маркетингу полягає в тому, що він дозволяє визначати зміну потреб споживачів у часі, відслідковувати зміни показників попиту на вироблену продукцію, а також відстежувати та враховувати при формуванні майбутньої стратегії різні зміни в полі конкуренції на міжнародному ринку.

Сучасний інноваційний маркетинг промислового підприємства – це діяльність підприємства, яка спрямована на вдосконалення усіх процесів виробництва та вплив на ринкову кон'юнктуру підприємства. Інноваційний маркетинг у воєнний час характеризується миттєвістю та українізований, тобто має характерні акценти української мови, культури й «української ДНК», які до війни слабо відображались у брендах, комунікації, маркетингу. Кожен етап життєвого циклу інновації вимагає різних методів і підходів, різних маркетингових стратегій і тактик. Система інноваційних маркетингових заходів тісно пов'язана не тільки з системами оновлення виробництва, а й з динамікою накопичення і надходжень капіталу.

За умов російсько-української війни та тотальної міжнародної підтримки, що супроводжується прискоренням передачі знань та

прориву економічної глобалізації посилюється конкуренція між економічними інституціями задля задоволення потреб споживачів та приваблення їхньої лояльності. Конкурентоспроможність промислового підприємства гарантує безперервність та дозволяє виживати на ринку не лише в короткостроковій, а й у довгостроковій перспективі. У контексті цих умов конкуренції та динамічного розвитку ринків, кожний суб'єкт ринкових відносин має бути достатньо пильним і слідкувати за змінами та подіями у своєму середовищі, щоб забезпечити безперервність економічного зростання. Сучасний інноваційний маркетинг трансформується та переходить на новий щабель розвитку. Тому виявлення особливостей та умов впровадження й реалізації від час воєнного стану допоможе промисловим підприємствам концентрувати зусилля на головному.

На сьогоднішній день у нашій країні в умовах російсько-української війни склалася досить складна соціально-економічна та політична ситуація, яка вимагає від промислових підприємств гіперактивного впровадження різного роду інновацій у сфері технологій, управління, в тому числі і маркетингу.

У сучасному світі інноваційний маркетинг в Україні можна поділити на два періоди: довоєнний інноваційний маркетинг та інноваційний маркетинг в умовах російсько-української війни. Одразу слід виділити обмеженість інноваційного маркетингу під час війни у часових межах, оскільки реагування ринку відбувається миттєво за умов врахування споживчого настрою до інновацій на ринку. Час на очікування та «розпізнавання» інновації немає. Критичні часи характеризуються критичними викликами, жодних загравань, та спотворень не мусить бути в рекламі та брендингу. В моделі соціальної поведінки сформувався фільтр у сприйнятті інформації від «стратегічно необхідно» до «життєво необхідно». Сам бренд неважливий, важливі споживчі потреби, а технічне забезпечення потребує суворої оптимізації з урахуванням скорочених бюджетів та інших ресурсів.

Інноваційний розвиток лісопильного підприємства в умовах воєнного стану є важливим завданням, яке вимагає особливого підходу і урахування специфічних обставин. Воєнний стан може

супроводжуватися обмеженнями на господарську діяльність та загрозою безпеці. Незважаючи на це, інновації можуть забезпечити лісопильним підприємствам конкурентні переваги і забезпечити їх життєздатність.

Основними ідеями та підходами до інноваційного розвитку лісопильних підприємств в умовах воєнного стану можуть бути:

Диверсифікація продукції: Розширення асортименту продукції, включаючи виробництво пиломатеріалів, які відповідають потребам національної оборони, наприклад, для будівництва об'єктів інфраструктури для армії або інших важливих секторів.

Використання технологій: Впровадження сучасних технологій в обробці деревини, а також в управлінні та моніторингу лісів, щоб підвищити продуктивність та якість продукції.

Ефективне використання ресурсів: Оптимізація використання енергоресурсів і води на лісопилці, щоб зменшити витрати та зберегти ресурси для важливих господарських потреб.

Пошук нових ринків збуту продукції дозволить збільшити обсягів постачання на внутрішньому ринку.

Забезпечення безпеки працівників та об'єктів підприємства в умовах воєнного стану є невід'ємною складовою збереження життя та майна.

Співпраця з владою для отримання необхідної підтримки і інформації щодо ситуації в регіоні.

Інноваційний розвиток лісопильних підприємств може стати важливим чинником для їхньої стійкості та конкурентоспроможності навіть в умовах воєнного стану. Для цього важливо мати відкритий підхід до нових можливостей і активно реагувати на зміни в навколишньому середовищі.

Список використаних джерел:

1. Бойко І. В. Особливості структури системи економічної безпеки у діяльності інноваційних підприємств, *Причорноморські економічні студії*, 2018. № 26. С. 104-109.

2. Кабінет Міністрів України. Стратегія інноваційного розвитку України на період до 2030 року. 2018. URL: <https://www.businesslaw.org.ua/strategiya-innovaciinogo-rozvtuku-ukrainy/>