

Рудінська О. В.
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту та інновацій
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова*

Барон Р. Д.
*магістрантка
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова*

УМОВИ ТА НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ТА ПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

У швидкоплинних умовах ХХІ сторіччя цілком неможливо забезпечити сталий фінансовий розквіт підприємств харчової та переробної галузі без розробки нових брендів та напрямів, розвитку інтелектуального потенціалу, реконструкції менеджменту, створення нових продуктів для традиційних і нових сегментів ринку, мотивування та стимулювання персоналу підприємства.

Це спонукає підприємства харчової галузі інвестувати у розвиток технології та модернізацію виробничих потужностей. В результаті реалізації інноваційної стратегії народжуються нові види продукції, зростає якість продукту завдяки удосконаленню технології виробництва, оптимізується система ціноутворення через покращення процесів постачання та збуту, зростає рівень рентабельності діяльності через вдосконалення системи управління тощо.

Інноваційну діяльність підприємства можна розглядати як діяльність зі створення, використання і розповсюдження нововведень, з метою формування і посилення конкурентних переваг та, як результат, отримання економічної вигоди [2, с. 398].

Результатом інноваційної діяльності підприємства є власне реалізовані інновації. Відповідно до визначення Кеннета Найта, інновацією є окремий випадок процесу змін в організації, а саме впровадження чогось нового відносно організації або її безпосереднього оточення [5, с. 487].

Що стосується інноваційного потенціалу підприємств кондитерської галузі, то можна визначити, що достатній інноваційний потенціал мають лише великі компанії, які мають достатні виробничі потужності, достатні фінансові та людські ресурси, а також кращі можливості для масштабного впливу на цільовий ринок з використанням усього різноманіття методів просування. Адже підприємства з великими частками ринку вже здобули лояльність своїх споживачів, що дозволяє їм більш впевнено реалізувати нові ідеї, в той час як невеликі підприємства більше концентруються на утриманні своїх позицій, ніж на веденні інноваційної діяльності.

Якщо підприємство впроваджує товарну інновацію, то досить важливим питанням є встановлення ціни на інноваційний товар. Але цей процес є індивідуальним для підприємства. З урахуванням того, що для абсолютно нових товарів конкуренти відсутні, підприємство може встановлювати ціну на основі тих факторів, які вважає за потрібне, наприклад, на основі витрат, очікуваного попиту чи інших підходів. Якщо ж інновація полягає в удосконаленні, то ціна може формуватися також на основі цін конкурентів.

Один з основних напрямів інноваційного розвитку – тренд здорового споживання солодоців. Сьогодні все більше розповсюджена теорія і практика здорового харчування, заміни традиційної сировини на більш корисну та здорову. Зростає споживчий попит на продукцію органічного та фермерського походження, функціональне і спеціалізоване харчування, тому ринок здорового харчування розширюється. Кондитерська галузь не є винятком. Провідні кондитери та науковці України та світу досліджують вплив окремої сировини на готові кондитерські вироби, що дає можливість не тільки розширити асортимент продукції, але і закликати покупців до здорового споживання солодоців.

Практикою усіх країн, що сформували інноваційну економіку, підтверджується, що основним суб'єктом, здатним забезпечити сприятливі умови для інноваційного розвитку, зниження інноваційного ризику, стимулювання і фінансування інновацій, є держава. Однією з причин повільного інноваційного розвитку в Україні є недостатня державна підтримка сфери дослідження і розробок. При цьому в країні доки ще є один з головних ресурсів – знання та інтелект. На жаль, через відсутність попиту усередині країни, ресурси ці практично не використовуються. Всі знання і зусилля концентруються на обслуговуванні потреб іноземних компаній, які приходять на український ринок не за готовими технологічними продуктами вітчизняного виробництва, а за науковими, технічними здібностями і інженерними знаннями наших фахівців.

Формально в усіх громадських інститутах України відзначається домінуюча роль науки, нових технологій в підвищенні рівня економічного розвитку країни. Проте, нині в Україні державної інноваційної політики немає в принципі. І ухвалення одних лише законів для її розвитку мало. Потрібне фінансування інноваційних процесів, створення сприятливих умов для розвитку інновацій на підприємствах з боку держави [3].

Отже, на сьогодні стан кондитерської промисловості ставить перед підприємствами чітке завдання спрямовувати власну діяльність на тривале утримання конкурентних позицій на ринку, що постійно загострюються, оскільки спостерігається значне скорочення частки продажу споживчих товарів [1, с. 52]. Це спонукає виробників та

дистриб'юторів постійно здійснювати впровадження інновацій як у виробничий процес, так і процеси пошуку нових нестандартних маркетингових рішень, що не тільки сприяють підвищенню збуту кондитерських виробів, але й підвищують загальний рівень вітчизняної конкурентоспроможності кондитерської продукції серед підприємств України та в цілому на світовому ринку.

Література:

1. Антощенкова В., Богданович О. Інноваційний маркетинг, як особливий вид інноваційної діяльності. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2019. № 185. С. 50–55.
2. Мокляк М. Інноваційний маркетинг. Провідна концепція ведення бізнесу в сучасних умовах. Зб. наук. праць за матеріалами Всеукр. наук.-практ. конф. «Актуальні проблеми соціально-економічних систем в умовах трансформаційної економіки». 2018. 12–13 квіт. С. 396–399
3. Рудінська О., Яроміч С., Петриченко П. Лояльність клієнтів на споживчому ринку: основні поняття і тенденції розвитку. *Бізнес-інформ*. 2012. № 5. С. 255–258. URL: http://www.business-inform.net/pdf/2012/5_0/titul.pdf
4. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів. За заг. ред. проф. В. Полохала. Матеріали парламентських слухань у ВРУ 17.06.2009. Київ. Парламентське видання. 2019. С. 628. URL: <http://kno.rada.gov.ua>.
5. Knight K. A Descriptive Model of the Intra-Firm Innovation Process. *Kenneth E. Journal of Business*. 2018. № 40. P. 478–496.