

УДК 330:341.1:338

## ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ

**Н. В. Новікова**, к.с.г.н., доцент

*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*

*м. Херсон, [Novikova-NV@i.ua](mailto:Novikova-NV@i.ua)*

*Встановлено, що механізм впровадження технологічних інновацій передбачає початкові витрати на відповідні маркетингові дослідження, які є підґрунтям з'ясування потреби в певній продукції. З'ясовано, що попит на певну продукцію на його еволюційні чи революційні зміни сприяють виникненню попиту на технології та обладнання. Таки чином, харчові підприємства, розвиваючи споживчий ринок та стимулюючи певні уподобання споживачів, потрапляють у коло зміни потреб, яке і змушує підприємства впроваджувати технологічні інновації.*

*Визначено, що механізм впровадження технологічних інновацій повинен містити у собі і організаційну, і технологічну частини, у результаті чого можна уникнути помилок у виборі обладнання та технології, як технологічного характеру так і маркетингового.*

*Доведено, що технологічні інновації є чинником подальшого розвитку продуктових інновацій, які у свою чергу сприяють формуванню інфраструктурних та маркетингових інновацій.*

***Ключові слова:** інновації, технологічні інновації, харчова промисловість, проблеми технологічних інновацій, терміновість впровадження інновацій.*

**Постановка проблеми.** В умовах зростання конкуренції на споживчих ринках, при постійному підвищенні вартості енергоносіїв та дефіциті кваліфікованої робочої сили, інновації потрібні підприємствам як фактор зростання та посилення позицій на ринку за допомогою набуття суттєвих конкурентних переваг. При цьому інновації - це єдиний ресурс, який унікальний на будь-якому підприємстві, який вельми складний для копіювання конкурентами. Проте інновації можуть стати не тільки базовою конкурентною перевагою, але й джерелом всебічного розвитку підприємства.

За умов бурхливого зростання інноваційних технологій і приходу на ринок великих європейських виробників харчових продуктів, таких як Unilever, SunInterbrew, BalticBeveragesHolding, особливо гостро встануть питання виживання і конкуренції. Все більше значення набувають питання вибору високотехнологічного обладнання, мінімізації витрат сировини і економії енергоносіїв, більшеефективного використання персоналу. В умовах жорсткої конкуренції загострюється проблема закупівлі обладнання і впровадження технологій.

**Мета досліджень.** Метою статті є визначення змісту та систематизація типів технологічних інновацій, з'ясування проблем їх впровадження на підприємствах харчової промисловості для формування дієвого механізму реалізації технологічних інновацій.

**Матеріали і методи досліджень.** Основними матеріалами досліджень стали статистичні дані отримані за період 2012 – 2019 років, щодо впровадження інновацій на підприємствах харчової промисловості, а саме дослідження щодо маловідходних та ресурсозберігаючих підприємств, які саме освоєно інноваційні види продукції, питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової та загальна сума витрат придбання нових технологій, тис. грн.

**Результати досліджень та їх обговорення.** Питома вага підприємств, які впроваджували інновації взагалі не має чіткої тенденції до зростання, а саме впровадження технологічних інновацій взагалі стрімко скорочується - від 158 - у 2012 році до 52 одиниць у 2019 році. Відповідно до скорочення технологічних інновацій відбувається і скорочення продуктових інновацій - з 866 у 2012 році до 80 найменувань у 2019 році. Ця ситуація склалась під впливом того, що підприємства харчової промисловості вичерпали ресурс модифікації та удосконалення існуючих рецептур харчових продуктів. Для активізації створення продуктових інновацій потрібно активізувати

впровадження технологічних інновацій, які нададуть можливості виробництва нових продуктів, а також їх подальшої модифікації та удосконалення. Теж саме відбувається і по відношенню до маловідходних та ресурсозберігаючих технологій.

Як свідчить статистика, динаміка впровадження інновацій є негативною. Насамперед це пов'язано з відсутністю на більшості підприємств, як фінансових можливостей щодо закупівлі обладнання та відповідних технологій виробництва, так і з недооцінкою стратегічного планування впровадження інновацій як вагомою чинника зростання конкурентоспроможності підприємства та посилення його позицій на ринку. Відповідно до цього зростання кількості інноваційних продуктів випереджає зростання кількості інноваційних технологій. Тож більша частина нинішніх інновацій є «косметичними» - покращення існуючих товарів, які вже виробляються, і продовження їх випуску на тому ж обладнанні, по тим же технологіям. Але цей шлях інноваційного розвитку досить швидко вичерпується і він не спроможний підтримати конкурентоспроможність підприємств впродовж довгого часу Пашута, 2006.

Порівнюючи кількість впровадження нових технологій та вартість придбаних технологій слід зазначити, що зменшення кількості впроваджених інноваційних процесів супроводжується зростанням їх вартості, що підкреслює тенденцію до придбання більш масштабних та вагомих технологій. Тобто можна говорити про те, що підприємства не стільки удосконалюють своє виробництво, скільки його кардинально модернізують. А зважаючи на те, що кардинальна модернізація є запорукою системності інноваційного процесу, то це сприятиме дифузії інновацій в підприємстві не тільки у сфері обладнання та технологій, але й в асортименті, структурі управління, кваліфікації персоналу.

Таким чином, технологічні інновації є чинником, який активізує продуктиві, інфраструктурні, маркетингові інновації, що у свою чергу і робить інноваційний процес не крапковим, а системним. Зважаючи на те, що інновація (впровадження інновацій) - це діяльність підприємства, яка «пов'язана з впровадженням як технологічно нових, так і технологічно удосконалених продуктів (продуктові інновації) і процесів (процесові інновації)» Антонюк П. О., 2006; Антонюк О. П., 2006, то одразу визначимо, що у даному дослідженні об'єктом є технологічні (процесові) інновації.

Харчова промисловість є тією галуззю економіки, де впровадження інновацій, у тому числі й технологічних, одразу знаходить відображення на товарних ринках. У першу чергу це розробка та просування нових товарів, як модифікованих, так і справді нових. Це призводить до трансформації потреб певних сегментів споживачів, які налаштовані купувати інноваційні товари, що у свою чергу сприяє окупності вкладених коштів. Отже, інновації у харчовій промисловості мають більш швидку окупність, що посилює роботу підприємств в цьому напрямі.

Відповідно до світової практики на провідні підприємства харчової промисловості працюють науково-дослідні інститути, і при цьому для них інноваційний процес це не просто частка щоденної роботи, а й єдина можливість подальшого розвитку. «Найбільша у світі компанія з виробництва продуктів харчування Unilever (біля 400 торговельних марок, серед яких Calve, Lipton, Hellman's) з обігом 48 млрд. дол. витрачає на наукові дослідження до 2,5% від власного обсягу продаж. Ще 10 років по тому цей показник складав 1,9%» Майстро Р.Г., 2007; Мілева М. Д., 2008

Активізація впровадження технологічних інновацій викликана тим, що у вітчизняній харчовій промисловості досить низький науково-технічний та технологічний рівень виробництва, відсутні високовиробничі інноваційні розробки, які пов'язані з глибокою переробкою сировини, переробкою побічних продуктів виробництва у інгредієнти, що використовуються на підприємствах комбікормової та інших галузей промисловості. І недоліки пов'язані з тим, що існує тенденція до створювання підприємств з середнім та малим обсягами виробництва, у яких недостатньо інвестицій, як для закупівлі сучасних інноваційних технологій в розвинених країнах, так і на власні розробки у цій галузі. З іншого боку, низький рівень впровадження технологічних інновацій пов'язаний з тим, що західні країни мають вагому економічну вигоду, експортуючи до України готову продукцію та здійснюючи закупки дешевої сировини для власного виробництва.

**Висновки.** Таким чином, слід зазначити, що в Україні чітко вираженатенденція до зменшеннякількості інноваційних процесів, які впроваджуються, але поряд з цим вони мають більш об'ємний характер, тобто набувають рис системності в окремих підприємствах. Проте, з'ясовано, що в цілому інновації у харчовій промисловості у більшостівипадків мають косметичний характер, а не кардинальний (має місце псевдоінновація). Але попри нього доведено що технологічні інновації є каталізатором інших інновацій — продуктових, інфраструктурних, маркетингових, що створює системність інновацій у підприємствах. Визначено, що технологічні інновації можна поділити за терміновістю впровадження. При цьому для підприємств харчової промисловості найбільш розповсюдженими є короткотермінові та середньотермінові інновації.

### **Бібліографічний список**

1. Пашута М. Інновації як фактор випереджального розвитку економіки [Електронний ресурс].Персонал. 2006. URL: №6 // <http://personal.in.ua/article/> (дата звернення 03.02.2020).
2. Антонюк П.О., Антонюк О.П. Аналіз стану та шляхів інтенсифікації інновацій в харчовій промисловості [Електронний ресурс] URL: [www.rusnauka.com/DNI\\_2006/Economics/3\\_antonj\\_uk.doc.htm](http://www.rusnauka.com/DNI_2006/Economics/3_antonj_uk.doc.htm).(дата звернення 15.09.2019).
3. Майстро Р.Г. Рівень та напрямки інноваційного розвитку національних підприємств в умовах трансформаційних процесів в економіці [Електронний ресурс] [www.nbu.gov.ua/porta/Soc\\_Gum/VMSU/2007-02/07mrghvi.htm](http://www.nbu.gov.ua/porta/Soc_Gum/VMSU/2007-02/07mrghvi.htm) (дата звернення 24.02.2017).
4. Мілева М.Д. Інвестиційно-інноваційна спрямованість як основна складова стратегічного розвитку харчових підприємств України [Електронний ресурс] [w.w.w.coftec.org.ua/2008febt/5\\_miieva.htm](http://www.coftec.org.ua/2008febt/5_miieva.htm)(дата звернення 16.07.2019).

## **PROBLEMS OF INNOVATION IN THE FOOD INDUSTRY**

**N. V. Novikova**

*It has been established that the mechanism for introducing technological innovations provides for initial costs for relevant marketing research, which are the basis for determining the need for a particular product. It was found that the demand for certain products for its evolutionary or revolutionary changes contribute to the emergence of demand for technology and equipment. Thus, food enterprises, developing the consumer market and stimulating certain preferences of consumers, fall into the circle of changing needs, which forces enterprises to introduce technological innovations.*

*It was determined that the mechanism for introducing technological innovations should include both organizational and technological parts, as a result of which mistakes in choosing equipment and technology, both of a technological nature and marketing, can be avoided.*

*It is proved that technological innovation is a factor in the further development of product innovations, which in turn contribute to the formation of infrastructure and marketing innovations.*

**Keywords:** *innovation, technological innovation, food industry, problems of technological innovation, urgency of innovation.*