

## ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.591.6:637.1/.3

Федорченко А.В.

студентка 4 курсу факультету економіки і права  
ХНЕУ ім. С. Кузнеця

*Анотація: У статті визначено стан інноваційної діяльності вітчизняних підприємств та обсяги витрат на інновації. Досліджено та проаналізовано перспективні напрями інноваційної діяльності для підприємств молокопереробної промисловості регіонального рівня.*

*Annotation: The article defines the state of innovation activity of domestic enterprises and the volume of expenses for innovation. The perspective directions of innovation activity for the enterprises of the dairy industry of the regional level are investigated and analyzed.*

*Ключові слова: інновації, інноваційна діяльність, харчова промисловість, молокопереробна промисловість, витрати на інновації.*

*Key words: innovations, innovation activity, food industry, dairy industry, costs for innovations.*

В сучасному світі виробництва для кожного підприємства важливу роль відіграє інноваційна складова діяльності. Без інноваційних процесів майже не можливо зробити новий продукт, так як головними складовими інноваційного процесу є не лише фінансові, економічні, соціальні та організаційно-технологічні фактори, а й можливість показати та застосувати нові інноваційні ідеї, що принесуть користь та дійдуть до споживача. Не виключенням є і галузь молокопереробної промисловості, так як характеризується жорстокою конкуренцією.

Розглядом даної проблеми займалося багато вчених, зокрема Хомяченко Н. А. [1], Зянько В.В. [3], Пілявоз Т. М. [5], та ін., проте ці дослідження не є остаточними та потребують подальшого розвитку і дослідження.

Метою дослідження є аналіз процесу запровадження інновацій задля стійкого розвитку підприємств молокопереробної промисловості.

Для досягнення мети статті розкриємо сутність таких дефініцій, як «стійкий розвиток», «інновація» та «інноваційна діяльність».

Стійкий розвиток – це такий розвиток, при якому задовольняються потреби теперішнього часу, але не ставиться під загрозу здатність задовольняти свої потреби у майбутньому [1].

Стосовно поняття «інновація» існує безліч трактувань, та в даному дослідженні найбільш доцільне наступне. Інновація – це введення у вжиток будь-якого нового або значно вдосконаленого продукту (товару або послуги) чи процесу, нового методу маркетингу або нового організаційного методу в діяльності підприємства, організації робочих місць чи зовнішніх зв'язків [2].

Тоді можна погодитися з думкою Зянько В. В., що поняття «інноваційна діяльність» трактується як діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [3].

Згідно сайту Державної служби статистики України найбільша кількість інноваційно-активних підприємств спостерігається у Харківській області. При чому загалом по Україні 8,3% всіх витрачених коштів на інноваційну діяльність припадають на підприємства по виробництву харчових продуктів. Тим не менш, стан інвестиційної діяльності підприємств молокопереробної промисловості залишає бажати кращого. Це стосується, в першу чергу, саме підприємств регіонального рівня [4].

Важливо розуміти, що інновація вважається новою для підприємства, якщо вона є новою або істотно поліпшеною для певного підприємства, хоча може використовуватися (виготовлятися) на інших підприємствах. Узагальнивши літературні джерела автором були згруповані основні види інновацій по об'єкту застосування і представлені в табл.1

Таблиця 1

Види інновацій по об'єкту застосування (узагальнено автором на основі літературних джерел 2 і 5)

Вид	Група	Тип	Особливості
1	2	3	4
Технологічні інновації	Продуктові інновації	упровадження нового продукту або послуги	Упровадження продуктів, що значно відрізняються за своїми характеристиками або призначенням від продуктів, що вироблялися підприємством раніше.
		розробка нового способу використання продукту	Продукт зазнає лише незначних змін технічних характеристик.
		значні вдосконалення вже існуючих продуктів	Можуть здійснюватися за рахунок змін матеріалів, компонентів та інших характеристик виробів, що поліпшують їхні властивості.
		зміни у дизайні	Зміни дизайну, які не викликають значних змін у функціональних характеристиках продукту або способах його передбачуваного використання, не вважаються продуктовими інноваціями.
	Процесові інновації	упровадження нового або значно поліпшеного методу виробництва чи методу доставки продукту	Входять значні зміни в технології, виробничому устаткуванні і / або програмному забезпеченні.
Нетехнологічні інновації	Маркетингові інновації	значні зміни дизайну продукту	Зміни форми та зовнішнього вигляду продукту, що не призводять до змін його функціональних або споживчих характеристик.
		нові маркетингові методи розміщення продукту на ринку	Освоєння нових шляхів реалізації (методи, що використовуються для продажу товарів і послуг споживачам).
		нові маркетингові методи просування продукту на ринок	Використання нових концепцій просування товарів і послуг певного підприємства.
		інновації в призначенні цін	Використання нових стратегій ціноутворення для ринкового просування продукції.
	Організаційні інновації	організаційні інновації в діяльності підприємства	Охоплюють упровадження нових методів організації повсякденної діяльності з виконання різноманітних робіт.
		інновації в організації робочих місць	Передбачають упровадження нових методів розподілу відповідальності та права прийняття рішень між співробітниками при організації й узгодженні різних робочих процесів усередині підрозділів підприємства, а також при взаємодії цих підрозділів.
		нові організаційні методи в зовнішніх зв'язках підприємства	Включають упровадження нових способів організації взаємин з іншими підприємствами або державними організаціями.

В той час, як лідери ринку молочної продукції активно запроваджують в свою діяльність всі можливі види інновацій, часто комбінуючи їх між собою, найбільш популярним видом інновацій серед підприємств України залишаються технологічні продуктові інновації та технологічні процесові інновації. Однак серед підприємств регіонального рівня, які так чи інакше намагаються займатися інноваційною діяльністю, частіше спостерігається запровадження такого типу продуктових інновацій, як упровадження нового продукту або послуги.

Хоча, згідно практики відомих виробників молока і молочної продукції України, такий напрям інноваційного розвитку підприємства є не зовсім раціональним. Можна сказати, що при наявності достатньо широкого асортименту продукції, більш важливим моментом виступає удосконалення наявних продуктів, а не введення нових.

Часто, навіть на перший погляд, можна відрізнити продукцію регіонального виробника від продукції популярних виробників України, таких як «Терра Фуд», «Молочний Альянс», «Danone Україна». В першу чергу, по зовнішньому вигляду та якості пакування. Відомі виробники приділяють велику увагу дизайну та функціональності упаковки не дарма. Серед чисельної пропозиції на ринку правильно оформлена упаковка продукту може гарантувати йому більшу увагу зі сторони споживача. А технологічно якісна – довші строки зберігання і, відповідно, можливість перевезення на довші дистанції для розширення ринків збуту. Саме тому підприємствам регіонального рівня необхідно зосереджувати свої зусилля на маркетинговій групі інновацій.

Таким чином, автором дослідження було з'ясовано, що молочний ринок надає величезні можливості для інновацій, проте інноваційну діяльність здійснює незначна частка підприємств молокопереробної промисловості України, що пов'язано з дефіцитом фінансування. Розв'язання даної проблеми вимагає пошуку перспективних джерел фінансування, серед яких: залучення банківського кредитування; надання інноваційним підприємствам середньострокових кредитів зі зниженням кредитної ставки; запровадження істотних пільг підприємствам, що здійснюють інноваційну діяльність; запровадження різних форм фінансового лізингу та державних дотацій названим підприємствам; підвищення ефективності програмно-цільової форми у системі

фінансування. Подальші дослідження автора будуть спрямовані на розроблення інноваційної стратегії розвитку для підприємства-регіонального виробника молочної продукції.

### Література

1. Хомяченкова Н. А. Методика многокритериальной классификации промышленных предприятий по группам устойчивого развития / Н.А. Хомяченкова // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Прикладная математика. – 2010. – № 37. – С. 81-90.

2. Сутність і види інновацій. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://stud.com.ua/44989/investuvannya/sutnist\\_vidi\\_innovatsiy](http://stud.com.ua/44989/investuvannya/sutnist_vidi_innovatsiy).

3. Зянько В. В. Інноваційна діяльність підприємств та її фінансове забезпечення в умовах трансформаційних змін економіки України : монографія / В. В. Зянько, І. Ю. Єпіфанова. – Вінниця : ВНТУ, 2015. – С. 37.

4. Сайт Державної Служби статистики України. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind\\_rik/ind\\_u/2002.html](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html).

5. Пілявоз Т. М. Інноваційний розвиток підприємства як важливий аспект розвитку економіки / Т. М. Пілявоз // Інноваційна економіка. – 2012. – № 4 (30). – С. 185-190.

Науковий керівник,  
к.е.н., доц.

Іпполітова І. Я.