

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

О.О. Кутас

Національний університет харчових технологій

Сучасні умови господарювання вимагають від підприємств посиленої уваги до аналізу та оцінки перспектив своєї діяльності. Забезпечення ефективної діяльності та розвитку підприємства у тривалій перспективі шляхом обґрунтування та вибору перспективних напрямів діяльності, створення чи залучення таких інновацій, які значно відрізнятимуть продукцію підприємства від продукції конкурентів, є головним завданням управління інноваціями.

Стратегічне управління інноваційним розвитком орієнтується на досягнення майбутніх результатів безпосередньо через інноваційний процес і передбачає насамперед визначення місця та ролі інновацій у реалізації загальної стратегії діяльності підприємства, яка розробляється для досягнення перспективних цілей в умовах конкурентного середовища.

Стратегія – це довгострокова модель розвитку підприємства, яка приймається для досягнення його стратегічних цілей і враховує обмеження внутрішнього та зовнішнього середовища. Метою стратегії є забезпечення не стільки поточного успіху, скільки прискореного постійного розвитку підприємства в умовах конкуренції.

Інноваційна стратегія є основою управління інноваціями. Вона націлена на передбачення глобальних змін в економічній ситуації і пошук масштабних рішень, спрямованих на стабільний розвиток та зміцнення ринкових позицій підприємства. Це один із засобів досягнення цілей організації, який відрізняється від інших засобів своєю новизною, насамперед для даної організації, а можливо, для галузі, ринку, споживачів. Стратегії, у тому числі й інноваційні, спрямовані на розвиток і використання промислового потенціалу і розглядаються як реакція на зміни зовнішнього середовища. Інноваційними стратегіями можуть бути [1]:

- інноваційна діяльність підприємства, спрямована на одержання нових продуктів, технологій і послуг;
- застосування нових методів НДДКР, виробництва, маркетингу та управління;
- перехід до нових організаційних структур;
- застосування нових видів ресурсів і нових підходів до використання традиційних ресурсів.

На початку формування інноваційної стратегії підприємству потрібно визначитися з її типом. Найбільш повну класифікацію видів інноваційних стратегій підприємства запропонував Х. Фріман, який розрізнив шість типів інноваційної стратегії підприємства: наступальна; захисна; імітаційна; залежна; традиційна; «за нагодою» [2].

Інноваційна діяльність у м'ясопереробній галузі реалізується у таких напрямках:

1) поширення нової політики у виробництві продуктів харчування (створення геронтологічно цінних продуктів – високоякісних продуктів харчування, виготовлених з найкращої сировини за сучасними технологіями, які сприяють подовженню молодості, працездатного віку і життя людини);

2) забезпечення високої якості м'ясопродукції, яка залежить від якості сировини, рівня новизни технологій, обладнання, що використовуються у процесі виробництва;

3) впровадження ресурсо- та енергозберігаючих технологій. Щоб знизити витрати на виробництво і реалізацію продукції, треба раціонально використовувати сировину й енергоресурси [3].

Відносно внутрішнього середовища інноваційні стратегії поділяються на кілька груп:

- продуктові (портфельні, підприємницькі або бізнес-стратегії, які направлені на створення і реалізацію нових виробів, технологій і послуг);
- функціональні (науково-технічні, виробничі, маркетингові, сервісні);
- ресурсні (фінансові, трудові, інформаційні);
- організаційно-управлінські (технології, структури, методи, системи управління).

При формуванні інноваційної стратегії для підприємств м'ясої промисловості актуальними є соціальні, маркетингові, екологічні, продуктові та технологічні інновації [3].

Інноваційні стратегії є також однією зі складових економічної стратегії підприємства і з цього боку можуть розглядатися як набір правил, методів і засобів пошуку перспективних для нього напрямів розвитку науково-технічних досліджень, ресурсної політики для їх реалізації.

Основу розробки інноваційної стратегії складають теорія життєвого циклу продукту; ринкова позиція підприємства; науково-технічна політика, яка проводиться підприємством.

М'ясопереробні підприємства сьогодні працюють в умовах високої вартості та дефіциту м'ясої сировини. У цих умовах досягнути високої конкурентоспроможності м'ясопереробні підприємства України можуть насамперед шляхом:

- розробки та впровадження у виробництво нових технологій;
- розробки технології раціонального оброблення, обвалювання та жилування м'яса;
- використання у виробництві традиційної та нетрадиційної сировини;
- раціональності використання сировини тваринного походження;
- збільшення частки м'яса птиці у виробництві ковбас.

Значну увагу підприємства приділяють вивченню нових технологій та їх впровадженню, при цьому першочерговими є технології, що забезпечують подовження терміну зберігання продукції. Останнім часом через велику конкуренцію на ринку м'ясопереробної продукції разом із класичними технологіями підприємства використовують оригінальні власні розробки [4].

Незважаючи на виникаючі проблеми, підприємства шукають шляхи подальшого розвитку інноваційної діяльності, оскільки ринкові умови

господарювання для утримання ринкових позицій вимагають від потужних підприємств рішучих дій щодо розширення та оновлення асортименту продукції, випуску на ринок нових видів продукції, удосконалення технологій виробництва тощо. Отже, інноваційна стратегія підприємств м'ясопереробної промисловості має спрямовуватися на досягнення технічного, технологічного та ринкового лідерства серед конкурентів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Василенко Б. Інноваційний менеджмент: Навч. посіб. / Б. Василенко. – К.: ЦУЛ. – 440 с.
2. Freeman C. The Economics of industrial innovation / C. Freeman. – The MIT Press, 1982.
3. Драган О. Формування інноваційної стратегії на підприємствах м'ясної промисловості / О. Драган // Економіка ринкових відносин. – 2015. – № 7. – С. 158-162.
4. Дьяченко Ю.В. Інноваційна діяльність м'ясопереробних підприємств України [Електронний ресурс] / Ю.В. Дьяченко // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2017. – Випуск 16, частина 1. – Режим доступу: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/16_1_2017ua/23.pdf.