

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Кутас О.О.,

Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0000-2403-7447>

Сучасна харчова промисловість стикається з викликами глобалізації, зміною споживчих уподобань, зростанням конкуренції та необхідністю підвищення ефективності виробництва. У цих умовах інноваційні стратегії є ключовим інструментом для забезпечення сталого розвитку і підвищення конкурентоспроможності підприємств галузі.

Впровадження інновацій у харчовій промисловості дозволяє створювати нові продукти, забезпечувати підвищення якості та безпечності продукції, оптимізацію виробничих процесів та зниження витрат, використовувати нові технології для покращення харчової цінності продуктів, забезпечувати відповідність продукції екологічним стандартам.

Інноваційна стратегія – це цілеспрямований процес розробки та реалізації управлінських рішень, спрямованих на створення і розвиток нових або вдосконалених продуктів, технологій чи процесів, що забезпечують довгострокову конкурентну перевагу підприємства [2]. Вона інтегрується в загальну стратегію бізнесу та визначає напрями інноваційної діяльності, враховуючи внутрішні ресурси та зовнішні умови ринку.

Основними видами інноваційних стратегій у харчовій промисловості є:

- продуктові інновації – розробка нових видів продукції, функціональних харчових продуктів, органічних та екологічно чистих товарів;
- технологічні інновації – впровадження автоматизованих систем управління, застосування робототехніки та цифрових технологій;
- маркетингові інновації – використання цифрового маркетингу, персоналізація пропозицій для споживачів, розвиток e-commerce;
- організаційні інновації – перехід на lean-менеджмент, цифровізація управлінських процесів, інтеграція ERP-систем (наприклад, BAS ERP).

Отже, інновації в харчовій промисловості спрямовані на підвищення якості продукції, ефективність виробництва та задоволення змінних потреб споживачів. Основні напрями інновацій у галузі наступні:

– розроблення нових продуктів: створення продуктів з новими смаковими якістьми, підвищеною харчовою цінністю, функціональними властивостями; розроблення продуктів для різних категорій споживачів (діти, люди похилого віку, люди з особливими потребами); створення продуктів з урахуванням сучасних тенденцій здорового харчування, органічного виробництва, вегетаріанства та веганства (функціональні, органічні, екологічно чисті, безглютеніві, безлактозні, низьковуглеводні продукти);

– удосконалення технологій виробництва: впровадження новітніх технологій, що забезпечують підвищення продуктивності, зниження енергоспоживання, зменшення впливу на навколишнє середовище; автоматизація та роботизація виробничих процесів; використання сучасних методів контролю якості та безпеки продукції;

– упаковка та маркетинг: створення інноваційної упаковки, що забезпечує збереження якості продукту, зручність використання, привабливий зовнішній вигляд; використання сучасних маркетингових стратегій для просування нових продуктів на ринку;

– управління якістю та безпекою: впровадження систем управління якістю та безпекою харчової продукції на основі міжнародних стандартів; контроль якості сировини та готової продукції на всіх етапах виробництва;

– розвиток партнерства та співпраці: співпраця з науково-дослідними установами, постачальниками обладнання та сировини, іншими підприємствами для обміну досвідом і розроблення спільних інноваційних проєктів.

Отже, інновації в харчовій промисловості орієнтовані на здоров'я, екологію, ефективність, персоналізацію. Застосування сучасних технологій дозволяє підвищити якість продуктів, оптимізувати виробничі процеси та відповідати запитам споживачів.

Впровадження інновацій у харчовій промисловості може стикатися з певними проблемами та бар'єрами, а саме: високою вартістю впровадження нових технологій, недостатньою підтримкою з боку держави та складністю регуляторних процедур, опором змінам серед персоналу та недостатнім рівнем кваліфікації працівників, складністю прогнозування попиту на інноваційну продукцію.

Успіх впровадження інноваційних стратегій на підприємствах харчової промисловості залежить від низки внутрішніх та зовнішніх факторів.

Серед внутрішніх факторів можна виділити наступні:

- стратегічне бачення та підтримка керівництва: (формулювання чітких цілей та завдань інноваційної діяльності, виділення необхідних ресурсів для реалізації інноваційних проєктів, створення сприятливої атмосфери для інновацій в колективі);

- кадровий потенціал (формування команди, здатної генерувати та реалізовувати інноваційні ідеї, забезпечення постійного навчання та підвищення кваліфікації персоналу);

- ефективне управління інноваційними проєктами (розробка чіткого плану реалізації інноваційного проєкту, контроль за виконанням робіт, своєчасне коригування планів);

- система контролінгу та моніторингу (оцінка ефективності інновацій та оперативне коригування стратегії).

До зовнішніх факторів можна віднести такі:

- маркетингові дослідження та аналіз ринку (вивчення потреб та попиту споживачів, аналіз конкурентного середовища, прогнозування тенденцій розвитку ринку);

- державне регулювання (законодавчі вимоги, стандарти безпеки харчових продуктів, підтримка інноваційної діяльності);

- науково-технічний прогрес (доступ до нових технологій, співпраця з дослідницькими центрами, впровадження Індустрії 4.0);

- партнерство та кооперація (взаємодія з постачальниками, стартапами, університетами для обміну інноваційним досвідом).

Ефективне впровадження інноваційної стратегії можливе лише за умови комплексного підходу: поєднання внутрішніх ресурсів підприємства з урахуванням зовнішніх викликів та можливостей.

Харчова промисловість постійно розвивається та вдосконалюється, тому важливо стежити за новими тенденціями та розробляти інноваційні продукти та послуги, які відповідатимуть потребам споживачів та сприятимуть сталому розвитку.

Основними перспективами розвитку інноваційних стратегій у харчовій галузі є:

- активний розвиток біотехнологій та виробництва продуктів із рослинних компонентів;

- впровадження принципів циркулярної економіки у виробництво та логістику;

- застосування big data та штучного інтелекту для персоналізації виробництва;

- створення альтернативних джерел білка (лабораторне м'ясо, білкові заміники на основі комах, водоростей тощо).

Отже, підприємствам харчової промисловості необхідно активно впроваджувати інновації у всі сфери своєї діяльності, постійно відстежувати сучасні тенденції розвитку ринку, вивчати потреби споживачів, розвивати партнерство та співпрацю, створювати сприятливі умови для інноваційної діяльності, забезпечувати підтримку керівництва та залучати до інновацій професіоналів.

Інноваційні стратегії є важливим фактором розвитку підприємств галузі, що дозволяють підвищити конкурентоспроможність, адаптуватися до змін ринку та задовольняти зростаючі вимоги споживачів. Вони є необхідною умовою успіху підприємств харчової промисловості в сучасних умовах. Для успішного впровадження інновацій необхідна комплексна стратегія, що включає технологічний розвиток, організаційні зміни та маркетингові підходи.

Література:

1. Баришевська І.В., Малишенко Ю.Г., Склева К.В. Інноваційна стратегія підприємства як джерело його конкурентних переваг. *Modern economics*. 2018. № 11. С. 13-18.

2. Мельник Ю.М. Інноваційна стратегія підприємства як джерело його конкурентних переваг. *Економіка харчової промисловості*. 2015. Т. 7. Вип. 4. С. 67-72.

3. Шкуренко О., Чорна Т. Інноваційна стратегія розвитку підприємства в умовах адаптації до сучасних викликів. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія «Економіка»*. 2023. Вип. 16 (32).

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В СОЦІАЛЬНІЙ РОБОТІ

Лефтеров О.І., здобувач вищої освіти,

Ізмаїльський державний гуманітарний університет, м. Ізмаїл, Україна

Рубан А.К., кандидат педагогічних наук, доцент,

Ізмаїльський державний гуманітарний університет, м. Ізмаїл, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0427-3551>

Наразі актуальним напрямом організаційного розвитку системи соціального захисту населення і загалом соціальної сфери стає вдосконалення її інформаційно–комунікативної інфраструктури. Наявність інформаційно–аналітичних центрів у рамках різних структур, підрозділів соціальних організацій – це перший крок, наступний – створення міжвідомчої інформаційної системної мережі [3].