

Тези доповідей 50-ої наукової конференції молодих дослідників ОНПУ – магістрів «Сучасні інформаційні технології та телекомунікаційні мережі». / Одеса: ОНПУ, 2015, вип. 50.

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ ХАРЧОВОЇ ГАЛУЗІ

Неумоїна К.В.

Науковий керівник – доц. каф. «Менеджменту зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності», канд. екон. наук Лапін О.В.

Дослідження інновацій у промисловості показало, що найбільш успішні і більшою мірою завершені з них були в харчовій промисловості. Для інновацій харчових підприємств характерно постійне оновлення продукції. До ідеї постійної зміни продукції керівництво підприємств іде різними шляхами: через зміни в технології (закупівля обладнання), через розробку і впровадження нової рецептури продукції, через збільшення строку реалізації продукції, використання нових пакувальних матеріалів і т. і. Особливе значення для продуктів харчування почали мати гарний зовнішній вигляд і зручність використання продукту. Принциповим, в плані розробки стратегії впровадження інновації стало те, яке це підприємство за масштабами, чи було воно раніше державним, або це нове підприємство.

На харчових підприємствах при впровадженні інновацій продукту існує спеціальна процедура сертифікації нового продукту. Ця процедура являє собою найбільш тривалий процес, а іноді на цьому етапі інновація закінчується.

На жаль, реалізація всіх стадій інновації не означає, що інновація успішна. Після декількох місяців роботи, нове виробництво може зупинитися, таким чином, результат інновації буде нульовим. Існують дві обставини, при яких результат виглядає так: перше - відсутність необхідної сировини, друге - відсутність ринків збуту нової продукції. Причинами такого становища є часто інтуїтивний розрахунок керівників на попит нової продукції, відсутність наукового аналізу ринку або різке погіршення кон'юнктури на ринку.