

*О.В. КОВАЛЕНКО, кандидат економічних наук,
старший науковий співробітник
Інститут продовольчих ресурсів НААН*

Формування інноваційних ніш в умовах модернізації харчової індустрії

Постановка проблеми. Теоретична спадщина стосовно механізмів функціонування галузевих ринків показує, що класичні теоретико-методологічні засади не завжди можна однозначно застосувати до сучасного ринкового середовища, оскільки різноманітні зовнішні виклики, порушуючи стан рівноваги в окремих економічних сегментах, зумовлюють трансформацію всієї економіки і, зокрема, харчової промисловості як її складової.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різноманітні аспекти інноваційної діяльності досліджували економісти різних наукових шкіл та напрямів економічної теорії, з них: В. Адамс [1], М. Белоусенко [2], С. Володін [3], П. Дейсгапт [10], С. Глазьев [4], А. Ігнатюк [5], В. Россоха [6], А. Сміт [7], Дж. Стігліц [10], І. Федулова [8], Ф. Шерер [9] й інші.

Розглянуті у наукових працях теоретичні питання інноваційної трансформації організаційних структур показали, що виробничо-технологічні процеси у галузях економіки фундаментально модернізують соціальні відносини, починаючи від господарських структур і завершуючи зміною всієї соціальної структури суспільства. Існуюче складне співвідношення специфічних організаційних ресурсів, що нині формуються, зумовлене неоднозначністю, нелінійністю розвитку організаційних структур, причому часто конкуруючих за одні й ті ж ринки та застосовуваних малоефективних форм організації виробництва.

Нелінійність організаційної еволюції, на наш погляд, є передумовою й обґрунтовує формування організаційних ніш. Модернізація організаційних структур зумовлює відбір найефективніших їх елементів. Водночас існує чимала кількість чинників, які впливають на процес еволюції цих структур, на їхні форми і, отже, немає й не може бути єдиної універсальної концепції, що охоплювала б усі чинники, які детермінують відбір тієї чи іншої ніші. Зрозуміло, що неможливо точно та однозначно передбачити, яка організаційна структура виникне в даний момент часу, в даному місці.

Мета дослідження – вивчення локальних організаційних чинників, що діють на фоні загальних тенденцій галузевих ринків харчової індустрії й впливають на вибір певних організаційних відносин суб'єктами господарювання та формування інноваційних ніш. У зв'язку з цим розділяємо ринкові організації на провідні й нішеві. Ніша, за нашим розумінням, – це локалізований у просторі та часі комплекс чинників, що визначає перевагу тієї чи іншої форми організації виробництва в конкуренції щодо провідних форм.

Виклад основних результатів дослідження. В сучасній економіці успіх у бізнесі став асоціюватися з умінням знайти і вжитися в "свою" нішу ринку. Ніша ринку (від латинського "niches" – гніздо) являє собою обмежений за масштабами вид бізнесу або сферу господарської діяльності з чітко окресленим колом споживачів, що гарантує компанії фінансовий успіх [11]. "Нішінг" (від англ. Niching – процес пошуку ніш ринку) нині стає окремим напрямом в інноваційній діяльності, що вті-

лює чимало нововведень у дослідження ринку та просування продукції [12].

В епоху посилення спеціалізації та підвищення компетентності в будь-якій сфері господарської діяльності для успіху в бізнесі як ніколи важливо не просто правильно визначити для себе ринок, а й відшукати на ньому ту, часто дуже вузьку галузь, сферу, місце, ще не зайняті або недостатньо використовувані конкурентами. Знайшовши "нішу ринку", підприємство, нове виробництво чи вид комерційної діяльності може стати прибутковим та стійким бізнесом. Ніша ринку, як і будь-яка ніша взагалі, вже за визначенням є щось невеличке, принаймні непомітне на перший погляд. Згідно з американським тлумачним словником, є ще й таке поняття ніші: "Ситуація або вид діяльності, спеціально призначені для чийось індивідуальних здібностей і характеру". Цікаво, що останнє визначення також якнайкраще відображає сутність процесу пошуку та вбудування в певну нішу ринку.

Протягом майже всього періоду розвитку індустріальної економіки загальною глобальною тенденцією її була ієрархічність і частково централізація виробництва, аж до виникнення великих корпоративних структур. Водночас, упродовж усієї індустріальної епохи були поширені й активно діяли децентралізовані організаційні структури – малі форми господарювання, різноманітні форми кооперативів, індустріальних районів (industrial districts) тощо. Вони мали панівне становище в певних нішах, локальних секторах індустріальної економіки. М. Белоусенко наводить приклади наявності саме таких ніш у країнах світу: іспанський кооператив "Мондрагона", італійська трикотажна промисловість, торгова мережа "Marks & Spencer" [2, с. 328].

Із часом, у міру розширення таких ніш властиві їм організаційні структури можуть стати провідними на ринку і в усій економіці в цілому, а колишні панівні – відходити на периферію ринків, займаючи у свою чергу нішеву позицію. Чинники, які у цьому випадку визначають організаційну форму, діють у напрямі створення таких організаційних ресурсів, які дають змогу групі господарських формувань, що знаходяться у фокусі дії локалізованих чинників, забезпе-

чувати перебудову структури витрат. Із цього погляду на практиці потенціал у забезпеченні приросту продуктивності модернізованих організаційних структур – інноваційних ніш – буде найбільшим там, де акумульовано необхідну кількість специфічних знань і забезпечено безперешкодний доступ до інтенсивного використання природних чинників виробництва.

В економічній науці переважає думка, що ієрархія є універсальним механізмом управління й пануватиме завжди, принаймні при використанні сучасних технічних систем. Однак за певних інституційних, технологічних та інших умов, у тому числі локалізованих як ніша, суттєву роль у виробництві ВВП відіграватимуть слабо або зовсім не ієрархічні форми. Так, для формування "індустріальних районів" Італії найважливішу роль відігравали такі передумови й чинники [13, с. 39-42; 14, с. 239-241]:

накопичені робітниками професійні навички, знання й досвід у процесі праці на великих текстильних фабриках, що допомогло зберегти виробництво навіть після Другої світової війни;

певні традиції та норми кооперативних взаємовідносин жителів ряду регіонів Італії;

наявність технологій, які можуть експлуатуватися найдрібнішими групами операторів ринку, у тому числі окремою сім'єю;

компактність проживання, що знижує транспортні витрати й стосунки агентів ринку один із одним.

Ці передумови уможливили зрушити вектор організаційної еволюції в напрямі ефективного функціонування децентралізованих форм сучасної системи, що забезпечували високу продуктивність, насамперед за рахунок знань і досвіду, а також підтримки атмосфери довіри та співробітництва, які стали високопродуктивними ресурсами цієї форми організації. Таким чином, люди у цих регіонах навчилися динамічно розвивати виробництво без нарощування ієрархічності відносин. Водночас це стосується й усієї еволюції організаційних форм індустріальної економіки. І. Владімірова, Д. Мокюр, Р. Ленглойс вказують на помітне зниження ієрархічності сучасних організацій, формування аутсорсингу на основі інформаційних технологій, збільшення випадків довгострокової кооперації без злиття і вер-

тикалізації (стратегічних альянсів, мереж) тощо [15–17]. Це зумовлюється змінами: технологічної ситуації, завдяки створенню доступних інформаційних технологій; споживчих смаків та звичок населення, що сформувалися протягом усього періоду розвитку індустріального суспільства; наявністю чималої кількості різноякісних товарів; динамічністю інноваційних процесів, які можуть забезпечити лише слабо ієрархічні й гнучкіші форми організації. Отже, суб'єкти господарювання поступово навчилися організовувати певні види виробництва з меншим ступенем ієрархії і з досить високою ефективністю. Змінилася також інституційна система, яка закріпила цінності довгострокової кооперації та співробітництва, на противагу класовій боротьбі. Почався процес "згладжування" (flattening) ієрархії. Однак навряд цей процес дасть змогу повністю уникнути ієрархії.

Розвиваючи міркування слід зазначити, що приблизно з 80-х років ХХ ст. вектори підвищення ефективності й ступеня ієрархічності, що до того часу збігалися, починають розходитися. Якщо у неокласичній економічній теорії підвищення ефективності виробництва зумовлювалося ростом масштабів організації, то у нинішньому постіндустріальному суспільстві "ефект масштабу" дедалі частіше ставиться під сумнів. До певного часу (враховуючи інституційні передумови, технології та ринкову ситуацію) накопичення високопродуктивних організаційно-специфічних ресурсів збігалося з ростом масштабів виробництва і ступенем ієрархічності господарських формувань (вертикалізацією). Наразі ж розвиток таких ресурсів можливий в організаціях із нижчим ступенем ієрархічності, що координують обов'язки, у тому числі й у малих формуваннях. Це певним чином пов'язано з постійним навчанням індивідів, а також із гнучкістю економічних відносин, що розвиваються.

Обґрунтовуючи розвиток інноваційних структур на сучасному ринку, М. Белоусенко [2, с. 331-332] як одну з передумов цього процесу виділяє внутрішню економію, яка виникає в результаті фізичної зміни використовуваних ресурсів (інтенсивності, поєднання, якості), що веде до зміни структури витрат організації. Саме наявність такої економії змушує суб'єктів ринку вводити особливі,

в тому числі ієрархічні, механізми координації своєї спеціалізованої діяльності, створювати організаційну структуру. Водночас існує ще один вид економії, який не можна безпосередньо пов'язати з тим чи іншим видом трансформації структури витрат, скоріше він пов'язаний з нею побічно. Автор називає його економією від спеціалізації й має на увазі те, що процес поділу праці, який підвищує продуктивність, одночасно породжує сильні відцентрові тенденції в будь-якій взаємодіючій групі агентів. Ієрархічні ж організації, в силу своєї природи, стримують, гасять такі тенденції, забезпечуючи лише певні, чітко окреслені межі спільної діяльності спеціалізованих агентів. Тому вони здатні постійно створювати різні нові групи суб'єктів, які спеціалізуються на здійсненні якоїсь особливої функції, водночас координуючи і зберігаючи ці групи для досягнення загальної мети. Спеціалізація ж щоразу дає змогу накопичувати нові, високопродуктивні організаційно-специфічні ресурси.

Так, поява в конкретній господарській організації відділу маркетингу приводить до того, що частина її суб'єктів спеціалізується на постійному дослідженні ринку: одержанні точних даних щодо зміни смаків споживачів та кон'юнктури ринку, накопиченні досвіду у цій досить специфічній трудовій функції. Діяльність співробітників такого відділу, як правило, не пов'язана з трансформацією структури витрат продукції, вона не передбачає безпосередньої інтенсифікації використовуваних ресурсів, рекомбінації, інновацій, але цілеспрямовано накопичені знання і досвід дають можливість усій організації точніше підлаштовувати кількість, якість та ціни своєї продукції під обмеження існуючих ринків, а також самим активно їх формувати. Інтеграція цілей цього відділу із загальнокомандними дає змогу інтенсифікувати використання ресурсів, знаходити й використовувати нові види їх рекомбінації та прискорити інноваційний процес.

Такий вид організації праці описував ще А. Сміт [7, с. 6], називаючи його підсиленням "вправності" працівників у межах їхніх трудових функцій, а в контексті загальної теорії організації – це накопичення організаційно-специфічних знань і досвіду, що безпосередньо не пов'язані з фізичним зни-

женням витрат ресурсів, але в кінцевому підсумку приводять до полегшення процесу оптимізації витрат або внутрішньоорганізаційної економії. Ця економія тісно пов'язана з нагромадженням інформації про зовнішнє середовище, тобто передбачає певне налаштування компанії під зовнішні обмеження й ринкові впливи, зокрема, присутність інших формувань із їхніми оригінальними процесами запровадження внутрішньої економії, новими технологіями, інституційною системою тощо.

Нові продукти зароджуються, виходячи із проблем людства. Досвід розвинутих країн показує, що будь-яка інновація повинна починатися з розуміння потреб, бажань і прагнень споживача. Для усвідомлення потреб споживача у даний момент часу необхідні спостереження за змінами в суспільстві, спілкування із споживачами, постійний моніторинг рівня розвитку технологій, за допомогою яких можна розв'язати поточні проблеми.

Становлення й розвиток галузей харчової промисловості історично починався із запровадження окремих інновацій як інноваційних ніш, що поступово перетворилися в організаційну систему сучасної харчової індустрії.

Ретроспективний досвід розвитку харчових біотехнологій доводить, що у 1812-1818 роках російський академік Костянтин Готліб Сигизмунд Кірхгоф, дослідження якого покладені в основу одного з перших промислових каталітичних процесів одержання цукру з крохмалю, відкрив явище біокаталізу. Це були перші спроби використання у промисловому виробництві окремих мікроорганізмів і ферментів, що сприяють перебігу хімічних процесів. Подальший розвиток харчових біотехнологій як інноваційних ніш у XIX-XX ст. був пов'язаний, передусім, із переробкою вітчизняної сільськогосподарської сировини: активно розвивалися технології бродильних виробництв, відбувалося поступове становлення харчової та суміжних галузей промисловості. Бурхливий розвиток промисловості сприяв будівництву цукрових, дріжджових, виноробних, олієекстракційних заводів, пивоварень й ін. У 1880-х роках у Петербурзі на базі забійного цеху побудовано білковий завод із випуску сироваткового альбуміну, що застосовувався в кондитерському і текстильному виробництві, при виготовленні ліків й у столярній справі.

На початку XX ст. здійснюються спроби налагодження виробництва харчових концентратів, контрольованої ферментації продуктів рослинного і тваринного походження, випробування можливостей створення біоорганічного палива, дослідження природи та механізмів антисептиків і препаратів з антибіотичною активністю. Процесові розвитку харчових біотехнологій завадили події 1914-1923 років, Першої й Другої світових війн. Лише з 1950-1960-х років розпочався індустріальний розвиток харчової галузі [18].

Хоча термін "біотехнологія" активно використовувався в сільському господарстві й харчовій промисловості вже з середини XX ст., лише з кінця століття біотехнологія стала провідною ланкою інноваційної діяльності, об'єктом різних наукових напрямів, технологій та інжинірингу. Сформована в середині й наприкінці минулого століття вітчизняна технологічна практика, яка системно відставала в розвитку, призвела до того, що навіть у галузевій класифікації виробництв харчової промисловості харчова біотехнологія навіть не згадувалася як дослідницький напрям. Нині ж галузь харчової біотехнології має чимало самостійних виробництв: мікробіологічні, ферментні, вітамінні, амінокислотні, виробництво ароматизаторів і барвників, антибіотиків та біодобавок. Сюди можна віднести й дріжджові виробництва, галузь харчових кислот, пивоварні та виноробні підприємства й ін. [19]

Історія харчової промисловості на сучасному етапі розглядається переважно в контексті її поступового становлення та пріоритетного розвитку трьох базових груп виробництв: переробки рослинної сировини, м'ясо-молочного комплексу й харчосмакового сектора. Економічні реформи XX-XXI ст. не вплинули істотно на структуру галузі, хоча за останні 20 років були створені нові підприємства, виникли нові види виробництв, почали виробляти зовсім нову продукцію продовольчого ринку, виникла навіть нова галузь – індустрія інгредієнтів.

Найближчими роками проривних інновацій слід очікувати у галузях, які зіткнуться з трьома найпотужнішими викликами сучасного людства. Перший – це приріст населення: за прогнозами, до 2050 року на планеті житимуть 9 млрд осіб, причому 2/3 – у

містах. Другий – швидке старіння населення розвинутих країн. Якщо нині на планеті близько 900 млн осіб мають вік понад 60 років, то до 2050 року їх буде 2,4 млрд. При цьому майже 50% населення страждатиме хронічними захворюваннями. Третій виклик – зростання попиту на електроенергію, продовольство і воду. При збереженні існуючих тенденцій споживання енергії й продовольства їхні світові обсяги протягом наступних 20 років мають зрости на 50%. Крім того, внаслідок кліматичних змін більшість людей зіткнеться з дефіцитом питної води. Очевидно, що найближчим часом з'являтимуться інновації, які допоможуть відповісти на ці виклики: в охороні здоров'я, енергетиці та електрифікації, в автомобілебудуванні, транспорті й харчовій індустрії.

Останніми двома десятиліттями бурхливого розвитку біологічних наук виникли нові наукові напрями. Сучасна біотехнологія – це молекулярна біологія, ембріологія і генетика, біохімія та біофізика, генна інженерія, а також чимало інших дисциплін, які сприяють реалізації принципово нових технологічних рішень у різних галузях, створення нових типів виробництв – інноваційних ніш.

Наразі дослідження в інноваційних нішах харчової індустрії знаходяться в площині вивчення новітніх біотехнологій харчової сировини, її функціонально-технологічних властивостей, вивчення харчових систем, комплексу інгредієнтів, харчових добавок, процесів переробки, розробки нових методів дослідження, товарознавства, технології мікробіологічного синтезу, фізико-хімічної кінетики, гідродинаміки, масо- і теплообміну, механічних процесів обробки, оптимізації та масштабування процесів і апаратів, розробки принципів регулювання, контролю й автоматичного управління, включаючи створення приладів і комп'ютеризованих систем тощо. Розвиток та поглиблення наукових досягнень у біотехнологічних галузях, що визнані пріоритетними напрямами економіки України, неможливі без відповідного розвитку технологій у суміжних галузях економіки, інженерного забезпечення й практичного використання одержаних знань і практичних результатів. Таким чином, виробництво наукоємних та інноваційних продуктів різного призначення вимагає систем-

ного підходу, базисом якого є міждисциплінарні знання, накопичений інженерний, економічний і управлінський досвід.

Висновки. Розвиток інноваційних ніш визначається ефектом впливу багатьох чинників, зокрема: загальною економічною ситуацією в країні; повноцінним ресурсним забезпеченням виробництва; кон'юнктурою ринку; кваліфікованістю маркетингу; рівнем професіоналізму менеджменту тощо.

Ніша ринку утворюється "на стику" двох або більше сегментів різних ринків. Попит у них дуже рухливий, зміни в потребах і запитах споживачів змінюються так швидко, що необхідна дуже висока гнучкість виробництва, щоб їх своєчасно та швидко задовольняти.

Як показують результати дослідження, інноваційна ніша в умовах сучасного ринку характеризується певними ознаками:

1. Виникнення інноваційної ніші зумовлюється особливою ситуацією або певним збігом обставин господарської діяльності (наприклад, як результат недосконалого регуляторного середовища), терміновістю й унікальністю потреб і запитів споживачів, для задоволення яких необхідний певний набір взаємодоповнюваних продуктів та інструментів.

2. Економічний ефект реалізації нішевого продукту забезпечується виконанням одразу кількох функцій, наприклад: харчової і медичної (харчові добавки, закваски, інгредієнти); харчової й енергетичної (виробництво рідких біопалив із рослинних залишків); екологічної та енергетичної (утилізація курячого посліду і виробництво біогазу) й ін.

3. Невелика, однак стабільна потенційна місткість ринку.

4. Значне послаблення конкуренції порівняно із суміжними сегментами ринку.

5. Швидкість прийняття рішення про перехід з однієї ніші до іншої.

По суті інноваційні ніші – це суміщення назрілих і цілком усвідомлених потреб із не цілком усвідомленими, нетрадиційними формами, способами та методами їх задоволення.

Інноваційний продукт зароджуваної ніші має бути конкурентоспроможним не лише на внутрішньому, а й на зовнішніх ринках. Часто складність полягає не в тому, щоб знайти нову нішу, а в тому, щоб новий продукт окупився. І зазвичай виграє той бізнес, який здатний переформатувати звичні групи

покупців на ринку та виділити свою групу, формуючи нішу з новими споживчими властивостями.

Інноваційні ніші, що засновані на нових знаннях кількох наук, потребують потужної наукової підтримки. Створення конкурентоспроможної на світовому ринку нішевої інноваційно-поліпшеної продукції неможливе без розвиненої наукової інфраструктури. Для розв'язання цього завдання необхідно, щоб три базові складові, на яких ґрунтується інфраструктура наукових досліджень, – матеріальна, організаційна і фінансова – максимально ефективно взаємодіяли у межах держави.

У цьому контексті важливо відзначити, що масштаби й темпи розвитку промисловості у світі визначаються не готовністю окремої економіки до змін і освоєння інвестицій,

а швидкістю зміни споживчого ринку та інновацій. Однак неможливо забезпечити прорив лише за окремими пріоритетними напрямками, маючи загальний низький рівень розвитку освіти, техніки, технологій і менеджменту. В Україні ж сукупність існуючих проблем, у тому числі й економічних, стримує саме розуміння необхідності зміни підходів, фактичний розвиток галузей економіки і, як наслідок, надходження інвестицій. Крім того, у XXI ст. неможливо побудувати ефективне господарство на окремо взятій території. Саме процес вбудовування країни у світовий економічний простір, економічна свобода, прозора конкуренція, сприятливі умови ведення бізнесу та мінімум обмежень – запорука успіху й добробуту країни.

Список використаних джерел

1. Adams W.J. Firm size and research activity: France and the United States // Quart. J. Econ. – 1970. – №84(3) August. – Рр. 386-409.
2. Белоусенко М.В. Загальна теорія економічної організації: організаційна еволюція індустріальної економіки / М.В. Белоусенко. – Донецьк : ДонНТУ, 2006. – 432 с.
3. Володін С.А. Інноваційний розвиток аграрної науки: монографія / С.А. Володін. – К.: МАУП, 2006. – 400 с.
4. Глазьев С. Развитие российской экономики в условиях глобальных технологических сдвигов // С. Глазьев // Экономика, кризисы, риски, безопасность, самоорганизация. – 2007 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://spkurdyumov.ru/economy/razvitie-rossijskoj-ekonomiki/>.
5. Ігнатюк А.І. Галузеві ринки та інновації / А.І. Ігнатюк // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2009. – Вип. 20. – С. 90-100.
6. Россоха В.В. Інноваційна парадигма управлінської діяльності / В.В. Россоха // Агроінком. – 2005. – Вип. 5-6. – С.59-61.
7. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М., 1997. – 142 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://usib.ru/files/USIB/download/adam_smit_issled_o_priode.pdf.
8. Федюлова І.В. Передумови інноваційного розвитку промислових підприємств України: монографія / І.В. Федюлова. – К.: НУХТ, 2009. – 272 с.
9. Scherer F.M. Firm size, market structure, opportunity and the output of patented innovations // American Economy Review, 1965. – № 55. – P. 1097-1125.
10. Dasgupta P. Industrial structure and the nature of innovative activity / P. Dasgupta, J. Stiglitz // Economic journal. – 1980. – №90. – P. 266-293.
11. Фінансовий словник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/28804.
12. Ниша рынка: что это и как в нее устроиться [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.marketing-ua.com/articles.php?articleId=3144>.
13. Lazerson M. A New Phoenix?: Modern Putting-Out in the Modena Knitwear Industry / Lazerson M. // Administrative Science Quarterly. – 1995. – V.40. – N.J. – P. 34-59.
14. Lazerson M. The Firms that Feed Industrial Districts: A Return to the Italian Source / M. Lazerson, G. Lorenzoni // Industrial and Corporate Change. – 1999. – V.8. – №2. – P. 235-266.
15. Владимирова И.Г. Компании будущего : организационный аспект / И.Г. Владимирова // Менеджмент в России и за рубежом. – 1999. – №2 Электронный ресурс. – Режим доступа : www.cfin.ru/management/1999-2/05.shtml.
16. Langlois Y. The Vanishing Hand: The Changing Dynamics of Industrial Capitalism / Y. Langlois // Industrial and Corporate Change. – 2003.1 V.1 – pp. 351-385.
17. Mokyr J. The Rise and Fall of the Factory System: Technology, Firms, and Households since the Industrial Revolution. – Paper prepared for the Carnegie-Rochester Conference on macroeconomics, Pittsburg, November 17-19, 2000 (<http://www.gsia.cmu.edu/afs/andrew/gsia/bm05/mokyrpaper.J.pdf>).
18. Большой Энциклопедический словарь, 2000 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://russo.com.ua/bolshoy_entsiklopedicheskiy_slovar/page/kirhof_konstantin_gotlib_sigizmund.26703.
19. Зеленский В. Пищевая промышленность и биотехнологии / В. Зеленский // Бизнес пищевых ингредиентов. – 2012. – № 4. – С. 24–28.

Стаття надійшла до редакції 29.01.2014 р.

* * *