

УДК 338

Гудзь Ю. Ф.

Національний університет харчових технологій

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ЗРОСТАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Розглянуто особливості управління інноваційною діяльністю підприємств харчової промисловості при виборі стратегії зростання економічного потенціалу. У статті відображено теоретичні положення та методичні основи формування та реалізації інноваційної складової розвитку підприємств, що сприятиме зростанню економічного потенціалу підприємств та ефективності. Розроблена концептуальна схема формування та реалізації інноваційної складової стратегії зростання економічного потенціалу підприємств.

Ключові слова: інноваційна складова, стратегія зростання, економічний потенціал, підприємства харчової промисловості, управління інноваціями.

Постановка проблеми. В інноваційних дослідженнях харчову промисловість традиційно класифікують як сектор з низькою інтенсивністю дослідження. Особливої значущості в цих умовах набувають проблеми формування ефективної системи управління інноваційними процесами на всіх рівнях. Розв'язання цих проблем зумовлює необхідність розробки відповідного теоретичного фундаменту та визначення підходів до вирішення завдань інноваційних перетворень. На сучасному етапі зберігається висока невизначеність при впровадженні інновацій, яка пов'язана з необхідністю виявлення методів й механізмів впливу на інноваційну активність підприємств. Сукупність конкретних методів, підходів, прийомів та форм, що використовуються підприємством для впровадження інноваційної складової, відповідно до визначених критеріїв і цілей формують модель зростання економічного потенціалу підприємства, що дає можливість розв'язати певні індивідуально визначені кожним підприємством завдання, враховуючи особливості його фінансово-господарської діяльності, складові стратегії розвитку, а також умови підприємницького середовища.

Аналіз основних досліджень та публікацій. Першим вченим, який визначив економічну сутність інновації, науково обґрунтував конкретний зміст категорій та здійснив системне репрезентування інноваційного процесу був Й. А. Шумпетер. Серед українських науковців питаннями інноваційного розвитку займалися В. Александрова, О. Бутник-Сіверський, В. Геець, Т. Говорушко, Д. Крисанов, О. Петухова, І. Федулова.

У даний час дослідження харчової промисловості в Україні обмежуються, по суті, аналізом інноваційної діяльності підприємства, не беручи до уваги усю інноваційну систему, що включає вихід на ринок і впровадження нових продуктів, процесів або послуг. Системний підхід також необхідний для того, щоб можна було вивчити структуру взаємодії між різними учасниками інноваційної системи. Крім того, не досліджені питання ін-

новаційної складової стратегії зростання економічного потенціалу підприємств харчової промисловості, зокрема України.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Для вивчення інноваційної складової, у рамках методології формування і реалізації стратегії зростання економічного потенціалу підприємств харчової промисловості, необхідно дослідити які чинники впливають на ефективність інноваційної системи в харчовій промисловості та як вони взаємодіють у рамках системи. Особливо актуальними є проблеми формування й управління інноваційним потенціалом для тих промислових підприємств, які характеризуються значною кількістю факторів, що впливають на їх діяльність.

Також важливо проаналізувати процес формування інноваційної діяльності підприємств та підприємницьке середовище в якому існує харчова промисловість України. Це дасть можливість розробити методичні рекомендації, врахувати наслідки майбутнього розвитку інноваційної складової в рамках стратегії зростання економічного потенціалу.

Мета статті. У сучасних умовах розвитку підприємств харчової промисловості необхідна розробка нової моделі економічного зростання, що відображає можливості підприємств в інноваційному розвитку. Саме цією моделлю може стати сформована стратегія зростання економічного потенціалу підприємств харчової промисловості на основі інноваційної складової.

Основні результати дослідження. Впровадження нового підприємства в господарську діяльність визначається як нововведення. З моменту прийняття рішення про впровадження, новація здобуває нову якість і стає інновацією. Інновації є однією з умов розвитку суб'єктів господарювання, підвищення якості та кількості продукції, появи нових товарів і послуг.

Ширше тлумачення терміну «інновація» дає Оксфордський тлумачний словник: «будь-який новий підхід до конструювання виробництва чи збуту товару, в результаті чого інноватор або його компанія отримують перевагу перед конкурентами. Використовуючи патенти, інноватор, який досягнув успіху, може забезпечити собі тимчасову монополію, хоча з часом конкуренти знайдуть шляхи виходу на вихідний ринок. Деякі компанії починають випуск нової продукції, орієнтованої на сформований попит, інші розробляють технологічні нововведення, які створюють нові ринки» [4, с. 246].

Слово «innovation» (англ.) походить від латинського «новація» (новизна, нововведення) та англійського префікса «ін» (в, введення). З англійського «інновація» означає «введення нового, відновлення». Б. Твісс вважає, що інновації – це процес, в якому винахід чи ідеї набувають економічного змісту [9, с. 45]. Р. Фатхутдінов під інновацією розуміє кінцевий результат впровадження новацій з метою зміни об'єкта управління й отримання економічного, соціального, екологічного, науково-технічного або іншого виду ефекту [10, с. 32]. О. Лапко стверджує, що інновацію слід розуміти як інноваціонування – процес, який не завершується освоєнням нової техніки у виробництві або доведенням до проектної потужності нової технології, а має неперервний характер навіть після впровадження [8, с. 48]. У процесі дослідження аналізувались визначення як терміну «інновація», так і «нововведення», оскільки, зазвичай, вітчизняні науковці вживають їх як синоніми [3,6]. У монографії [1, с. 142] зазначено, що термін «нововведення» є варі-

антом українського перекладу англійського слова «innovation» й тому немає потреби шукати відмінності між нововведенням і інновацією. Проте є науковці [2, 5], які вважають, що вищезазначені терміни мають різний зміст та не кожне нововведення є інновацією. Таким чином, можна стверджувати, що сьогодні відсутнє загальноприйняте визначення поняття «інновація».

За результатами дослідження вищезазначених понять можна стверджувати, що інновації – це нововведення з використанням досягнень науково-технічного прогресу, що забезпечує відновлення основних засобів, оптимальне витрачання ресурсів, енергозбереження при впровадженні нових технологій і має вплив на покращення економічних показників суб'єктів господарювання.

Харчова промисловість є однією з найбільш важливих галузей промисловості в Україні з великим значенням для зайнятості та економічного утворення доданої вартості. Вона також відіграє центральну роль у переробці сільськогосподарської сировини і забезпеченні населення продуктами харчування. В останні десятиліття в харчовій промисловості зустрічаються технічні й економічні зміни у виробництві та переробці харчових продуктів, соціальному середовищі, ланцюгу логістичних процесів від виробництва сільськогосподарської продукції, обробки харчових продуктів до кінцевого їх розподілу споживачам. Інноваційною складовою стратегії зростання економічного потенціалу підприємств харчової промисловості може бути: розробка нових продуктів харчування, нові наукові та технічні можливості в переробці продуктів харчування, структурних змін у харчовій промисловості та торгівлі продуктами харчування. Усі ці інновації повинні впроваджуватися з врахуванням впливу світової продовольчої кризи, соціально-демографічного розвитку, зростання населення в світі та змінами споживчої поведінки.

Найважливішою складовою змін, що забезпечує швидку реакцію підприємств харчової промисловості та вплив чинників внутрішнього й зовнішнього середовища, є ефективне інвестиційне забезпечення. Відновлення довіри інвесторів, вмиле використання різноманітних джерел інвестування, розблокування кредитування підприємств, поліпшення інвестиційного клімату, збереження власного та нарощування інноваційного потенціалу розвитку й інвестиційної привабливості – це основні пріоритети, на які необхідно сконцентрувати зусилля.

Інноваційна діяльність у харчовій промисловості може бути розглянута на різних рівнях з використанням різноманітних методологічних підходів. Для аналізу формування і впровадження інновацій використовуються різні методики. Це можуть бути методи, пов'язані з кінцевим результатом впровадження нових продуктів, з даними про кількість обігу нових продуктів на ринку або проведення опитування про інноваційну діяльність підприємств. Використання різноманітних методів у процесі дослідження дає можливість отримати повне уявлення про пріоритети в інноваційній діяльності підприємств.

Необхідно відзначити, що жоден з цих інструментів сам по собі не в змозі охопити інновації у харчовій промисловості у повній мірі, і, що тільки через взаємодію різноманітних методологічних підходів можливо

побачити більш чітку картину різних аспектів інноваційної діяльності підприємства. У праці «Теорія економічного розвитку» Й. Шумпетер дослідив питання нових комбінацій розвитку підприємства і запропонував власний опис інноваційного процесу, який визначається як:

- виробництво нового продукту з якісно новими властивостями;
- застосування нового методу виробництва, в основі якого не є обов'язкове наукове відкриття;
- освоєння нового ринку збуту галуззю промисловості країни;
- отримання нового джерела сировини чи напівфабрикатів;
- введення нових організаційних та інституційних форм [13].

Сучасний інноваційний характер виробництва продуктів харчування викликає необхідність в стратегічному управлінні інноваціями на основі використання досягнень науки й техніки. Вирішення проблем інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості вимагає розробки відповідної стратегії та нової моделі економічного зростання підприємства. Одним із варіантів вирішення цієї проблеми є впровадження наукової гіпотези про можливість формування та реалізації стратегії зростання економічного потенціалу в умовах глобалізації світової економіки.

Сучасні процеси глобалізації вимагають від українських підприємств активної інтеграції у всесвітню торгову мережу. Особливо це актуально в умовах, коли експорт являється одним з головних умов розвитку національної економіки. Тому для вітчизняних підприємств особливо важливо забезпечити в економічному просторі режим найбільшого сприяння зростанню економічного потенціалу підприємств, особливо для підприємств харчової промисловості.

Тому однією з важливих функцій стратегічного управління на підприємствах є розробка стратегії зростання економічного потенціалу з метою завоювання на ринку сильних позицій та створення підходів щодо її успішної реалізації в умовах невизначеності підприємницького середовища, потужної конкуренції та внутрішніх проблем, що передбачає визначення цілей й довгострокових перспектив розвитку інвестиційної діяльності на підприємстві; перетворення загальних цілей на конкретні напрями здійснення інвестиційної діяльності; ефективну реалізацію розробленої стратегії з метою досягнення поставлених цілей і перспектив розвитку; аналіз ситуації на ринку, внесення коректив у довгострокові напрями інвестиційної діяльності з урахуванням накопиченого досвіду, умов, що змінюються, нових ідей та можливостей підприємства.

Як свідчать результати дослідження аналізу стану інноваційної діяльності підприємств харчової промисловості, подолання несприятливих тенденцій соціально-економічного розвитку стримується відсталістю технологічної структури промислового виробництва, низьким рівнем виробничої бази, недостатнім державним фінансуванням НДДКР. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності промислових підприємств здійснюється на рівні 75% за рахунок їх власних коштів, бюджетне фінансування складає лише 5%, а кредити банків та кошти вітчизняних і іноземних інвесторів становлять 20%.

В еволюційній моделі інноваційного розвитку І. Федулова розглядає чотири фази розвитку підприємств [11, 12]. Кожна фаза включає періо-

ди-інтервали, що повторюються. Висота фази залежить від менеджменту підприємства. Перша фаза моделі пов'язана із зародженням (створенням) підприємства. Найбільш ймовірною умовою створення нового підприємства є ідея. Така ідея може бути технічною, організаційною, фінансовою, пов'язаною з обслуговуванням або розвитком підприємства. Основним фактором становлення на першій фазі є підбір персоналу і формування команди. Друга фаза – це продуктова диверсифікація, тобто підприємство може розглядати лише ті ідеї, які забезпечують процес диверсифікації. Саме на цій фазі освоюються більшість товарів та послуг, що забезпечують вживання й захоплення відповідного ринкового сегменту. Третя фаза передбачає освоєння технологічного потенціалу, тобто формування технічного укладу, носієм якого виступає підприємство. Основою розвитку даної фази є «байдужість до технології», тобто властивість підприємства здійснювати випуск продукції будь-якою з існуючих технологій і також поступове покращення його існуючих технологічних можливостей. Четверта фаза завершає розвиток підприємства як однорідної структури з точки зору організації та фінансів. Стратегічною метою четвертої фази є формування міні-економіки, тобто системи, яка має властивість підтримувати розвиток інновацій, використовуючи закони ринку і захищаючи інноваційне підприємство.

Численні емпіричні дослідження європейських вчених показали, що постачальники інноваційних технологій роблять значний внесок в інноваційну діяльність підприємств харчової промисловості. Це стосується технічних розробок, які відносяться до ключових технологій: інформаційної й комунікаційної, біотехнології та проявляються шляхом придбання підприємствами харчової промисловості нового устаткування й техніки, використанням нових інгредієнтів у виробництві харчових продуктів, що розроблені інноваційними компаніями [14, с. 11].

Інноваційна діяльність у харчовій промисловості включає інновації продуктів та технологічні процеси. Під «інновацією продуктів» будемо розуміти нові продукти харчування, які будуть використовуватися споживачами. Тобто нові продукти визначаються не лише змінними їх властивостями, але й повинні обов'язково бути представлені на ринку. Під «інновацією процесів» розуміють нові комбінації технологічних, організаційних та людських факторів виробництва з метою реалізації зниження витрат у процесі виробництва або впровадження нових технологій з метою виробництва нової продукції. Інновації у вигляді нових продуктів, методів або послуг є важливим інструментом для підприємства харчової промисловості для того, щоб вирізнитися між конкурентами і задовольняти очікування споживачів.

Сучасне глобальне підприємницьке середовище вимагає наступних інноваційних процесів: підвищення пріоритетної ролі спеціалізації та кооперування виробництва продукції, високих технологій, нових видів сировини; суттєве випередження виробництва науково-технічних знань у зв'язку з істотними змінами в міжнародному поділі праці, торгівлі ліцензіями, ноу-хау та науковою інформацією.

Інновація залежить від двох умов: інтелектуального потенціалу людини і її здібностей збирати, накопичувати й переробляти зростаючі потоки інфор-

мації. Генерація знання розглядається як його творення шляхом переробки інформації на основі загальновідомого знання. Джерелом генерації нового знання виступає інтелектуальна активність людини. Знання відтворюється в інноваційній діяльності. Структура інноваційного виробництва складається з руху двох типів факторів виробництва: уречевлених та не уречевлених, які виступають основою визнання інноваційного потенціалу [12, с. 30].

Підприємства повинні створювати нові форми науково-виробничої діяльності, які можуть забезпечувати технологічні зміни та реалізувати умови для прискорення інноваційних процесів, що повинні стати одним із найважливіших напрямків стратегії зростання економічного потенціалу підприємств. На основі аналізу існуючих наукових поглядів можна запропонувати такі етапи розробки й реалізації стратегії зростання економічного потенціалу підприємства:

1. Визначення місії та системи стратегічних цілей.
2. Оцінка економічного потенціалу та підприємницького середовища.
3. Визначення пріоритетних напрямків розвитку підприємства.
4. Вибір стратегії зростання економічного потенціалу підприємства.
5. Реалізація стратегії зростання економічного потенціалу підприємства.
6. Оцінка ефективності впровадження стратегії зростання економічного потенціалу підприємства.

Інноваційна складова стратегії зростання економічного потенціалу підприємств об'єднує фундаментальні та прикладні дослідження; дослідно-конструкторські та технологічні розробки; випробування та промислове освоєння нововведень. Реалізація цих розробок повинна базуватися на засадах стратегічного управління інноваціями, яке передбачає обґрунтування стратегічних завдань інноваційного розвитку підприємств, оцінку можливостей та ресурсів для їх вирішення, аналіз стану розвитку науково-інноваційної сфери й організаційних структур, обґрунтування чинників, які істотно впливають на результати інноваційної діяльності підприємства. Основою ефективною інноваційною діяльністю є прогнозування потреби в певних інноваціях, на основі яких розробляються принципово нові прогресивні технології, здійснюється випуск високотехнологічної продукції, розробка прогресивних організаційних і управлінських рішень (табл. 1).

Формування інноваційної складової стратегії зростання економічного потенціалу підприємств забезпечує можливість врахування майбутніх завдань, розгляд діяльності підприємства як безперервного процесу, в якому поточні дії пов'язані з майбутніми, управління не тільки короткостроковими, а й довгостроковими цілями розвитку; визначення основних потреб ринку; реагування на зміни підприємницького середовища.

Поглиблення трансформаційних перетворень ставить перед підприємствами харчової промисловості такі завдання: визначення пріоритетів розвитку з урахуванням наявних ресурсів; забезпечення динаміки економічного зростання; сприяння інноваційному розвитку виробництва продуктів харчування й обґрунтування методології подальшого розвитку. Їх реалізація вимагає концептуального теоретико-практичного обґрунтування можливостей та доцільності інноваційного розвитку, розробки адекватної сучасної парадигми управління, що здатна здійснювати адаптацію підпри-

Таблиця 1

Розробка та реалізація стратегії зростання економічного потенціалу підприємств харчової промисловості

| Етапи стратегічного планування | Стратегія зростання економічного потенціалу на основі розробки нової продукції | |
|------------------------------------|---|---|
| | Дослідження та розробка | Реалізація |
| Мета | Відкриття нових наукових концепцій та закономірностей розвитку підприємства | Використання отриманих інноваційних знань для розробки нової продукції |
| Розподіл робіт | Індивідуальна та колективна розробка проектів | Здійснюється розподіл завдань, оцінка та контроль їх виконання |
| Відбір та контроль | Інноваційні проекти відбираються з метою забезпечення своєчасної їх зміни та пріоритету | Контроль здійснюється регулярно для досягнення цілей у визначені терміни та у встановлених межах витрат |
| Керівництво стратегічним розвитком | Здатність здійснювати компетентну оцінку результатів реалізації стратегії | Дотримання встановлених термінів завершення розробки та своєчасний вихід на ринок з новою продукцією |
| Стимулювання новаторства | Розв'язання наукових проблем з метою досягнення переваг на ринку нової продукції | Кадрові зміни. мотивація персоналу |

*Систематизовано автором

емств до нових умов функціонування. Концептуальна схема формування і реалізації інноваційної складової стратегії зростання економічного потенціалу підприємств харчової промисловості відображена на рис. 1.

Необхідно зазначити, що в Україні відсутні методичні розробки щодо оцінювання сучасних технологій, які використовуються на підприємствах харчових галузей. Як правило, точкою відліку виступає краща вітчизняна технологія, яка розроблена або вже застосовується у виробництві харчових продуктів, чи кращі зарубіжні зразки. Такий експериментний висновок, як правило, спроможні підготувати висококваліфіковані фахівці спеціалізованих науково-дослідних і проектно-конструкторських установ, що ознайомлені з передовими технологіями, які використовуються на підприємствах харчової промисловості нашої країни та за кордоном [7, с. 115].

Важливою складовою формування стратегії зростання економічного потенціалу підприємств харчової промисловості є управління змінами на підприємстві, що включає: здійснення стратегічної діагностики, мобілізацію керівників підприємства на підтримку змін, планування процесу змін, запобігання конфліктами між стратегічною й поточною діяльністю підприємства, прийняття стратегічних рішень, управління інноваційним виробничим процесом, розробку та впровадження стратегії інноваційного розвитку, здійснення оперативної і стратегічної системи управління.

У процесі формування стратегії зростання економічного потенціалу підприємств слід використовувати систему показників, які характеризують застосування досягнень науково-технічного прогресу на підприємстві і відбивають окремі їхні характеристики. Включаються показники оцінки ре-

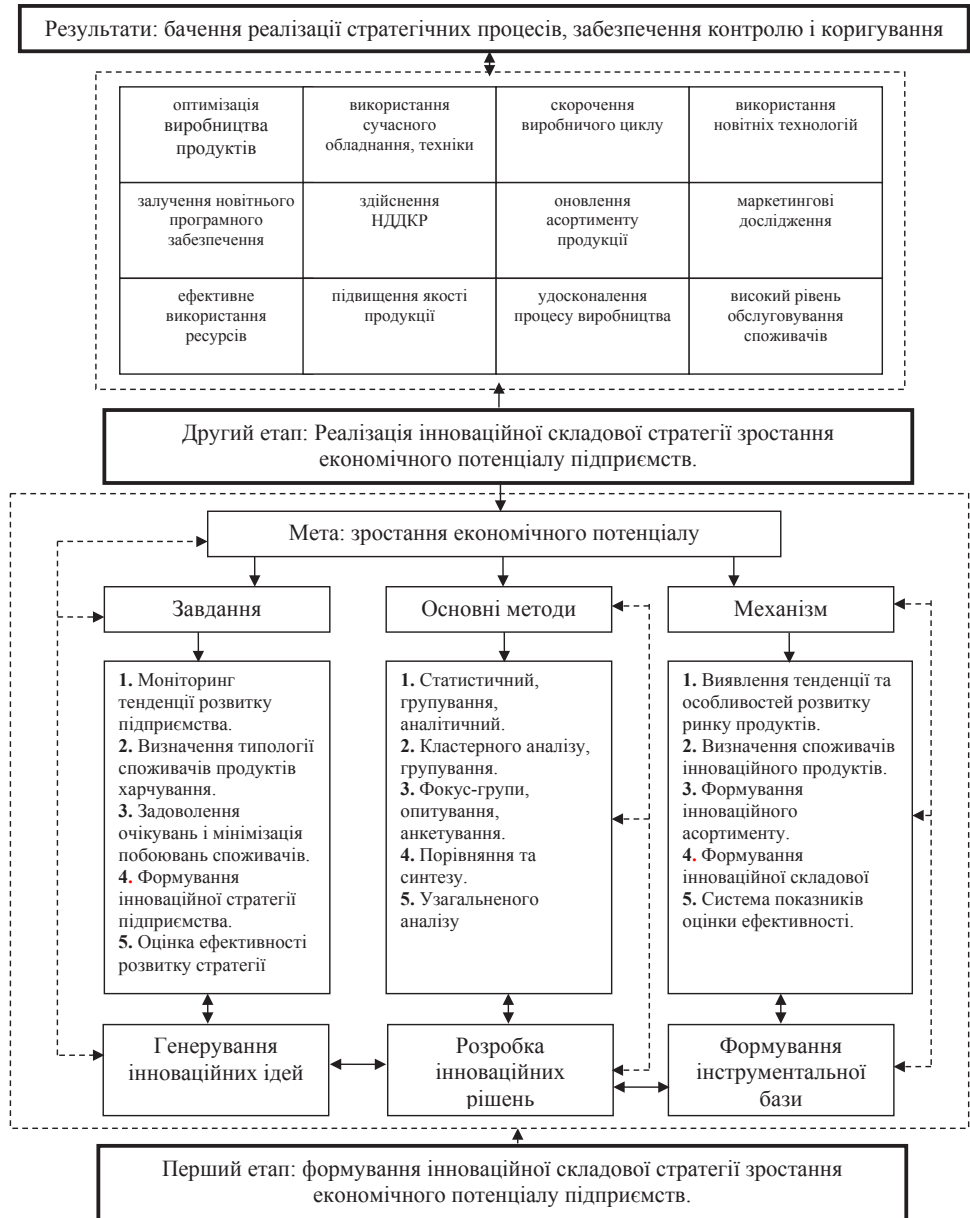


Рис.1. Концептуальна схема формування і реалізації інноваційної складової стратегії зростання економічного потенціалу підприємств (*розроблено автором)

сурсів, витрати на інновації, чисельність зайнятих в інноваційній сфері, вартість розширеного відтворення основних засобів, результати інноваційної діяльності, в тому числі і кількість винаходів та відкриттів, економічний ефект від впровадження інновацій.

Одночасне врахування системи усіх показників вимагає різних методичних підходів до їх оцінки. Це передбачає необхідність визначення критеріїв оцінки організаційно-технічного рівня НДДКР, які повинні враховувати досягнутий рівень, темпи розвитку підприємства та визначати ступінь їх впливу з використанням економіко-математичних методів. На сучасному етапі розвитку для підприємств харчової галузі постала нагальна потреба в інвестуванні інформаційних технологій, ресурсного, технологічного, програмного забезпечення; максимальному використанні значного потенціалу росту; пріоритетному розвитку продовольчих ринків та інфраструктури.

Формування об'єктивних передумов зростання економічного потенціалу підприємств харчової промисловості неможливе без реального інвестування, поповнення основного капіталу, реструктуризації всієї фінансово-інвестиційної сфери та створення сприятливого інвестиційного клімату як важливої конкурентної переваги подальшого економічного та інноваційного розвитку.

Висновки і пропозиції. Розвиток підприємств харчової промисловості на інноваційній основі – це єдиний можливий шлях підтримання високої динаміки зростання та зміцнення позицій підприємства в умовах вичерпання природних ресурсів і посилення міжнародної конкуренції. За нинішніх умов визначним чинником економічного зростання підприємства виступає активна реалізація інноваційної складової, що повинна знайти своє продовження на вищому рівні функціонування підприємства та полягає у розширенні випуску продукції з інноваційними характеристиками та зміцненні конкурентоспроможності на вітчизняному та зарубіжних ринках. Одним із основних шляхів підвищення рівня інноваційного управління розвитком діяльності підприємств харчової промисловості є вдосконалення процесу прискореного освоєння нових продуктів харчування. Його ефективність забезпечується за рахунок дотримання низки запропонованих принципів, зміст яких повинен відповідати методам переходу виробництв на випуск нових продуктів харчування.

Список літератури:

1. Антонюк Л. Л., Поручник А. М., Савлук В. С. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізація: Монографія. – К. : КНЕУ, 2003. – 394 с.
2. Бажал Ю. М. Економічна теорія технологічних змін: Навч. посібник. – К. : Заповіт, 1996. – 238 с.
3. Буднікевич І. М., Школа І. М. Становлення регіонального ринку інновацій в Україні. – Чернівці : Зелена Буковина, 2002. – 200 с.
4. Бизнес. Оксфордский толковый словарь. Англо-русский. – М. : Прогресс – Академия РГТУ, 1995. – 752 с.
5. Гохберг Л. М. Статистика науки и инноваций: краткий терминологический словарь. – М., 1996. – 290 с.
6. Гриньова В. М., Гриньов А. В. Дослідження розвитку уявлень про інноваційні процеси // Економіка розвитку. – 2003. – №1. – С. 5-9
7. Крисанов Д. Ф., Бужимська К. О. Трансформації в харчових галузях та їх інноваційно-технологічна модернізація / Д. Ф. Крисанов, К. О. Бужимська // Економіка АПК. – 2010. – №7. – С. 113-121.

8. Лапко О. О. Інноваційна діяльність в системі державного регулювання. – К.: ІЕП НАНУ, 1999. – 254с.
9. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями / Сокр. пер. с англ. – М. : Экономика, 1989. – 217 с.
10. Фатхутдинов Р. А. Иновационный менеджмент: Учебник для вузов. – 2-е изд. – М. : Интел-Синтез, 2000. – 624 с.
11. Федулова І. В. Передумови інноваційного розвитку промислових підприємств України: [монографія] / І. В Федулова – К. : НУХТ, 2009. – 272 с.
12. Федулова І. В. Обґрунтування напрямків інноваційного розвитку підприємств хлібопекарної галузі: [монографія] / І. В Федулова – К. : НУХТ, 2009. – 512 с.
13. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М. : Прогресс, 1992. – 455 с.
14. Traill W. B., Meulenber. M., 2002: Innovation in food industry. Agribusiness 1, Nr. 18, Nr. 1, S. 1-21.

Гудзь Ю. Ф.

Национальный университет пищевых технологий

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ РОСТА ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Резюме

Рассмотрены особенности управления инновационной деятельностью предприятий пищевой промышленности при выборе стратегии роста экономического потенциала. В статье отражены теоретические положения и методические основы анализа инновационной составляющей развития предприятий, что будет способствовать росту экономического потенциала предприятий и их эффективной деятельности. Разработана концептуальная схема формирования и реализации инновационной составляющей стратегии роста экономического потенциала предприятий.

Ключевые слова: инновационная составляющая, стратегия роста, экономический потенциал, предприятия пищевой промышленности, управление инновациями.

Gudz Y. F.

National University of Food Technologies

INNOVATION ACTIVITY MANAGEMENT DURING STRATEGY IMPLEMENTATION FOR GROWTH POTENTIAL OF FOOD COMPANIES

Summary

There were described the peculiarities of innovation management in the food industry while choosing the potential economic growth strategy. In the article the theoretical concepts and methodological foundations of innovation component analysis of financial and economic activities are developed that will contribute to the growth of economic potential and business performance. There was proposed the conceptual scheme of formation and implementation the innovation component of potential economic growth strategy.

Key words: innovation component, growth strategy, economic potential, the company of food industry, innovation management.