

УДК 664.8:005.21:338.45
DOI 10.15673/fie.v17i2.3165

Седікова І.О.

доктор економічних наук, професор
завідувач кафедри менеджменту та логістики
E-mail: irina-sedikova@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5684-6927>

Палвашова Г.І.

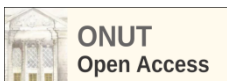
кандидат технічних наук, доцент
кафедра менеджменту і логістики
Одеський національний технологічний університет
вул. Канатна 112, м. Одеса, Україна, 65039
E-mail: palvashova_ai@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0852-3397>

ТРАНСФОРМАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ КОНСЕРВНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ЧЕРЕЗ ІННОВІНГ: ВИКЛИКИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ТА ЗРОСТАННЯ

Стаття досліджує роль інновіingu як ключового чинника структурної модернізації та забезпечення сталого розвитку підприємств консервної галузі в умовах кризи, викликаній повномасштабною війною та глобальною нестабільністю. Визначено, що інновіинг – це комплексний підхід до організації інноваційної діяльності, що інтегрує інновації в стратегічне управління для формування стійких конкурентних переваг. Проаналізовано історичну еволюцію терміну та сучасні підходи до його трактування (бізнес-стратегії, технологічний розвиток, соціальний вплив). Виокремлено ключові характеристики інновіingu, такі як якість інноваційної стратегії, рівень використання потенціалу, обсяг інвестицій.

На основі аналізу стану консервної галузі України та світових ринкових трендів обґрунтовано необхідність трансформації через інновіинг. Запропоновано та проілюстровано прикладами чотири основні напрями інновіingu для галузі, а саме, продуктовий, технологічний, маркетинговий, організаційно-управлінський. Підкреслено, що інновіинг формує нову екосистему агропереробки, сприяючи локальному розвитку, імпортозаміщенню та глобальній впізнаваності. Визначено ключові бар'єри для його впровадження, а саме, недостатнє фінансування, дефіцит кваліфікованих кадрів, відсутність національної програми підтримки, низька цифрова грамотність.

Ключові слова: інновіинг, консервна промисловість, інноваційна трансформація, структурна модернізація, сталий розвиток, агропереробка, конкурентоспроможність.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Функціонування підприємств в умовах глобальної економічної нестабільності вимагає перегляду традиційних підходів до організації підприємницької діяльності. Зростаючий тиск зовнішніх викликів, що мають системний характер, обумовлює необхідність забезпечення стійкості фінансового стану підприємств та збереження їх конкурентоспроможності на національних і міжнародних ринках. Як свідчить світова практика, інноваційна активність є ключовим чинником довгострокового розвитку не лише в економічному, а й у соціокультурному вимірі. У цьому контексті стратегічний розвиток підприємства має ґрунтуватися на системній роботі з пошуку нових рішень, впровадженні організаційно-технологічних інновацій, формуванні сприятливого середовища для їх реалізації.

Сучасні ринкові умови формують нову економічну парадигму, що вимагає від підприємств високого рівня адаптивності до деструктивного впливу глобальних кризових явищ. В умовах постійної турбулентності зовнішнього середовища одним із пріоритетних стратегічних завдань для суб'єктів господарювання є забезпечення стійкого економічного розвитку на довгострокову перспективу. Міжнародний досвід свідчить, що досягнення стабільного фінансового стану та зміцнення конкурентних позицій на ринку є можливим лише за умови системного пошуку та впровадження інноваційних рішень, спрямованих на підвищення ефективності господарської діяльності. Саме цим завданням відповідає концепція інновіingu – комплексного підходу до організації інноваційної діяльності, що базується на оцінюванні інноваційного й фінансового потенціалу підприємства, прогнозу-

ванні ефективності інноваційних ініціатив та аналізі впливу зовнішніх факторів.

Інновінг дозволяє інтегрувати інновації у стратегічне управління, перетворюючи їх на стійке джерело конкурентних переваг. У контексті адаптації до нестабільного зовнішнього середовища та подолання наслідків економічної кризи, впровадження методів інновінгу має стати системною складовою управління розвитком підприємства.

Світова практика доводить, що без інноваційної активності економічний та соціокультурний поступ є неможливим. Актуальність інновінгу підтверджується й результатами діяльності підприємств за останні періоди, тобто, саме завдяки використанню методів, орієнтованих на формування та реалізацію «сталих інновацій».

Формулювання цілей дослідження. Мета статті – розкрити роль інновінгу в структурній модернізації та забезпеченні сталого зростання українських підприємств консервної галузі в умовах кризи.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Інформаційно-аналітичний огляд наукових джерел свідчить про недостатній рівень теоретичного та методологічного опрацювання інновінгу як окремої концепції організації інноваційної підприємницької діяльності. Попри наявність окремих публікацій, це поняття залишається порівняно новим і таким, що перебуває на етапі формування наукової бази.

До числа вчених, які зверталися до проблематики інновінгу, належать А. Мазаракі, який одним із перших у вітчизняній науці започаткував дослідження інновінгу як «процесу формування та практичного використання нових знань, пов'язуючи його з особистісним розвитком лідера та творчим потенціалом підприємця», Л. Батик, розглядає інновінг «у контексті стратегічного управління інноваційною діяльністю підприємства», В. Яковенко акцентує увагу на формуванні інноваційного потенціалу суб'єктів господарювання через системний підхід до інновінгу, І. Балабанов, аналізує інновінг як «функціональний елемент економічної моделі стійкого розвитку в умовах невизначеності», С. Володін, який трактує інновінг як «складову інноваційного провайдингу, що забезпечує інтеграцію науки, бізнесу та управління», О. Кузьмін і О. Кузьміна досліджують організаційно-економічні механізми активізації інновінгу в системі підприємництва, Ю. Нікітін, аналізує інновінг як «управлінську технологію підвищення конкурентоспроможності», І. Ковальчук, яка розглядає інновінг як «інтегративну модель адаптації підприємства до умов економічної турбулентності».

Однак, слід зауважити, що на сучасному етапі розвитку економічної науки відсутнє універсальне, загальноприйняте визначення терміну «інновінг». Також не сформовано цілісної системи теоретично обґрунтованих принципів та методик його практичного впровадження. Це ускладнює процес адаптації інновінгу до конкретних галузевих умов та знижує ефективність його застосування як інструменту стратегічного управління інноваціями. Таким чином, ви-

вчення інновінгу потребує подальших досліджень, спрямованих на його концептуалізацію, методологічне оформлення та практичну верифікацію в умовах функціонування сучасних підприємств.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. З метою формування системного розуміння інновінгу як методології інноваційної діяльності, доцільно проаналізувати історичні етапи становлення терміну, а також виявити ключові семантичні та лінгвістичні особливості його розвитку. Термін «інновінг» бере своє походження від латинського слова *innōvāre*, що засвідчене в письмових джерелах ще XVI ст. до н. е. і означає «змінювати, оновлювати, відновлювати, виправляти» [1]. Надалі воно трансформувалося в різних європейських мовах. Так, у французькій мові з'явився термін *innover* (1315 р.), що перекладається як «створювати нововведення, вигадувати щось нове» [2]. В іспанській мові використовувалися варіанти *innovare* або *rinnovare*, що означали «реформувати, оновлювати, впроваджувати нове» [3]. Найбільшого поширення поняття набуло в англослов'янському просторі, де *innovate* означає «розробляти нові продукти, ідеї, моделі поведінки, рішення» [4]. В українському науковому дискурсі поняття «інновації» почало фігурувати лише на початку XX ст., що ознаменувало зародження інноватики як окремого напрямку знань із власною термінологічною базою [5].

Поняття «інновінг» як окремий науковий термін є відносно новим і все ще перебуває в процесі концептуалізації. Воно сформувалося як похідне від слова «інноваційний» і, відповідно, відображає процес активного творення, генерації та практичного впровадження нових знань, ідей, підходів у сфері менеджменту, підприємництва та управління проектами. В одній з сучасних інтерпретацій інновінг трактується як «процес наділення людей баченням, можливостями та знаннями щодо творчої поведінки, що забезпечує розвиток і ефективне антикризове управління безпеково-орієнтованими проектами».

А. Мазаракі розглядає інновінг крізь призму особистісного чинника «як прояв творчого потенціалу індивіда» [3]. Таким чином, інновінг поєднує як індивідуальні, так і організаційні аспекти інноваційної діяльності, що дає підстави розглядати його як перспективну методологічну платформу для оновлення управлінських практик в умовах нестабільності та кризових викликів. У табл. 1. наведено порівняльний аналіз визначення поняття «інновінг» у трактуванні зарубіжних та українських науковців.

У наявних дослідженнях наголошується, що широке впровадження інновінгу здатне спричинити появу принципово нових концепцій сервісу, каналів взаємодії з клієнтами, систем розподілу, а також технологічних рішень, які комплексно трансформують ринкову пропозицію. Зокрема, мова йде про оновлення функціонального змісту підприємства, що потребує запровадження нових організаційних структур, удосконалених технологічних платформ і розвитку людського капіталу як на національному, так і на міжнародному рівнях [9].

Таблиця 1

Порівняльний аналіз визначення поняття «інновінг»*

Підходи до визначення поняття «інновінг»		
зарубіжний		
Клейтон Крістенсен [11]	Інновінг «як стратегія виживання бізнесу». Компанії повинні експериментувати, щоб уникнути «інноваційної пастки» (коли успішні організації ігнорують руйнівні зміни) (Netflix vs. Blockbuster (перехід від DVD до стрімінгу)).	
Генрі Чесбро [12]	Інновінг «через співпрацю». Інноваційні процеси (<i>innovating</i>) не можуть бути закритими – потрібні партнерства, краудсорсинг, відкриті платформи (Procter & Gamble, програма Connect + Develop).	
М. Піта Гюнтер [13]	Інновінг «в умовах невизначеності». Сучасні компанії повинні прийняти «транзієнтну перевагу» (тимчасову конкурентну перевагу) і постійно шукати нові можливості.	
Weiermair K. [14]	Системний підхід до інноваційного процесу «інновінг» – це не лише створення нових продуктів, а й організаційні зміни, нові бізнес-моделі, цифрові трансформації	
український		
В. Геєць [15]	Інновінг «як основа економічного зростання». В умовах глобалізації Україна має розвивати системний інноваційний менеджмент (постійне оновлення технологій і процесів).	
Степанов В. М., Полнар'єв С. Я. [16]	Технологічний «інновінг». Ключовий елемент – безперервне вдосконалення (agile-підходи в ІТ).	
Омельяненко В. А. [17]	Інновінг «в умовах війни та відбудови». Українські компанії змушені шукати швидкі інноваційні рішення (дрони, кібербезпека).	
порівняльний аналіз		
Критерій	Зарубіжні підходи	Українські підходи
Фокус	Бізнес-стратегії, глобальна конкуренція	Технологічний розвиток, соціальні зміни
Методи	Відкриті інновації, agile, lean-стартапи	Державні програми, академічно-промислові зв'язки
Контекст	Комерційний успіх, ринкові трансформації	Відбудова економіки, інтеграція в ЄС

Джерело: розроблено авторами

Згідно з позицією Лук'яниці А. Ю., інновінг у своїй прогресивній формі розглядається як елемент системи інноваційного провайдингу – концепції, що забезпечує налагодження сталого зв'язку між підприємницьким середовищем і науковими інституціями [9]. Така інтеграція дозволяє не лише оновлювати технологічну основу підприємств, а й формувати інтелектуальну інфраструктуру інноваційного розвитку.

Сисоєв В. В. виокремлює ключові характеристики, що визначають сутнісне наповнення інновінгу, зокрема, якість інноваційної стратегії, що визначає здатність підприємства адаптуватися до змін; рівень використання інноваційного потенціалу, який відображає ефективність реалізації внутрішніх можливостей; обсяг інвестицій в інноваційну діяльність як показник пріоритетності інновацій у загальній структурі стратегічного управління [8].

Таким чином, інновінг постає не лише як інструмент оперативного реагування на зовнішні виклики, а й як системна основа стратегічного оновлен-

ня підприємства шляхом взаємодії з наукою, капіталом і ринком. Застосування інновінгу є особливо актуальним для галузей, які зазнають технологічного відставання або перебувають у стані структурної трансформації. Однією з таких є консервна промисловість, яка забезпечує тривале зберігання сільськогосподарської продукції та формування доданої вартості у виробничо-збутовому ланцюгу.

Розгляд особливостей застосування інновінгу на підприємствах консервної галузі дозволяє виявити нові можливості для підвищення ефективності, якості продукції та виходу на нові ринки, що є визначальними чинниками сталого розвитку галузі. Попри відносно невелику частку в структурі харчової індустрії (приблизно 6,1 %, за даними Держстату на 2023 рік), галузь є важливою з огляду на експортний потенціал, розвиток регіонального агропромислового комплексу та продовольчу безпеку країни. Консервна промисловість спирається на розвинуту сировинну базу, зосереджену у південних, центральних і частково західних регіонах. Основними джерелами сировини є:

овочі (томати, огірки, перець) – Херсонська, Одеська, Миколаївська області; фрукти (яблука, груші, сливи) – Вінницька, Черкаська, Закарпатська області; ягоди (малина, чорниця, суниця) – Волинь, Рівненщина, Карпати; м'ясна та рибна сировина – птахофабрики та рибогосподарства переважно центральної та північної України. Втім, воєнні дії, тимчасова окупація частини південних територій та руйнування зрушувальної інфраструктури суттєво обмежили доступ до якісної сировини. Зростання витрат на транспортування і дефіцит окремих культур створюють додаткові ризики для стабільної роботи підприємств.

Після початку повномасштабної війни консервна промисловість України зіткнулася з глибокими структурними викликами: близько 30 % підприємств призупинили виробничу діяльність або зменшили обсяги переробки, логістичні витрати зросли на 45–70 %, що спричинено руйнуванням транспортної інфраструктури та блокуванням морських портів, скоротився експорт продукції – лише томатної паста за 2022 рік експортовано на 35 % менше, ніж у 2021-му, трудові ресурси зазнали скорочення через мобілізацію та трудову міграцію. Разом з тим, в окремих регіонах (Західна та Центральна Україна) сформувалися точки відновлення галузі – малий і середній бізнес, адаптуючись до нових умов, перейшов на виробництво продукції гуманітарного та військового призначення (сухі пайки, стерилізовані консерви), а також розширив онлайн-продажі.

Обсяг світового ринку консервованих продуктів у 2023 році оцінювався в 118,53 млрд доларів США, і, за прогнозами, з 2025-2030 р. він зростатиме зі середньорічним темпом зростання на рівні 3,9 % [10].

Зростаюча перевага зручних та довготривалих варіантів їжі стимулює зростання ринку. Споживачі, включаючи зайнятих людей та сім'ї, вважають консервовані продукти привабливим вибором завдяки простоті приготування та тривалому терміну зберігання. Технологічний прогрес у процесах консервування та упаковки сприяв підвищенню якості та безпеки консервованих харчових продуктів, що приваблює споживачів, які дбають про своє здоров'я. Урбанізація та глобалізація призвели до ширшої доступності консервованих харчових продуктів, що сприяло розширенню ринку в усьому світі. Більше того, на ринку спостерігає сплеск розвитку здорових консервованих продуктів, включаючи органічні, з низьким вмістом натрію, без консервантів, що відповідає вимогам споживачів.

Ринок демонструє середній та високий рівень інновацій. На світовому ринку інновації включають низку досягнень, зокрема вдосконалення процесів консервування, упаковки та розробки продуктів. Компанії впроваджують передові технології в процесах консервування, такі як нагрівання та вакуумне герметизування, що сприяє покращенню збереження харчових продуктів, тим самим подовжуючи термін

придатності та зберігаючи харчову цінність. Виробники додають вітаміни, мінерали та харчові добавки до консервованих харчових продуктів, щоб забезпечити споживачів здоровими та функціональними продуктами харчування [10].

Рівень злиттів та поглинань на ринку знаходиться в діапазоні від низького до середнього. Компанії, що проходять процедуру злиттів та поглинань, шукають стратегічних партнерів для розширення своїх продуктових портфелів, присутності на ринку та використання сильних сторін один одного. Більше того, конкурентний характер ринку заохочує гравців до вивчення синергії, що призводить до періодичних злиттів та поглинань, спрямованих на отримання конкурентної переваги та досягнення економії масштабу на світовому ринку.

Попри кризу, українська консервна продукція зберігає попит на зовнішніх ринках. У 2023 році обсяг експорту консервованих овочів і фруктів склав понад 58 млн дол. США, з основними напрямками – Польща, Румунія, Німеччина, Ізраїль. Водночас імпорту консервованих товарів зменшився на 14 %, що вказує на часткове імпортозаміщення внутрішнього виробництва. Зауважимо, що структура експорту здебільшого є сировинною: переважає постачання концентратів, томатної паста, сокових напівфабрикатів, тоді як експорт кінцевої готової продукції залишається обмеженим. Причини – брак сертифікації (BRC, IFS), відсутність брендингу та низька технологічна гнучкість.

Інновінг – як процес впровадження стратегічних інновацій у продукти, процеси та бізнес-моделі – стає ключовим чинником відновлення та зростання консервної галузі. У нових реаліях підприємства орієнтуються на: розробку нішевої продукції (органічні консерви, baby-food, vegan-продукти); впровадження сучасного пакування (біо-плівки, скляна тара, мультиупаковка); цифрові інструменти збуту – онлайн-магазини, маркетплейси, мобільні застосунки; енергоощадні та безвідходні технології переробки; класифікацію (співпраця з фермерами, кооперативами, логістичними партнерами). Позитивними прикладами інновінгу є діяльність компаній «Veres», «Chumak», «Ekotar», «Агросвіт», а також низки малих виробників у Закарпатті, Волині та Львівщині, які активно експортують. Основні напрямки інновінгу підприємств консервної галузі наведено у табл. 2.

Отже, слід наголосити, що інновінг не обмежується модернізацією окремих підприємств – він формує нову екосистему агропереробки, яка підтримує локальний розвиток сільських територій, знижує залежність від імпорту, підвищує глобальну впізнаваність українського продукту, генерує економічну, екологічну та соціальну сталість. Зокрема, завдяки підтримці міжнародних програм (USAID, ЄБРР, Danida), українські консервні підприємства отримують гранти, обладнання та консультації для переходу до більш ефективних моделей.

Таблиця 2

Основні напрями інновінгу підприємств консервної галузі*

Інновінг	Характеристика	Приклад
Продуктовий	Створення (оновлення) асортименту продукції відповідно до змін попиту, дієтичних трендів і міжнародних стандартів: виробництво органічної продукції без консервантів; розробка vegan-продуктів, дитячого харчування, продуктів без глютену та цукру; створення крафтових консервів з локальною ідентичністю (наприклад, «Закарпатська лечо», «Одеські баклажани»).	«Ekotar» (м. Вінниця) – виробник натуральних овочевих консервів, які експортуються до ЄС.
Технологічний	Оновлення (автоматизація) виробничих процесів з метою зниження витрат, підвищення ефективності та якості: впровадження енергоощадних технологій стерилізації, вакуумного консервування, пастеризації; використання інтелектуальних сенсорів та IT-інфраструктури (наприклад, контроль температурного режиму через IoT); перехід до безвідходного виробництва та вторинного використання залишків (наприклад, переробка шкірки томатів у кормові добавки або біоенергію).	компанія «Veres» реалізувала проєкт автоматизації пакування з мінімальним залученням ручної праці.
Маркетинговий	Зміна підходів до просування продукції, формування бренду та взаємодії з клієнтами: створення персоналізованого брендингу для зовнішніх ринків (згідно з вимогами ЄС, США, Канади); використання цифрових каналів продажу – маркетплейси, мобільні застосунки, SEO-просування; впровадження сервісів прямого продажу фермерських продуктів (Farm-to-Table), що включають локальні консерви.	кооперативи з Львівщини реалізують натуральні консерви через Etsy та Amazon.
Організаційно-управлінський	Включає нові підходи до організації виробництва, логістики та управління персоналом: кластеризація переробників із фермерами та логістами; аутсорсинг складських, транспортних та збутових функцій; впровадження гнучкого управління, цифрових ERP-систем, автоматизованих систем HACCP та ISO 22000.	Створення регіональних агропереробних хабів (на Львівщині, Буковині), які об'єднують переробку, логістику і контроль якості на одному майданчику

*Джерело: розроблено авторами

Проведене дослідження, дало змогу авторам визначити ключові бар'єри інновінгу: недостатній доступ до фінансування (особливо для малих підприємств), дефіцит кваліфікованих кадрів в агропереробці, відсутність національної програми підтримки інновацій у харчовій галузі, низький рівень цифрової грамотності серед традиційних виробників.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Інновінг виступає ключовим фактором забезпечення сталого розвитку підприємств консервної галузі, дозволяючи адаптуватися до змін ринкової кон'юнктури, екологічних вимог та технологічних викликів.

1. Ефективне впровадження інновінгу потребує комплексного підходу – синергії державної політики, приватних ініціатив, науково-дослідного потенціалу та міжнародного партнерства.

2. Аналіз сучасного стану консервної промисловості України засвідчив низький рівень технологічної модернізації, обмежену інвестиційну активність, а також слабку інтеграцію в глобальні ланцюги доданої вартості.

3. Основними викликами трансформації галузі є: застаріле виробниче обладнання, недостатній рівень цифровізації процесів, нестача фахових кадрів, обмежений доступ до фінансування, а також геополітичні та логістичні ризики.

4. Досвід країн ЄС свідчить, що модернізація підприємств через впровадження зеленої енер-

гетики, автоматизованих ліній та сталого менеджменту підвищує конкурентоспроможність агропереробних підприємств і сприяє виходу на нові ринки.

Пропозиції щодо перспективи подальших досліджень:

1. Розробити пропозиції до національної програми модернізації консервної промисловості, які включає податкові стимули, пільгове кредитування та грантову підтримку інноваційних проєктів.

2. Створити інноваційні кластери на регіональному рівні для об'єднання виробників, наукових установ, стартапів та логістичних компаній задля ефективного трансферу технологій.

3. Запровадити систему «індустріального аудитування» підприємств консервної промисловості з метою діагностики технічного стану, оцінки ресурсоефективності та визначення потенціалу інновінгу.

4. Посилити партнерство з європейськими структурами у межах програм технічної допомоги (Horizon Europe, EU4Business, LIFE) для залучення інвестицій у цифрову трансформацію і зелені технології.

5. Інтегрувати концепції циркулярної економіки та ESG-принципів у стратегії підприємств консервної промисловості для забезпечення довгострокового зростання, відповідального виробництва та екологічної відповідальності.

Література

1. Словник до витоків римського права, уклад. і гол. ред. Ф. М. Дидинський. К.: Юрінком Інтер. 2006. 372 с.
2. Олексенко В. П. Інноваційна лексика української мови з препозитивним компонентом-грецизмом: функційно-семантичний аспект // Вісн. Дон-го нац. ун-ту Серія Б. Гуманітарні науки. 2014. Вип. 1-2. С. 183-193.
3. Інновінг в туризмі: монографія / А. А. Мазаракі, С. В. Мельниченко, Г. І. Михайліченко, Т. І. Ткаченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ : КНТЕУ, 2016. 532 с.
4. Батик Л. Й. Обґрунтування доцільності комплексного використання інновінгу в туристичному бізнесі. Тернопіль: Тернопільський національний економічний університет. 2019. 124 с.
5. Володін С. А. Теоретико-методологічні та організаційні засади інноваційного провайдингу на наукоємному аграрному ринку. Київ: ЗАТ «Нічлава», 2007. 384 с.
6. Лук'яниця А. Ю., Савченко О. І. «Стійкі інновації» як засіб подолання економічної кризи 2020 року. *The role of technology in the socio-economic development of the post-quarantine world*: колективна монографія наукових робіт міжнародної наукової конференції. Катовіце: Вища технічна школа Катовіце, 2020. С. 263-272.
7. Supply and demand in the labor market: personnel development, organizational-behavioral aspect, forecasting / O. Savchenko [et al.]; ed. O. Savchenko; National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute». Kharkiv: FOP Rogko S.G., 2016. 136 p.
8. Сисоєв В. В. Стратегічний сорсинг – спосіб покращення конкурентоздатності підприємства та підвищення рівня прибутків // Вісник НТУ «ХПІ». Сер. Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. Харків: НТУ «ХПІ». 2013. № 7(981). С. 121–126.
9. Лук'яниця А. Ю. Технологічні інновації та підприємництво в глобальній економіці // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»: зб. наук. пр. Сер. Економічні науки. Харків : НТУ «ХПІ». 2016. № 48 (1220). С. 106-111.
10. Grand View Research. Canned Food Market Report. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/canned-food-market-report> (дата звернення: 20.04.2025 р.)
11. Christensen, Clayton M. The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail. Boston, Massachusetts, USA: Harvard Business School Press, 1997. 252 p.
12. Chesbrough H. Open business models: how to thrive in the new innovation landscape. Harvard Business Review Press. 2006. 272 p.
13. Мак. Ріта Гюнтер. Кінець конкурентної переваги. Як забезпечити таку ж швидку роботу вашої стратегії, як і вашого бізнесу. Harvard Business Review Press, 2013. 240 p.
14. Weiermair K. Neue Organisations, Koordinationsund Fhrungsprinzipien im alpinen Tourismus. In Weiermair, K., M. Peters and E. Reiger (eds.). *Vom alten zum neuen Tourismus: Beiträge aus Forschung und Praxis*. 2001. pp. 244-254.
15. Геєць В. Інституційна обумовленість інноваційних процесів у промисловому розвитку України // Економіка України. 2014. № 12. С. 4-19. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2014_12_2 (дата звернення: 20.04.2025 р.)
16. Степанов В. М., Полнар'єв С. Я. Інновації, інноватика, інновінг як категорії теорії інноваційного розвитку (контекст безпеки життєдіяльності) // Інновінг сучасних трендів в менеджменті безпеки: зб. наук. праць Всеукр. наук.-практ. конференції Львів: ЛДУ БЖД. 26 травня 2023. с. 22-24. <https://sci.ldubgd.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/12446/1/14.pdf> (дата звернення: 20.04.2025 р.)
17. Інноваційні основи відновлення та розвитку країн після збройних конфліктів: інноваційний вимір: колективна монографія / за ред. д.е.н. Омеляненка В. А. Суми: Інститут стратегій інноваційного розвитку і трансферу знань. 2022. 280 с.

Стаття надійшла 1.05.2025
 Стаття прийнята до друку 14.05.2025
 Доступно в мережі Internet 15.07.2025

Sedikova I.

Doctor of Economics, Professor
 Head of Department of Management and Logistics
 E-mail: irina-sedikova@ukr.net
 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5684-6927>

Palvashova H.

Ph.D., Associate Professor
 Department of Management and Logistics
 Odesa National University of Technology
 Kanatna str., 112 Odesa, Ukraine, 65039
 E-mail: palvashova_ai@ukr.net
 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0852-3397>

TRANSFORMATION OF CANNING INDUSTRY ENTERPRISES THROUGH INNOVATION: CHALLENGES OF MODERNIZATION AND GROWTH

The article explores the role of innovation management as a key factor in the structural modernization and sustainable growth of Ukrainian canning industry enterprises amidst the crisis caused by full-scale war and global instability. Innovation is defined as a comprehensive approach to organizing innovative activity that integrates innovation into strategic management to build sustainable competitive advantages. The historical evolution of the term and modern approaches to its interpretation (business strategies, technological development, social impact) have been analysed. Key characteristics of innovation have been identified: quality of innovation strategy, level of potential utilization, volume of investments.

Based on the analysis of the state of Ukraine's canning industry (raw material constraints, rising costs, declining exports) and global market trends (growing demand, healthy products, technological innovations), the necessity of transformation through innovation has been substantiated. Four main directions of innovation for the industry have been proposed and illustrated with examples: product (organic, vegan, baby-food, local identity), technological (energy efficiency, automation, waste-free production, IoT), marketing (digital sales, international branding, Farm-to-Table), organizational-managerial (clustering, outsourcing, ERP systems, quality standards).

It has been emphasized that innovation forms a new agro-processing ecosystem, fostering local development, import substitution, and global recognition. Key barriers to its implementation have been identified: insufficient financing, shortage of qualified personnel, lack of a national support program, low digital literacy. The work contributes to the conceptualization of innovation and offers practical vectors for its implementation to enhance the industry's competitiveness.

Key words: innovation, canning industry, innovative transformation, structural modernization, sustainable development, agroprocessing, competitiveness.

References

1. Dydynskyi, F. M. (2006). *Slovnyk do vytokiv rymyskoho prava*. Yurinkom Inter.
2. Oleksenko, V. P. (2014). Innovatsiina leksyka ukrainskoi movy z prepozytyvnym komponentom-hretsyzmom: funktsiino-semantychnyi aspekt. *Visnyk Donetskoho natsionalnoho universytetu. Ser. B: Humanitarni nauky*, (1-2), 183-193.
3. Mazaraki, A. A., Melnychenko, S. V., Mykhailichenko, H. I., & Tkachenko, T. I. (2016). *Innovinh v turyzmi*. (A. A. Mazaraki, Ed.). KHTEY.
4. Batyk, L. Y. (2019). *Obgruntuvannia dotsilnosti kompleksnoho vykorystannia innovinhu v turystychnomu biznesi*. Ternopilskyi natsionalnyi ekonomichnyi universytet.
5. Volodin, S. A. (2007). *Teoretyko-metodolohichni ta orhanizatsiini zasady innovatsiinoho provaidynhu na naukosmnomu ahrarnomu rynku*. ZAT «Nichlava».
6. Lukianytsia, A. Yu., & Savchenko, O. I. (2020). "Stiiki innovatsii" yak zasib podolannia ekonomichnoi kryzy 2020 roku. *The role of technology in the socio-economic development of the post-quarantine world: kolektyvna monohrafiia naukovykh robit mizhnarodnoi naukovo konferentsii* (с. 263-272). Katovitse: Vyscha tekhnichna shkola Katovitse.
7. Savchenko, O., Kunos, I., Posokhov, I. M., Venesaar, U., Poberezhny, R., Nesterenko, R., ... & Lukianytsia, A. (2016). *Supply and demand in the labor market: personnel development, organizational-behavioral aspect, forecasting*. (O. Savchenko, Ed.). National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute». FOP Rogko S.G.

8. Sysoiev, V. V. (2013). Stratehichni sorsynh – sposib pokrashchennia konkurentozdatnosti pidpriemstva ta pidvyshchennia rivnia prybutkiv. *Visnyk NTU «XPI». Ser. Aktualni problemy upravlinnia ta finansovo-hospodarskoi diialnosti pidpriemstva*, 7(981), 121–126.
9. Luk'ianytsia, A. Yu. (2016). Tekhnolohichni innovatsii ta pidpriemnytstvo v hlobalnii ekonomitsi. *Visnyk NTU «XPI»: Ser. Ekonomichni nauky*, 48(1220), 106-111.
10. Grand View Research. Canned Food Market Report. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/canned-food-market-report> (Retrieved April 20, 2025)
11. Christensen, C. M. (1997). *The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business School Press.
12. Chesbrough, H. (2006). *Open business models: how to thrive in the new innovation landscape*. Harvard Business Review Press.
13. McGrath, R. G. (2013). *The end of competitive advantage: How to keep your strategy moving as fast as your business*. Harvard Business Review Press.
14. Weiermair K. (2001). Neue Organisations, Koordinationsund Fhrungsprinzipien im alpinen Tourismus. In Weiermair, K., M. Peters and E. Reiger (eds.). *Vom alten zum neuen Tourismus: Beiträge aus Forschung und Praxis*. (pp. 244-254). Innsbruck, Studia.
15. Heiets, V. (2014). Instytutsiina obumovlenist innovatsiinykh protsesiv u promyslovomu rozvytku Ukrainy. *Ekonomika Ukrainy*, 12, 4-19. http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2014_12_2 (Retrieved April 20, 2025)
16. Stepanov, V. M., & Polnarov, S. Ya. (2023). Innovatsii, innovatyka, innovinh yak katehorii teorii innovatsiinoho rozvytku (kontekst bezpeky zhyttiediialnosti). *Innovinh suchasnykh trendiv v menedzhmenti bezpeky: zb. nauk. prats Vseukr. nauk.-prakt. konferentsii Lviv: LDU BZhD*, pp. 22-24. <https://sci.ldubgd.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/12446/1/14.pdf> (Retrieved April 20, 2025)
17. Omelianenko, V. A. (Ed.). (2022). *Innovatsiini osnovy vidnovlennia ta rozvytku krain pislia zbroinykh konfliktiv: innovatsiinyi vymir*. Instytut stratehii innovatsiinoho rozvytku i transferu znan.

Received 1 May 2025

Approved 14 May 2025

Available in Internet 15.07.2025

Цитування згідно ДСТУ 8302:20

Седікова І.О., Палвашова Г.І. Трансформація підприємств консервної промисловості через інновації: виклики модернізації та зростання // Економіка харчової промисловості. 2025. Т.17, вип. 2. С. 17-24. doi 10.15673/fie.v17i2.3165

Cite as APA style citation

Sedikova, I., & Palvashova, H. (2025). Transformation of canning industry enterprises through innovation: challenges of modernization and growth. *Food Industry Economics*, 17(2), 17-24. doi 10.15673/fie.v17i2.3165