

УДК 663.255:330.341.1

ТИПІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ БАЛАНСУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВИНОРІБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Бондаренко С.А.

Пропонується виділяти такі типи інновацій для виноробних підприємств: 1) технологічні: продуктові і процесні; 2) функціональні: маркетингові, організаційно-управлінські, екологічні та соціальні. При цьому технологічні інновації являються первинними, оскільки напряму пов'язані з виробництвом продукції виноробного підприємства. Функціональні інновації, по відношенню до технологічних, є вторинними, і слугують забезпеченню належних умов функціонування виноробного підприємства задля досягнення мети – його інноваційного розвитку. Баланс інноваційного розвитку підприємства можливий лише за умови формування балансу його інноваційної структури, тобто належного співвідношення технологічних і функціональних інновацій. При цьому важливим є формування дієвого інноваційного механізму з відповідним функціональним забезпеченням підприємницьких структур з урахуванням стадій життєвого циклу як самого підприємства, так і конкретних інновацій.

Постановка проблеми. В умовах високої динамічності, швидких змін середовища, постійно наростаючої конкуренції особливої актуальності набуває вибір напрямку розвитку виноробного підприємства. На думку багатьох дослідників, цей напрямок має бути пов'язаний з інноваціями. Інновації являються не лише умовою отримання конкурентних переваг підприємства, але й стають запорукою його виживання. Новизна інновацій оцінюється по технологічним параметрам та по ринковим позиціям. Для виноробної галузі, яка відноситься до середньо- і низько технологічних галузей, впровадження нових технологій дозволяє підприємству суттєво зміцнити свої конкурентні позиції на ринку. Інноваційна діяльність, не зважаючи на її високий рівень ризиковості і невизначеності, розглядається як найважливіше джерело розвитку виноробного підприємства, що дозволяє підвищувати його конкурентоспроможність, а інновації є своєрідним індикатором ділової активності, що визначає, як швидко розвиваються перспективні сектори за

умови сприятливого інноваційного та інвестиційного клімату. Впровадження інновацій є високозатратним процесом, тому потребує належного управління. Інноваційна діяльність включає: виявлення проблем підприємства, здійснення інноваційного процесу, організацію інноваційної діяльності. На сьогодні методологія систематизації інновацій спирається на міжнародні стандарти та рекомендації, прийняті в Осло в 1992 році [1], які стосуються технологічних інновацій, охоплюючи нові продукти, процеси та їх значні технологічні зміни. Для аналізу і інтерпретації статистичних даних, у відповідності до «Керівництва Осло», інновації розглядаються за чотирма типами: продуктові, процесні, маркетингові і організаційні.

Аналіз досягнень та публікацій по темі дослідження. Проблемама інновацій займається багато дослідників, розроблено вже ряд теоретичних підходів, методологічних основ. Дослідження питань інноваційного розвитку, ініційоване в роботах австрійського економіста Й. Шумпетера, розвивається в роботах вітчизняних і зарубіжних економістів: В. Александрової, І. Ансоффа, В. Гейця, С. Ілляшенко, К. Павлюк, П. Саблука, М. Савлука, Л. Федулової, М. Чумаченка, І. Кузовлева, Ю. Шенгера, С. Юрія, Ю. Яковця та інших. Питанням балансу інноваційної структури підприємства, а саме співвідношенням затрат на основні типи інновацій, приділяли уваги такі дослідники: М. Абібуллаєва, М. Касс, А. Позднякова та ін. Разом з тим, сучасні науково-теоретичні уявлення не можуть повною мірою відповісти на ключові питання щодо типізації інновацій підприємств у відповідності до галузевої специфіки для методологічного забезпечення організації управління інноваційним розвитком. Потребує подальшої розробки балансування структури нововведень.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Рішення щодо інновацій приймаються керівництвом підприємства у відповідності до стратегії інноваційного розвитку підприємства, яка є невід'ємною частиною загальної корпоративної стратегії підприємства. Важливо при цьому дотриматися умови балансу інноваційного розвитку, тобто збалансованого розподілу інвестиційних ресурсів підприємства між різними нововведеннями, результатом чого має стати зростання долі інноваційної продукції в господарському обороті. Для дотримання такого балансу необхідно виділити типи інновацій, з урахуванням специфіки галузі, видів діяльності та особливостей виробництва і організації для уточнення теоретичної бази інноваційної діяльності виноробного підприємства.

Мета і завдання статті. Метою статті є виділення типів інновацій виноробного підприємства та виявлення основних умов забезпечення його інноваційного балансу.

Для досягнення виділеної мети необхідно вирішити наступні завдання:

- обґрунтувати типізацію інновацій виноробних підприємств у відповідності до галузевої специфіки;

- виділити критерії балансу між різними нововведеннями виноробного підприємства, структури інноваційного балансу виноробного підприємства, як кількісних відносин між основними типами інновацій та відповідних рішень і змін.

Виклад основного матеріалу дослідження. Суттєвими особливостями виноробних підприємств є те, що виноробна галузь є однією з найбільш консервативних, тому розвиток можливий лише при гармонійному поєднанні традицій виноробства з інноваціями. Традиції передаються з покоління в покоління, а інновації з'являються на відповідних етапах розвитку суспільства.

Якість вина залежить від якості виноматеріалів, а ті у свою чергу залежать від якості виноградної лози, погодних умов, майстерності виноградарів. Після попадання винограду у саме виробництво важливим стає дотримання технологічних вимог, знання і компетенції виробника, його професіоналізм, інтуїція, здатність впливати на перебіг технологічного процесу. Для забезпечення умов розвитку підприємства-виробника виноградних вин повинні зосереджуватися на раціональній організації процесів закупівлі та постачання виноматеріалів, урахувати кліматичні та сезонні фактори, тенденції функціонування та розвитку підприємств-виробників виноматеріалів, а також бути зацікавлені в підвищенні ефективності управління запасами та витратами на різних стадіях виробничого процесу.

Для підприємств виноробної галузі характерним є порівняно довгий цикл виробництва (обробка виноматеріалів та їх підготовка до виробництва, технологічний процес витримки вина). Тривалий виробничий цикл підвищує залежність підприємств від джерел фінансування, оскільки зберігання запасів матеріалів, обслуговування незавершеного виробництва вимагають значних витрат. Особливо ця проблема стосується підприємств, що виробляють ігристі вина класичним методом, який, на відміну від резервуарного, передбачає тривалу витримку вина (від 1 до 3 років) [2]. Крім того, для виноробних підприємств характерним є сезонність ділової активності, що визначає специфіку виробничо-фінансового циклу і проявляється у нерівномірності

формування грошових потоків. Існує значний інтервал (лаг) між моментом формування виручки від реалізації готової продукції і фактичними затратами на її виробництво.

Успіх виноробного підприємства залежить від здатності реалізувати з максимальною вигодою свою продукцію на ринку. Для цього необхідно впроваджувати сучасні методи маркетингових досліджень ринку, реалізації продукції.

Тому актуальним для розвитку виноробних підприємств є:

- реалізація програм оптимізації виробничих процесів, для забезпечення можливостей скоротити витратний цикл (запровадження безперервних способів обробки виноматеріалів тощо) без порушень технології виробництва;

- оптимізація джерел фінансування (власних, залучених, позикових) виробничого процесу у піки ділової активності та забезпечення їх раціональної структури протягом року;

- забезпечення ефективності використання праці, оскільки галузь характеризується високим рівнем ручної праці на всіх стадіях виробництва.

Інноваційна діяльність може стати інструментом вирішення указаних завдань. Для виноробного підприємства інноваційна діяльність – це здійснення цілеспрямованого і творчого виробничого, науково-технічного та організаційного процесу, спрямованого на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок, результатом якого є ефективна реалізація інновацій в роботі підприємств з урахуванням галузевої специфіки, що зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів (послуг).

Дієвий механізм інноваційної діяльності має сприяти інноваційному розвитку виноробного підприємства.

Доцільним буде привести авторську позицію стосовно трактування категорії «інноваційний розвиток підприємства», який представляється як безперервний процес якісних змін цільового характеру, пов'язаних з інноваціями, які впроваджуються, у відповідності до стратегії розвитку підприємства за рахунок ефективного використання усіх наявних, у тому числі, інтелектуальних ресурсів, як власних так і залучених, і характеризується прогресивною зміною якісного стану усіх сфер діяльності підприємства.

Базовими принципами створення інновацій, виробів нового покоління є:

- пріоритетність цілей і задач інноваційного розвитку;
- неперервність інноваційних процесів в усіх ланках виробництва і

управління;

- перспективна направленість усіх робіт, пов'язаних з інноваціями;
- результативність і реальний відчутний ефект від впровадження інновацій в розробках, виробництві і управлінні;
- перехід від «реактивної» форми управління до управління на основі аналізу і прогнозів;
- усунення природного опору змінам;
- розподіл відповідальності, повноважень і «примушення» до прогресу (в інноваційній сфері), включаючи створення відповідних інститутів;
- реалізація наукового підходу до прийняття рішень по нововведенням;
- вивчення і впровадження досвіду передових вітчизняних і зарубіжних підприємств даної галузі в області інноваційного розвитку;
- інформатизація на усіх рівнях функціонування інноваційної системи підприємства;
- враховування кінцевого попиту і формування потреб на результати інноваційної діяльності.

Складні процеси, які пов'язані з технологічним розвитком і відбуваються в ході розробки і застосування інноваційних технологій, видів продукції, послуг і бізнес-моделей, носять яскраво виражений нелінійний характер і супроводжуються незворотними змінами. Інноваційний розвиток має спиратися на методи підвищення ефективності стратегічного управління новаторською діяльністю в системі менеджменту підприємництва.

Інноваційна діяльність як сукупність інноваційних процесів, є комплексом взаємовідносин між розробниками інноваційної продукції (або власниками об'єктів інтелектуальної власності), виробниками та споживачами цієї продукції. Інновації – це кінцевий результат інноваційної діяльності підприємства у вигляді нових або вдосконалених видів сировини, продукції, технології і процесів, методів маркетингу, форм організації і управління виробництвом, з метою отримання економічного, науково-технічного, соціального, екологічного або іншого виду ефекту. Ознакою інновації є те, що продукт, процес, метод маркетингу або організації має бути для підприємства новим або значно вдосконаленим. До інновацій належать продукти, процеси і методи, які підприємство створило першим, і/або продукти, процеси, запозичені від інших підприємств або організацій. Також ознакою інновації є те, що продукт, процес, метод маркетингу або організації повинен бути впроваджений. Новий або удосконалений продукт вважається

впровадженням, якщо він реалізується на ринку. Нові виробничі процеси, методи маркетингу або організації є впровадженими з моменту, коли вони стали дійсно використовуватися в діяльності підприємства [3].

Інноваційна діяльність, метою якої є задоволення потреби споживачів продукції виноробства, тісно пов'язана із науково-технічною діяльністю, яка визначається як інтелектуальна творча діяльність, спрямована на одержання і використання нових знань у всіх галузях техніки і технологій. Її основними формами (видами) є науково-дослідні, дослідно-конструкторські, проектно-конструкторські, технологічні, пошукові та проектно-пошукові роботи, виготовлення дослідних зразків або партій науково-технічної продукції, маркетингове дослідження ринку, маркетингове тестування інноваційної продукції, а також інші роботи, пов'язані з доведенням наукових і науково-технічних знань до стадії практичного їх використання [4].

Для виноробного підприємства важливим при формуванні механізму інноваційної діяльності є виділення окремих етапів інноваційного процесу (ІІ). В основі ІІ є створення, упровадження і поширення (дифузія) інновацій, необхідними властивостями яких є науково-технічна новизна, їх практичне застосування і комерційна реалізованість з метою задоволення потреб споживачів продукції виноробного підприємства, суспільних та екологічних потреб.

У літературі існують дві протилежні позиції відносно сутності інноваційного процесу і, тим самим, можливості управління ним. Відповідно до першої концепції, інноваційний процес є відображенням науково-технічного прогресу, що реалізується через стрибкоподібні зміни технологій і продуктів. Провідну роль тут відіграють першопроходці-інноватори, які з метою отримання додаткових прибутків першими впроваджують нововведення. Дана концепція пов'язує реалізацію нововведень або з можливістю одноразового та значного зменшення витрат виробництва, або з можливістю швидкого зростання попиту на продукцію. За таких умов управління інноваціями зводиться, в основному, до поточного аналізу інноваційних можливостей і прийняттю оперативних рішень. Друга концепція розглядає інноваційний процес як безперервний процес виникнення і реалізації нових продуктів і технологій. Причому, прибуток від початкового впровадження та поширення нововведень може бути не настільки значним, однак в перспективі, в міру розкриття його потенціалу, можливо розгортання сполучених виробництв, на яких з'являються нові можливості отримання значних вигід. Така точка зору спирається на необхідність наявності у підприємства довгострокової стратегії в області інновацій. На наш погляд, є розумним дотримуватися

точки зору, в основи якої покладено позиція авторів Ансофф І. та Р. Фостер. Відповідно до даного підходу, процес розвитку, в цілому, та інноваційний процес, зокрема, варто вважати ні чисто безперервними, ні абсолютно не передбачувано стрибкоподібним. Доцільно цей процес представляється або системою S-образних кривих [6], або за допомогою довгих хвиль [7], що не заперечує необхідності стратегічного планування, але, в той же час, вимагає обліку наявних тенденцій. Дана ідея отримала свій подальший розвиток в роботах К.М. Крістенсена, Р. Фостера і С. Каплана, які розглядають сучасну епоху як «епоху дискретної еволюції». Дискретність еволюції проявляється в періодичному порушенні безперервності розвитку, пов'язаному з появою інновацій, які принципово змінюють характеристики продуктів, послуг, процесів тощо.

У сучасних міжнародних стандартах виділяють чотири типи інновацій: продуктові, процесні, маркетингові та організаційні [1]. У класичних стандартах інноваційної діяльності пропонується брати до уваги лише два типи інновацій, а саме: продуктові та технологічні. На думку автора, є сенс в розширенні типів інновацій для виноробних підприємств, адже це надасть можливість врахування різного роду зв'язки між учасниками інноваційного ланцюга, а отже, взаємоузгодження критеріїв учасників інноваційної діяльності щодо підвищення ступеня задоволення потреб або очікувань. Для виноробних підприємств пропонується виділяти такі типи інновацій: 1) технологічні: продуктові і процесні; 2) функціональні: маркетингові, організаційно-управлінські, екологічні та соціальні (рис. 1).

Технологічні інновації являються первинними, оскільки напряду пов'язані з виробництвом продукції виноробного підприємства. Функціональні інновації, по відношенню до технологічних, є вторинними, і слугують забезпеченню належних умов функціонування виноробного підприємства задля досягнення мети – його інноваційного розвитку.

Продуктові інновації стосуються нових матеріалів, сировини, продукції, що спрямовані на створення нових видів продукції, тобто, це комерціалізація продукції виноробного підприємства, яка пройшла технологічні вдосконалення різного ступеня. Під технологічними вдосконаленнями прийнято розуміти суттєві зміни в конструкторсько-технологічних характеристиках випускаємої продукції підприємства, що дає можливість споживачеві задовольняти як нові, так і традиційні потреби, але вже на суттєво вищому рівні.



Рис. 1. Типи інновацій на виноробному підприємстві
(Джерело: авторська розробка)

Склад такої продукції для виноробного підприємства визначається відповідно до ступеня технологічних вдосконалень: 1) принципово нові вироби, товари і послуги, які принципово відрізняються за своїми характеристиками або призначенням (радикальні продуктові інновації); 2)

вдосконалені вироби або розробка нового способу використання якогось продукту або значні поліпшення вже існуючих продуктів (інкрементальні або поліпшуючі продуктові інновації); 3) вироби, що створені з використанням нових або значно вдосконалених методів виробництва або удосконалення у способах надання послуг (інша інноваційна продукція). Характерним для продуктової інновації є те, що на початковій стадії життєвого циклу продукту виробник отримує короточасну монопольну перевагу на ринку, що позитивно впливає на фінансовий результат його діяльності та на його позицію на ринку. Для виноробних підприємств впровадження продуктових інновацій може мати як спланований системний упорядочений характер, коли інновації вбудовуються в стратегію розвитку підприємства, так і хаотичний суб'єктивний характер. Нажаль, останнє для вітчизняного виноробства є більш типовим, оскільки на виноробних підприємствах немає ярко вираженої стратегії і політики нововведень, перспективних планів інноваційного розвитку. Новшества формуються в основному випадково, безсистемно. Для виноробних підприємств інновації часто асоціюються лише з новими товарами – продуктовими технологічними інноваціями.

Процесні інновації є інноваціями, що спрямовані на створення нових процесів, що мають місце у випадках: 1) зміни технології виробництва певного виду продукції, 2) створення нового технологічного обладнання і нових засобів технологічного оснащення. До цієї групи включаються інновації, які стосуються виробничих (у виноробстві – нові аспекти та елементи, які впроваджуються у селекційно-генетичні та виробничо-технологічні процеси), енергозабезпечуючих, транспортних та інших процесів, що протікають на підприємстві. В результаті селекційно-генетичних процесних інновацій: 1) з'являються нові сорти винограду, 2) підвищується його урожайність, стійкість до впливу природних факторів, до захворювань та шкідників, 3) з'являються нові селекційні види дріжджів.

В результаті виробничо-технологічних процесних інновацій: 1) з'являються: нові марки вина, нова продукція виноробства; 2) освоюється новітнє виробництво (соки, шампанське, коньячне виробництво); 3) удосконалюється: процес культивування (нові добрива, засоби захисту винограду, застосовується нова техніка), збір винограду, вініфікація, бутілізація; 4) впроваджуються новітні методики техніко-хімічного контролю на всіх стадіях виробництва; 5) впроваджуються нові форми виробництва вина (наприклад, гаражне).

Що стосується процесних інновацій виноробних підприємств, справедливим є твердження про відсутність системних принципів організації інноваційних процесів на мікро-рівні.

На думку багатьох дослідників, ефективність інноваційного розвитку підприємства обумовлена наявністю балансу різнонаправлених нововведень: технологічних (продуктових і процесних) та функціональних (маркетингових, організаційно-управлінських, екологічних, соціальних). Важливим є формування структурного балансу нововведень, системність їх динамічної взаємодії і послідовності.

Окремі процесні інновації, на відміну від продуктових, можуть не мати фізичної форми, тож аналіз ефективності їх впровадження потребує розробки спеціальних інструментів, які дадуть змогу оцінити як вплив на фінансовий результат, так й на конкурентоспроможність продукції та підприємства.

Треба відмітити, що ці два типи інновацій (продуктові і процесні) не здатні існувати один без одного. Без застосування процесних (особливо технологічних) інновацій не може бути виготовлена інноваційна продукція, а сам інноваційний продукт слід вважати наслідком впровадження технологічних інновацій.

Продуктові інновації мають орієнтацію на ринкові потреби, процесні в основі мають міркування щодо ефективності, націлені на внутрішні фактори.

Впровадження процесних інновацій, які забезпечують удосконалення системи управління та позитивно впливають на рівень обґрунтованості управлінських рішень, дозволяє контролювати процес формування витрат на виробництво інноваційної продукції та оптимізувати ці витрати.

Для виноробного підприємства якість продукції не завжди являється запорукою успішності на ринку. В умовах високої конкуренції особливого значення набуває маркетинг і тому маркетингові інновації виділяються окремим типом. Маркетингові інновації – це нові або значно поліпшені маркетингові методи, що пов'язані з істотними змінами в дизайні та упаковці виноробної продукції, використання нових методів продажів і презентації товарів, робіт, послуг; їх представлення та просування на ринки збуту, формування нових цінових стратегій. В рамках маркетингової діяльності підприємств інновації втілюються в розробці нових товарів, маркетингових стратегій, процесів, ринків, каналів розподілу і форм просування.

Маркетингові інновації спрямовані на більш повне задоволення потреб споживачів, розширення їх складу, відкриття нових ринків збуту з метою підвищення обсягів продажів. Маркетингові інновації відносяться до новітніх маркетингових технологій і пов'язані з розробкою нової концепції маркетингу щодо продукту, розширення маркетингового

середовища за рахунок нових ринків збуту, нових способів ведення комерційної діяльності тощо. Обов'язковою умовою є гармонізація нової маркетингової концепції із стратегією розвитку виноробного підприємства. Маркетингова стратегія дає можливість сегментувати потенційних і фактичних споживачів і позиціонувати бренди і підприємство. В основі вертикального (традиційного) маркетингу лежить сегментація і позиціонування. Останнім часом на зміну традиційному приходять латеральний («lateral»: боковий, в сторону) маркетинг, який представляє собою розробку новинок (товарів, послуг, ідей) за межами існуючого ринку. В основі технології латерального маркетингу лежить метод латерального зсуву, коли якийсь елемент досліджуваного об'єкта замінюється новим, що призводить до виникнення своєрідного розриву. Цей розрив заповнюється якимись новими зв'язками, а новий елемент стає ключовим для споживачів. Латеральний маркетинг у виноробстві, у відповідності до обраного фокусу, може мати наступні рівні: ринок, товар, елементи комплексу маркетингу. Наприклад, безалкогольне вино як приклад використання концепції латерального маркетингу з фокусом на ринок, коли йде заміна потреби споживача, що поєднується з новими властивостями товару. Якщо фокусом є товар, то зміни стосуються самого товару, упаковки, використання брендингу, способу використання або купівлі (наприклад, трансформація такої властивості товару як корисності вина через нові можливості отримання інформації про традиції країни-виробника, доповнених цікавими фактами, легендами про виноробство і т.д.). Латеральний маркетинг з фокусом на комплекс маркетингу стосується таких елементів як ціна, розподіл, просування товару. Наприклад, для виноробства, де товаром є виноградне вино, латеральний зсув може торкатися мотивів споживання товару (згідно мотиваційної піраміди Маслоу за рівнями в ієрархії потреб). Обидві концепції маркетингу (вертикального і латерального маркетингу) є взаємодоповнюючими. Маркетинговий інструментарій удосконалюється і доповнюється новітніми підходами і технологіями, що потребує постійної уваги зі сторони маркетологів підприємства.

Організаційно-управлінські інновації – це такі процеси, при застосуванні яких створюють (використовують) нові методи організації виробництва і управління підприємством.

В ході свого інноваційного розвитку підприємство взаємодіє з державою, зовнішнім середовищем (що включає потенційних і фактичних інвесторів), а також з постачальниками і споживачами своєї продукції. Управління здійснюється відповідним управляючим органом – центром, що здійснює керівництво підпорядкованих йому агентів. Відповідно до

характеру взаємовідносин із суб'єктами, виділяють наступні класи задач організаційного управління інноваційним розвитком підприємства:

- інституціональні основи інновацій і державне управління інноваційною діяльністю (дана проблематика не є предметом дослідження цієї роботи);

- управління взаємодією підприємства із зовнішнім середовищем (особливо, що стосується пошуку джерел фінансування інноваційної діяльності) та розробка дієвих механізмів фінансування інноваційного розвитку підприємства;

- управління розвитком власної системи управління підприємством (в умовах стратегічних інноваційних змін), що стосується організаційних проектів;

- управління взаємодією з постачальниками і споживачами (у тому числі, інституціональних взаємовідносин, що стосуються норм і обмежень як самого підприємства, так і його контрагентів);

- управління персоналом підприємства (мотивація персоналу, система подолання опору змінам);

- управління розвитком персоналу підприємства.

Специфіка управління інноваціями залежить від особливостей реалізованих на підприємстві інноваційних процесів. Управління інноваційним процесом на підприємстві має носити комплексний підхід щодо розробки інноваційних стратегій, їх коригування та забезпечення їх виконання.

Важливим є забезпечення балансу інноваційного розвитку виноробного підприємства.

Баланс інноваційного розвитку підприємства можливий лише за умови формування балансу його інноваційної структури, тобто належного співвідношення технологічних і функціональних інновацій. При цьому важливим є формування дієвого інноваційного механізму з відповідним функціональним забезпеченням підприємницьких структур з урахуванням стадій життєвого циклу як самого підприємства, так і конкретних інновацій. Під функціональним забезпеченням розуміють розробку і дослідження наступних класів механізмів організаційного управління інноваційним розвитком підприємства:

- механізми фінансування;

- механізми управління організаційними проектами;

- механізми інституціонального управління;

- механізми мотивації персоналу;

- механізми розвитку персоналу.

Організаційно-управлінські зміни можуть відбуватися за

наступними напрямками: 1) розробка й реалізація нової або значно зміненою корпоративної (акціонерної) стратегії підприємства; 2) впровадження сучасних (на основі інформаційних технологій) методів управління (технології з використанням сучасних засобів обчислювальної техніки і спеціальних програмних засобів для вирішення, наприклад, задач бухгалтерського та складського обліку, обліку кадрів і інших видів ресурсів, планування потреб підприємства, аналізу фінансового стану та підтримки прийняття управлінських рішень, систем автоматизованого документообігу, інформаційно-довідкових систем для обліку замовників, підрядників, клієнтів і т. п.); 3) розробка і впровадження нових або значно змінених організаційних структур на підприємстві; 4) нововведення у використанні змінного режиму робочого часу; 5) застосування сучасних систем контролю якості, сертифікації продукції (послуг), включаючи використання сучасних вітчизняних і зарубіжних (наприклад, ISO 9000, ISO 14000) стандартів якості; 6) розробка нових або значно змінених методів і прийомів організації праці; 7) впровадження сучасних систем логістики та поставок сировини, матеріалів, комплектуючих і т. д.; 8) створення спеціалізованих підрозділів з проведення наукових досліджень і розробок, практичної реалізації науково-технічних досягнень (технологічні та інжинірингові центри, малі інноваційні підприємства); 9) організація та вдосконалення маркетингової служби, включаючи як створення спеціалізованих груп і підрозділів, так і формування фундаментальної концепції (стратегії) маркетингу підприємства; 10) інші організаційно-управлінські зміни.

Для виноробних підприємств виділяють наступні організаційно-управлінські інновації: 1) організаційні нововведення: креативні зміни організаційно-правових форм, на базі яких діє виноробне підприємство; розвиток процесу кооперації виноградарства і виноробства; нові форми технічного обслуговування і забезпечення ресурсами; підвищення рівня діяльності маркетингових служб підприємства, реструктуризація, запровадження новітніх комунікацій, створення ефективних каналів розподілу тощо; 2) управлінські нововведення: удосконалення організації і мотивації праці; впровадження прогресивних методик прогнозування, планування в умовах трансформації, методів ціноутворення та ін.; 3) удосконалення форм інноваційного розвитку виноробного підприємства. Впровадження стандартів ISO 14000 встановлює новітні вимоги до систем менеджменту з погляду захисту навколишнього середовища і безпеки продукції. В такому випадку, крім акценту на екологію, посилюється увага до гармонізації інтересів усіх зацікавлених сторін. Для виноробних підприємств актуальним стає впровадження екологічних інновацій.

Екологічні інновації – результат творчої діяльності, спрямованої на розробку, створення та впровадження нововведень у вигляді нової продукції, технології, методу, форми організації виробництва, що безпосередньо або опосередковано сприяє зниженню екодеструктивного впливу виробництва та споживання на навколишнє середовище та вирішенню екологічних проблем. Згідно з цим визначенням, до екологічних інновацій можна віднести [5]:

- розробку, створення та впровадження нових технологічних процесів та технологічних циклів розробки і погодженого розвитку усіх функціональних ланцюжків з видобутку ресурсів, їх переробки, використання відходів та відтворення цих ресурсів;

- розробку та застосування ресурсозберігаючої техніки, розробку і впровадження маловідходних і безвідходних технологій, у тому числі енергозберігаючих, розвиток технологій, що забезпечують комплексне освоєння природних ресурсів, розробку біотехнологій;

- освоєння нових територій, а також розширення діючих з урахуванням екологічної безпеки населення і виробництва;

- розробку і випуск нових екологічно чистих продуктів і створення потужностей для їх виробництва, розробку варіантів використання нових та поновлюваних джерел енергії;

- впровадження нових організаційних форм, включаючи удосконалення організаційно-територіальної структури потенційно небезпечних виробництв з метою зниження їх екологічної небезпеки;

- формування нового мислення у розроблювачів інновацій з точки зору необхідності його екологізації шляхом впровадження обов'язкової екологічної освіти.

Разом з тим, інноваційний розвиток виноробного підприємства має носити соціальну направленість. У цьому сенсі, під соціальними інноваціями розуміється розвиток і впровадження нових ідей (продукції, послуг і моделей), які відповідають соціальним потребам. Це – процеси, що сприяють переходу на новий рівень розвитку всієї системи менеджменту підприємства, призводять до суттєвих та необоротних змін у взаємодії між членами колективу, направлені на задоволення їхніх нових духовних та інтелектуальних потреб. Для виноробних підприємств це є: удосконалення умов праці, засобів соціальної інфраструктури, комунікацій; розвиток і підтримка нових соціальних цінностей; упровадження новітніх методів навчання та адаптації персоналу; удосконалення системи мотивації праці; фінансування розвитку об'єктів соціальної інфраструктури власного підпорядкування; активізація інструментів соціально-відповідального маркетингу; нові методи оцінки

умов праці; зміни внутрішньо колективних відносин тощо.

Виділені типи інновацій існують в тісному взаємозв'язку, впровадження їх має носити цілеспрямований, плановий характер.

Отже, результатом інноваційного розвитку виноробного підприємства мають стати постійні прогресивні зміни його якісного стану, а яким буде процес інноватизації: революційний або еволюційний – залежатиме від обраного інноваційного напрямку, дієздатної стратегії інноваційного розвитку та рівня співвідношення власних та залучених інтелектуальних ресурсів та людського інтелектуального капіталу підприємства.

Висновки. Для прийняття ефективних управлінських рішень щодо інновацій необхідно дотримуватися умови балансу інноваційного розвитку, тобто збалансованого розподілу інвестиційних ресурсів підприємства між різними нововведеннями, результатом чого має стати зростання долі інноваційної продукції в господарському обороті. Для дотримання такого балансу пропонується виділяти такі типи інновацій для виноробних підприємств: 1) технологічні: продуктові і процесні; 2) функціональні: маркетингові, організаційно-управлінські, екологічні та соціальні. При цьому технологічні інновації являються первинними, оскільки напряму пов'язані з виробництвом продукції виноробного підприємства. Функціональні інновації, по відношенню до технологічних, є вторинними, і слугують забезпеченню належних умов функціонування виноробного підприємства задля досягнення мети – його інноваційного розвитку. Виділені типи інновацій існують в тісному взаємозв'язку, впровадження їх має носити цілеспрямований, плановий характер. Баланс інноваційного розвитку підприємства можливий лише за умови формування балансу його інноваційної структури, тобто належного співвідношення технологічних і функціональних інновацій.

Література

1. Витяги з: Керівництво Осло: Рекомендації зі збору та аналізу даних стосовно інновацій. – К.: УКРІНТЕІ, 2009. – 163 с.
2. Почепцова Т. Плата за выдержку / Т. Почепцова//Компаньон.–2003. – № 32-33. – С. 40-44.
3. Наказ Державного комітету статистики України від 1 жовтня 2008 року N 361 «Про затвердження Інструкції щодо заповнення форми державного статистичного спостереження N 1-інновація». Режим доступу: <http://www.profiwins.com.ua/uk/forms-and-blanks/statistic/380.html>
4. Закон України «Про інноваційну діяльність». Режим доступу:

<http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=40-15>.

5. Лапко О. Екологічний фактор в інноваційній діяльності // Економіка України . – 1998. - №8. – С. 69 - 75.

6. Шумпетер Й. Теория экономического развития : Исследования предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры / Й. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1982. – 453 с.

7. Кондратьев Н. Д. Проблемы экономической динамики / Н. Д. Кондратьев. – М. : Экономика, 1989. – 226 с.

Abstract

Bondarenko S.

Typing innovations in promoting innovation of balance wineries

It is proposed to allocate these types of innovations to wineries: 1) technological: food and process; 2) function: marketing, organizational management, ecology and social. In this technological innovation are primary as directly related to the production of products wineries. Functional innovations in relation to technological, are secondary and serve providing adequate conditions for functioning wineries to achieve the goal - his innovation. Balance of innovative enterprise development is possible only if the formation of the balance of its innovative structure, ie the ratio of good technological and functional innovation. An important innovation is the creation of an effective mechanism for ensuring appropriate functional businesses considering life cycle of both the enterprise and the specific innovation.