

УДК 005.591.6:661.551

Топольник В.Г., д-р техн. наук, проф.

Кузьмін О.В., канд. техн. наук,

Баширов І.Х., канд. екон. наук, проф. (ДонНУЕТ, Донецьк)

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ Й ТЕХНОЛОГІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЛІКЕРО-ГОРІЛЧАНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ЗА УМОВ РОЗРОБКИ НОВИХ ВИДІВ ПРОДУКЦІЇ

У статті розглянуто основні напрямки в розробці інновацій та технологій у лікєро-горілчаній промисловості за умов упровадження нових видів продукції.

Ключові слова: інновація, горілка, лікєро-горілчані вироби, система управління якістю.

У наш час вирішальною умовою успішної діяльності практично будь-якого лікєро-горілчаного підприємства (ЛГП) є його здатність розробляти інноваційну конкурентоспроможну продукцію в умовах насиченості ринку різноманітними торговельними марками. Конкуренція всередині ринку стимулює підприємства до впровадження нових технологій для забезпечення якнайкращих характеристик продукту.

Проблема підвищення якості залишається пріоритетною й на сьогодні, оскільки це дозволяє з тієї ж кількості сировини та матеріалів випускати продукцію, що більш повно задовольняє суспільні потреби. При цьому відзначимо, що не завжди дотримання вимог національних стандартів, що діють в Україні, є успішною умовою функціонування на ринку.

Для отримання продукту з якнайкращими якісними характеристиками й мінімальними витратами кожне ЛГП індивідуально обирає стратегію та способи досягнення кінцевої мети – створення конкурентоспроможного на ринку інноваційного продукту. Виходячи з основних вимог, що їх висувають до продукту, підприємство проводить адаптацію технології до конкретних виробничих умов: обирає схему водопідготовки, способи приготування водно-спиртових розчинів (ВСР) і методи обробки сортівки адсорбентами.

При цьому розробка нових видів лікєро-горілчаних виробів (ЛГВ) та горілок не може застрахувати ЛГП від невдач, які часто трапляються за умов недостатнього використання методів управління якістю, завищеною ціною, невідповідністю виробу запитам споживачів, неправильним обранням постачальників та ін.

Метою статті є визначення основних етапів розробки інноваційних рішень у технології виробництва, на додаток до вже наявних, які зрештою повинні забезпечити створення продукту з унікальними характеристиками, що дозволяють споживачеві задовольнити або абсолютно нові потреби, або традиційні – на вищому якісному рівні.

Для визначення основних етапів інноваційних досліджень за умов розробки нових ЛГВ і горілок розглянемо основні характеристики й поняття «інновація» з метою здійснення можливих комбінацій із продуктом.

Поняття «інновація», нововведення є українським варіантом англійського слова *innovation*, що буквально означає «введення нововведень» або «введення новацій». Під нововведенням розуміється новий порядок, новий метод, винахід, нове явище [1–2]. «Новація» (лат. *novation*), відповідно до тлумачного словника Даля, трактується як «зміна», «оновлення».

Залежно від об'єкта й предмета дослідження інновацію можна розглядати як процес [3], систему [2, 4], зміну [5], результат [6]. Тому, проаналізувавши наявні варіанти як основний, ми будемо використовувати наведене нижче визначення.

Інновація – комплексний процес [2] (об'єкт, результат) створення, розповсюдження та практичного використання якісно нових ідей, рішень, винаходів [3, 6] або кращого задоволення вже відомої суспільної потреби [2], які спричиняють цільову зміну [5] та створення кращих за властивостями товарів (продуктів, послуг), технологій [4, 7], що забезпечують зменшення витрат [3], отримання прибутку, доходу й охоплюють весь спектр видів діяльності – від досліджень і розробок до маркетингу [2].

Як суб'єкт інноваційного процесу нововведення визначають [4]: створення нового продукту; застосування нової технології виробництва; використання нової організації виробництва; освоєння нових ринків збуту; відкриття нових джерел сировини.

Залежно від ознак нововведення класифікують [2]: за джерелом ініціати-ви – замовлені й авторські; за масштабом нововведень одиничні та дифузні; за науково-інноваційним потенціалом радикальні, модифікуючі, псевдоінновації; за змістом інновацій продуктові, технологічні, економічні, управлінські, інформаційні, психологічні, педагогічні, соціальні; за місцями виникнення, розробки й розповсюдження міждержавні, внутрішньодержавні, міжорганізаційні, внутрішньоорганізаційні, міжгалузеві, внутрішньогалузеві, міжнаукова кооперація інновацій; за ступенем завершеності завершені й незавершені інновації; за рівнем результативності результативні і нерезультативні.

Під інноваційним продуктом найчастіше розуміють [2] будь-який продукт, який не дублює товари, що є в цей час на ринку, або розглядають «новий продукт», немов із внутрішньої точки зору як такий, що відповідає тим потребам, які до моменту його виходу на ринок сформуються в потенційних покупців. При цьому пріоритетним слід обирати продукт, який задовольнить або абсолютно нову потребу, або традиційну – на більш високому рівні.

У першому випадку інновація може забезпечувати вже наявну якість, закріплену в нормативній документації (НД), а вже в другому – гарантувати вищий рівень якості, тобто створення нових, додаткових властивостей продукції.

Оскільки в першому випадку виробництво горілки та ЛГВ заданої якості вже функціонує, то забезпечення необхідної якості досягається шляхом вдоско-

налення процесів і технологій на основних етапах виробництва створення ВСП і обробки ВСП активним вугіллям (АВ).

Для цього проводиться збирання початкових даних щодо всіх чинників виробництва та критеріїв оптимальності технологічних процесів створення горілки, які формують якість продукції, включаючи оцінку якості готової продукції для вироблення заходів стосовно запобігання появі відхилень у виробництві, що обумовлюють появу браку й технологічні втрати.

Оскільки вирішення практичних проблем технологічного процесу має складний характер, проблема вирішується дослідним шляхом за допомогою моделі процесу. А для того, щоб цей дослід провести з найменшою витратою засобів і одночасно отримати максимальну користь, необхідно пройти такі етапи: проектування й побудову дослідної установки; виконання вимірів; узагальнення отриманих результатів вимірювань і визначення математичної моделі процесів.

У ході проведення експериментальних досліджень встановлено [8], що на органолептичну оцінку горілки, отриманої після обробки сортівки АВ, впливає температура, за якої відбувається процес обробки і його тривалість.

Таблиця 1 – Таймінг введення нового виду продукції на ЛГП

[illegible]

Перспективами подальших досліджень у цьому напрямку є пошук інноваційних рішень щодо зниження токсикологічного впливу алкоголю на організм людини та створення продукту із заданими алкопротекторними властивостями.

Література

1. Управление инновациями // Управление развитием организации. 17-модульная программа для менеджеров. Модуль 7 / В.Н. Гунин, В.П. Баранчев, В.А. Устинов, С.Ю. Ляпина. – М. : Инфра-М, 1999. – 328 с.
2. Пархоменко Е.Л. Качество инновационного продукта : монография / Е.Л. Пархоменко, Б.И. Герасимов, Л.В. Пархоменко; под ред. Б.И. Герасимова. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2005. – 116 с.
3. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями / Б. Твисс; сокр. перевод. с англ. К.Ф. Пузыня. – М. : Экономика, 1989. – 271 с.
4. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – М. : Прогресс, 2000. – 563 с.
5. Водачек Л. Стратегия управления инновациями на предприятии / Водачек Л., О. Водочкова; сокр. перевод со словацк. В.С. Рапопорт. – М. : Экономика, 1989. – 168 с.
6. Молчанов Н.Н. Инновационный процесс. Организация и маркетинг : учеб. пособие / Молчанов Н.Н. – СПб. : Изд-во СПбГУ, 1994. – 104 с.
7. Лайкер Д. Дао Toyota : 14 принципов менеджмента ведущей компании мира / Д. Лайкер; перевод с англ. Т. Гутман. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 402 с.
8. Кузьмин, О.В. Усовершенствование процессов производства водки с целью стабилизации показателей качества: дис. на соискание учён. степ. канд. техн. наук : 05.18.12 / Кузьмин Олег Владимирович. – Донецк, 2009. – 336 с.