

максимально можливим (він дорівнюватиме одержаній премії). В інтервалі цін від 90 до 100 грн. дохід продавця опціону пут зменшується (пропорційно до зниження втрат покупця опціону пут). Нижче за ціну 90 грн. відбувається збільшення (рис. 4) розміру втраченого доходу (пропорційно до зростання реального доходу покупця).

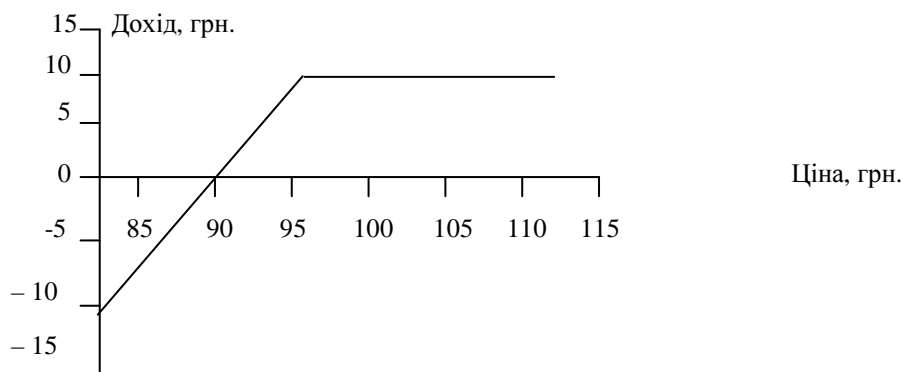


Рис. 4. Продаж путу

Висновки

Отже, запропонована методика застосування моделі оцінки кінцевих результатів операцій на ф'ючерсному та опціонному ринку систематизувала усі можливі якісні результати деривативних операцій за рахунок зміни поточних та контрактних цін.

Перспективами для подальших досліджень є використання описаної моделі як невід'ємної частина узагальнювальної оцінки кінцевих результатів операцій купівлі–продажу похідних цінних паперів і впровадження її для інших видів деривативів.

1. Закон України “Про цінні папери і фондову біржу” 1991. 2. Вільямс Б. Торговельний хаос: Пер з англ. М.: Аналітика, 2000. – 310 с. 3. Концепція функціонування та розвитку фондового ринку України, 1995.

УДК. 658.589

О. Возняк

Національний університет “Львівська політехніка”

НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВИРОБНИКІВ ПИВА В УКРАЇНІ

© Возняк О.С., 2007

Розглядається проблематика впровадження інновацій у пивоварній галузі. Основним напрямком інноваційної діяльності виробників пива на території України є продуктові та технологічні інновації, ефективність яких значно підвищує попит та надає підприємству конкурентні переваги. Окрім продуктових, підприємства впроваджують і організаційно-управлінські інновації. Вони можуть бути не менш ефективними, ніж продуктові, оскільки оптимізують умови роботи і допомагають оцінити за новими критеріями найцінніший ресурс бізнесу – людську працю.

In this article are regarded problems of innovation introductions in brewing. The main branches of innovation activity are technologies and production innovations; its efficiency increases demand and gives to businesses competition advantages. Except production innovations, businesses introduce its administrative. Those innovations could be the same or more effective; as well they optimize working conditions and help estimate with new criterions the most important recourse of business – labor.

Постановка проблеми

Розвиток та поширення інноваційної діяльності у харчовій сфері є дуже актуальним. Впровадження нових технологій у сфері виробництва та управління сприяє підвищенню якості та

конкурентоспроможності товарів, зменшенню витрат сировини та економнішому використанню ресурсів. Крім того, якісні нові товари користуються більшим попитом з боку споживачів.

У товарних інноваціях виробники намагаються не відставати одне від одного, оскільки, поки ринок не до кінця насичений, кожен з них прагне зайняти вільні ніші. Організаційні інновації, які впроваджуються у пивних компаніях, не розголошуються – це є своєрідним секретом успіху, котрий дає змогу оптимізувати роботу найціннішого ресурсу – людської праці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Проблематика інноваційної діяльності висвітлюється у багатьох наукових виданнях. Науковцями створено великий доробок щодо тенденцій та перспектив розвитку інноваційної діяльності в країні, можливі залучення інвестицій та фінансування інноваційної діяльності. Серед авторів, котрі активно вивчають цю проблематику, українські науковці С. Ілляшенко, А. Гриньов, Н. Чухрай та інші, чий доробок використано під час написання статті. Результати аналізу наукової літератури показують, що інноваційна діяльність в Україні є перспективною, і сьогодні перебуває у стані зародження – інновації здійснюються в окремих галузях народного господарства, серед яких пивоваріння є однією з найуспішніших.

Постановка цілей

Цілями, які ми ставимо перед собою при написанні статті, є вивчення інноваційної діяльності виробників пива в Україні, а саме: які інновації найчастіше здійснюються, чи є вони ефективними, які перспективи впровадження та розвитку інновацій у майбутньому, дифузія інновацій у суміжні галузі тощо.

Виклад основного матеріалу

Під інновацією розуміють кінцевий результат діяльності із створення і використання нововведень, втілених у вигляді удосконалених чи нових товарів (виробів, послуг), технологій їхнього виробництва, методів управління на всіх стадіях виробництва і збуту товарів, що сприяють розвитку і підвищенню ефективності функціонування підприємств, які їх використовують [1, с.18]. Планування інноваційного розвитку підприємств забезпечує можливість врахування майбутніх задач, розглядання діяльності підприємства як безперервного процесу, в якому поточні дії пов'язані з майбутніми, не тільки короткостроковими, а й довгостроковими цілями розвитку, визначення основних потреб ринку, вплив на зміни зовнішнього середовища; сприяє поліпшенню координації дій на підприємстві, створює передумови для підвищення рівня підготовки менеджерів, сприяє раціональнішому розподілу ресурсів та дає змогу чітко формалізувати обов'язки та відповідальність усіх працівників підприємства, поліпшувати контроль за їхньою діяльністю [2, с. 224].

Однією з найдинамічніших галузей у харчовій сфері є пивоварна промисловість. Це зумовлено зміною культури споживання, збільшенням щорічного споживання пива в Україні на душу населення, збільшенням потоку інвестицій в пивоварну галузь в Україні. Така тенденція, за прогнозами фахівців, зупиниться тоді, коли споживання пива середньостатистичним українцем досягне 30 л на рік [3]. Саме у галузі пивоваріння широко застосовують різноманітні інноваційні нововведення, завдяки яким відбувається швидкий розвиток ринку та покращання якості напоїв.

Реструктуризація та приватизація підприємств пивоварної промисловості, які відбувалися протягом останніх десяти років, ліквідували технологічний розрив між українськими виробниками та іноземними конкурентами. Якщо на початку пивоварна галузь характеризувалася такими проблемами, як недостатній рівень технічної інфраструктури, високий рівень державної монополізації галузі, відсутність повноцінних дистрибуційних мереж, відсутність конкуренції на ринку та іншими, то нині досягнуто таких позитивних результатів: зменшення витрат постачання, покращання організації складування та оптимізація рівня запасів і поліпшення іміджу фірм. Таких зрушень було досягнуто завдяки приходу на ринок іноземних інвесторів, зокрема у сфері інновацій – впровадження знань маркетингу та логістики серед вищого керівництва, створення логістично орієнтованої організаційної структури управління, і, головне – актуалізацію концепції розвитку [3].

Також участь вітчизняних підприємств у транснаціональних корпораціях сприяє загостренню конкуренції на ринку, підвищенню якості і конкурентоспроможності пива. Іноземні підприємства, котрі мають більший досвід роботи, принесли вітчизняним виробникам багато якісних змін у сфері інновацій. Це були і радикально нові інновації (нові сорти пива та технології їхнього виготовлення, які повністю витіснили наявні і сприяли зміні споживчої поведінки), і часткові, які відбуваються постійно та стимулюють подальший розвиток галузі; продуктові (випуск радикально нової продукції або її часткова модифікація) та процесні (технологічні та організаційно-управлінські).

Всі транснаціональні пивоварні компанії України здійснюють інноваційну діяльність. Розглянемо детальніше показники їхньої роботи.

Одним із відомих транснаціональних економічних об'єднань, що діє на ринку пива України, є холдинг Baltic Beverages Holding. Компанія ВВН була заснована в 1991 році і належить найбільшим пивоварним компаніям світу – англійській Scottish & Newcastle і датському концерну Carlsberg Breweries. ВВН входить в десятку провідних світових підприємств у галузі виробництва пива. Холдинг керує 18 пивоварнями в шести країнах Східної Європи – Україні, Росії, Казахстані, Латвії, Литві та Естонії.

На ринку пива України ВВН має доволі сильні позиції і відомий, насамперед, такими брендами, як "Славутич", "Львівське", "Арсенал", "Туборг", "Хмільне", "Балтика", "Карлсберг". За 15 років діяльності на ринку Східної Європи та Прибалтики корпорації вдалося досягти значних результатів. Серед визначальних критеріїв успіху компанії – постійна інноваційна діяльність як у сфері виробництва, так і управління [5].

Продуктовими інноваціями за останній рік є поява нових смаків пива ("Славутич Червоне", "Туборг Голд") та зміна дизайну упакування пива (вдосконалення форми пляшки "Львівського", розлив пива у нові ПЕТ-упаковки, частковий рестайлінг етикетки пива "Славутич" тощо).

Успішною є інноваційна діяльність ще одного учасника ринку – "САН Інтербрю Україна". У 2004 році було здійснено вдалий запуск таких сортів бренду, як "Чернігівське", "Багряне" (червоне пиво), "Біла ніч" (нефільтроване темне пиво), "Fitness+" (безалкогольне пиво з вітамінним та рослинним комплексом). Серед інновацій в упакуванні варто виділити "Чернігівське Багряне" (ПЕТ-пляшка місткістю 1 л) та "Stella Artois" в алюмінієвій пляшці. Під брендом "Рогань" компанія випустила два різновиди пива – "Рогань Кампай" (зварене за японською технологією Преміум Драй) та "Рогань Арріва" (виготовляють за технологією холодної фільтрації).

Отже, на ринку діє конкуренція. Якщо випускається радикально нове пиво, яке завойовує популярність на ринку, то конкуренти одразу намагаються зробити подібне. Так, після випуску компанією "Сан Інтербрю Україна" нового пива "Чернігівське біле", конкуренти також випустили подібні напої: ЗАТ "Оболонь" – "Оболонь пшеничне", ВВН – "Славутич червоне" [4]. Тобто компанії змагаються між собою за споживача, і це є дуже важливим кроком у зміні ринкової ситуації. Дії конкурентів свідчать про те, що тепер вони не тільки не можуть встановлювати свої закони на ринку, а є залежними від кон'юнктури, і тому необхідне є пристосування обсягів продажу та ціни під умови ринку.

Окрім продуктових, пивоварні компанії здійснюють також і організаційно-управлінські інновації. Розглянемо останню інновацію у цій сфері, яку здійснила компанія ВВН. Наприкінці листопада 2005 року на всіх заводах ВВН – Україна відбулася презентація "Положення про категорії посад" для керівників усіх підрозділів. Ця система була розроблена швейцарською компанією "Мерсер" на основі Міжнародної системи оцінки посад (ІРЕ – International Position Evaluation). Впровадження системи категорій посад є управлінською інновацією, спрямованою на вдосконалення розподілу посад між робітниками та керівниками.

Метою створення категорій посад є:

- планування і оптимізація розподілу людських ресурсів;
- удосконалення побудови організаційної структури компанії;
- впорядкування та контроль за оплатою праці;
- оптимізація індивідуального розвитку і кар'єрного просування [6].

Розподіл всіх посад в організації за певними рівнями відбувається згідно з такими критеріями: [6]

1. **Вплив** (характер та рівень впливу посади в сфері її відповідальності: виконавчий, оперативний, тактичний, стратегічний, рівень розроблення бачення компанії).

2. **Комунікація** (отримання, адаптація, передавання інформації, ведення звичайних та стратегічних переговорів).

3. **Інновація** (розроблення нових ідей, методів, способів, послуг, товарів).

4. **Знання** (професійні знання і навички, необхідні для виконання службових обов'язків; практичний досвід).

5. **Освіта** (тип навчального закладу, досвід роботи).

6. **Управління** (наявність підлеглих працівників).

У компанії ВВН є 11 посадових категорій: I, II, III – робітники, службовці; IV, V, VI – спеціалісти (молодший спеціаліст, спеціаліст II категорії та провідний спеціаліст або керівник підрозділу); VII, VIII, IX – керівництво (керівники I, II, III рівнів); X, XI – вище керівництво (директори департаментів, керівники компанії). Категорію посади визначає менеджер з оплати

праці за погодженням з директором відповідного департаменту і затверджує директор з персоналу. Можливість переоцінювати кваліфікацію персоналу дає змогу керівникам застосовувати інший підхід до мотивації, оплати праці та впливу на підлеглих. З іншого боку, керівники зможуть інакше подивитись на кожного працівника, ближче з ним познайомитись, оцінити, визначити специфіку та ефективність роботи.

Якщо ж керівники департаментів не дійшли згоди у визначенні категорії посади, використовується метод "визначення категорії посади шляхом уточнення та оцінки посади за критеріями". Категорія визначається у два етапи. На першому етапі уточнюється посада – тобто збирання інформації за такими характеристиками: мета існування певної посади в компанії; рівень фінансової відповідальності; рівень і тип комунікації; мінімальні вимоги (освіта, досвід, додаткові знання, вміння, навички); сфери, рівень відповідальності і очікувані результати; рівень і характер інновації. На другому етапі шляхом вибору відповідного ступеня за кожним критерієм оцінки оцінюється посада. Уточнення та оцінка здійснюються менеджером з оплати праці спільно з керівником оцінюваної посади, узгоджуються з директором департаменту і затверджуються директором з персоналу.

Якщо використання попередніх методів визначення категорії не дало очікуваного результату і керівники не дійшли спільних висновків, матеріали оцінки посади пересилаються розробнику (компанії "Мерсер") для прийняття остаточних рішень. Щороку даватиметься оцінка результатів роботи працівників, внаслідок чого в керівника виникають широкі можливості щодо мотивації підлеглих залежно від отриманої оцінки [6].

Отже, виробники пива в Україні широко здійснюють інноваційну діяльність у різних напрямках – продуктовому, технологічному, організаційно-управлінському. Покращання показників роботи цих компаній свідчить про те, що більшість інновацій є вдалимими та сприяють зміцненню конкурентних позицій. Це стимулює розвиток галузі, підвищення якості та конкурентоспроможності напоїв, збільшення потоку інвестицій в Україну.

Висновки

Інноваційна діяльність у пивоварній галузі постійно розвивається і зумовлює позитивні зміни. Іноземні виробники пива інвестували в українську промисловість значну кількість коштів, спрямованих на модернізацію та оновлення технологій і виробничих потужностей. Ці інновації через деякий час дають позитивний ефект, хоча є капіталомісткими та потребують багато зусиль для їхнього впровадження. Проте ефективність інновації не обов'язково залежить від її вартості, а від того, коли і як її здійснено, тому не менш ефективним та значно дешевшим є впровадження управлінських інновацій, які також активно використовують виробники пива. Такі інновації можуть бути не менш ефективними, ніж продуктові, оскільки вони оптимізують роботу найціннішого ресурсу бізнесу – людської праці.

Проаналізувавши низку здійснених за останній рік інновацій, можемо зробити висновок, що ця діяльність має позитивний характер, набуває розвитку і невдовзі зможе навіть поширитись у суміжні галузі.

Перспективи подальших досліджень

З огляду на високу ефективність інновацій, вважаємо, що існує потреба подальших досліджень цієї проблеми для вимірювання економічного ефекту від здійснення інновацій, а також впровадження інновацій українськими виробниками без участі іноземних інвесторів. Оскільки не менш ефективними можуть бути також і організаційно-управлінські інновації, вважаємо, що в перспективі варто зосередити дослідження на цьому аспекті і розглядати, зокрема, використання нових підходів до управління на підприємствах інших галузей суспільного виробництва.

1. Ілляшенко С.М. *Управління інноваційним розвитком: Навч. посібник. – 2-ге вид., перероб. і доп.* Суми: ВТД "Університетська книга"; К.: Видавничий дім "Княгиня Ольга", 2005. – 324 с.
2. Гриньов А.В. *Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління.* – Х.: ВД "ІНЖЕК", 2003. – 308 с.
3. Є. Крикавський, Я. Гаврись, Н. Чухрай. *Економічна теорія: сучасні проблеми розвитку сфери товарного обігу: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Тези доповідей. Відповідальний редактор В. Д. Лагутін: у 2 ч.* – К., 2002. Ч.1. – С. 144–146.
4. Чухрай Н., Патора Р. *Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві: Підручник.* – К.: КОНДОР, 2006. – С. 154–155.
5. *Корпоративний інформаційний бюлетень групи підприємств Baltic Beverages Holding в Україні, №12 (42), 14–15 с.; №2 (32); №4 (34); №5 (35); №7 (37); №10 (40).*