флексіграфією є, але лише лічені флексовиробництва в змозі стабільно видавати потрібну виноробним підприємствам якість. Головний секрет успіху у флексіграфії - дослідний дизайнер і друк.

Традиційні способи друкарської обробки, включають тиснення фольгою, шовкографією, лазерним висіканням, унікальними формами тощо. Етикетки для вина, по рівню, наближаються до упаковки престижних парфюмерно-косметичних товарів. Тенденції у сфері винної етикетки виражаються в наступному:

- прагненні власників торгівельних марок представити товар вищого класу;
- виділення продукту на полиці за допомогою динамічних друкарських ефектів - сенсорним зв'язком із споживачем.

Все частіше винні етикетки є комбінацією насиченого графікою дизайну, різних способів друку, висікання незвичайної форми і оригінальних носіїв. Винні етикетки стали різноплановими - класичними, фантастичними, прімітівістськими - з розрахунку на різні класи споживачів і їх потреби.

Знаходить вживання і високоякісний цифровий друк з 7 кольорів - в основному на коротких накладах „жартівливих" етикеток. Але естетична сторона не єдина складова. У винній індустрії, що тривалий час задається питаннями екологічності, активно зажадалися матеріали з лицьовим шаром з макулатурного або такої, що багато разів переробляється, сировини. Часто зустрічається об'ємний дизайн з нанесеним шовкографією золотом. У деталізованих зображеннях широко використовуються сумішеві кольори.

При підготовці етикетки потрібно визначитися не лише із способом друку, але і з типом виробу. У сегменті як і раніше домінує самоклейова етикетка, на яку доводиться близько 70% продукції. Останнє - клейова. Для невеликих, випускаючих продукцію середнього класу компаній флексіграфія - економічний варіант виготовлення самоклейових етикеток. Для сегменту дорогої продукції виноробних підприємств, що піклуються про власний імідж, характерний рулонний офсет з підвищеною якістю графіки і розширеним вибором носіїв. Для дорогих і супердорогих марок найпоширеніші - флексографські етикетки і продукція листових машин офсетного друку.

У сегменті „преміум" і „ультрапреміум" переважають „сухий" і традиційний офсет. Чим дорожче вино, тим вишуканій є етикетка: складне висікання, тиснення фольгою, конгрев. Найпоширеніший метод друку - комбінований, де задіюються різні види фольги, багатоступінчасте висікання, об'ємні ефекти і навіть ротаційний УФ-трафарет для створення прозорої, „невидимої" етикетки у тріадному друці використовується поєднання традиційних і стохастичних растрів і незліченні фірмові сумішеві кольори - і все це на фоні високолініатурного УФ-друку. Ще один крупний сегмент ви. .их етикеток - що самоклейові, виготовлені за допомогою УФ-флексіграфії, ротаційного офсету, цифрового офсетного друку.

Найперспективніші клієнти - власники високоякісних торгівельних марок з вартістю пляшки в 80–100 дол., але інтерес до захисних технологій завжди супроводиться питанням про дорожчання етикеток. Інноваційні і економічні рішення по захисту торгівельних марок починають цікавити виробників у міру активізації експортних операцій.

Підходи до декорування пляшок міняються циклічно - від паперу до плівки і назад. Так буде і далі, враховуючи, що маркетологи постійно прагнуть підібрати унікальний дизайн для етикеток своїх продуктів. Виробники вина і дизайнери, що працюють з ними, дуже прогресивні - застосовують нові технології і матеріали, здатні виділити товар на магазинній полиці.

Змінилася концепція маркетингу винних виробів, на зовнішній вигляд етикеток



впливає те, що вони стали данню моді - предметом колекціонування, способом виділитися, втіленням торгівельної марки.

До того ж пластикові пробки мають звичку застрявати на лезі штопора, що зовсім не естетично. Зростаюча незадоволеність покупців приводить до появи на ринку всіляких альтернатив: металевих кришок-коронок, скляних кришок і всіляких технічних пробок.

Таким чином, впровадження і використання інновацій виступають гнучким індикатором інноваційного клімату на виноробних підприємствах. Темпи зростання реалізації інноваційної продукції протягом останніх трьох років перевищують зростання витрат на наукові дослідження і розробки в 1,2–1,3 разу, що є свідоцтвом спрямованості галузей промисловості і науки на комерціалізацію інновацій.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ


1. Василенко В.О, Шматько В.Т. Інноваційний менеджмент. – К.: ЦУЛ, Фенікс, 2003. – 440 с.
2. Гриньова В.М., Власенко В.В. Організаційні проблеми інноваційної діяльності на підприємствах: Монографія. – Х.: ВД „ІНЖЕК", 2005. – 200 с.
3. Про інноваційну діяльність. Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – №36. – Ст. 266.
4. Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове і логістичне забезпечення: Монографія. – Львів: Націон. ун-т „Львівська політехніка", 2002. – 315 с.
5. Інноваційна трансформація промислового сектору економіки України та механізми її регулювання : [монографія] / [Філиппова С. В., Волощук Л. О., Смоквіна Г. А., Черкасова С. О., Сімакова Н. М. та ін. ] ; під ред. Філіппової С. В. - Одеса : „ВМВ", 2009. - 180 с.
6. Чинники, що визначають вартість підприємства. Вісник Хмельницького національного університету: економічні науки. Том 1. №5. – 2008. – С. 159 – 163.



Пугач Олександра Анатоліївна
Полтавський національний технічний університет
імені Юрія Кондратюка м. Полтава


## ІННОВАЦІЇ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Ефективність підприємницької діяльності в умовах виходу економіки України з кризового стану визначається наявним інтелектуальним та науково-технічним потенціалом. На сьогодні саме інновації стають ключовим фактором розвитку бізнесу.

Світовий досвід показує, що впровадження інновацій в умовах кризових ситуацій слугує своєрідним каталізатором підвищення ефективності підприємницької діяльності, за допомогою якого відбувається поступовий перехід економіки у фазу зростання. Цим пояснюється актуальність проблематики, пов'язаної з реалізацією інноваційної діяльності вітчизняними підприємствами.

Питанням інноваційного розвитку бізнесу присвячено чимало наукових праць, основна ідея яких полягає у визначенні інноваційних процесів головним фактором економічного зростання як окремих суб'єктів господарювання, так і країни в цілому. Але

до цього часу проблеми щодо активізації інноваційної діяльності українських підприємств остаточно не вирішені й потребують подальшого дослідження.

Необхідною умовою розвитку бізнесу в сучасних умовах є орієнтація на реальні потреби споживачів, які динамічно змінюються. На цій основі реалізація нововведень, винаходів та інших інновацій забезпечує отримання стратегічних конкурентних переваг на ринку, які значною мірою визначають ефективність бізнесу в цілому.

Але потрібно відзначити підвищену ризиковість інноваційної діяльності, яка викликана суб'єктивними чинниками на ринку. Тому в результаті впровадження інновації можливе отримання як позитивного, так і негативного фінансового результату. В зв'язку з цим переважна більшість вітчизняних підприємств при виробництві віддає перевагу не інноваціям, а продукції, яка знайшла свого покупця на ринку та користується стабільно високим попитом.

За статистичними даними кількість підприємств України, що впроваджують інновації, зменшується з кожним роком і становить зараз 12–14%, що менше в 3–4 рази, ніж в країнах з високим рівнем інноваційного розвитку. Майже половина підприємств взагалі не фінансують проведення в інтересах свого виробництва наукових досліджень. Так, наукоємність промислового виробництва знаходиться на рівні 0,3%, що на порядок менше від світового рівня.

Ситуація, яка склалася, в першу чергу пов'язана з відсутністю ефективного стимулювання інноваційної діяльності державою. Саме фіскальна, кредитна й інвестиційна політика держави має сприяти активізації інноваційного розвитку українських підприємств через впровадження податкових пільг та надання кредитів за зниженою ставкою відсотків для підприємств, які виготовляють інноваційну продукцію.

Підприємства, які не займаються інноваційною діяльністю, в сучасних динамічних умовах приречені на поступовий занепад. Тому, навіть за відсутності на даний час дієвої системи державного стимулювання інноваційної діяльності в Україні, вітчизняні підприємства мають орієнтуватися на інноваційний шлях розвитку.

В сучасних умовах найдоцільнішим методом підвищення ефективності підприємницької діяльності є збільшення віддачі від вкладеного капіталу через створення та впровадження інновацій. Використання нововведень у процесі виробничо-господарської діяльності на сьогодні є необхідною умовою розвитку бізнесу та одним із основних шляхів підвищення його ефективності, адже саме інновації забезпечують скорочення операційних витрат підприємства, сприяють підвищенню якості продукції, а отже дозволяють отримувати конкурентні переваги на ринку.

Література:

1. Закон України "Про інноваційну діяльність" // Урядовий кур'єр. – 2002. – № 143, 7 серпня.

2. Офіційний веб-сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.

3. Суздальцев О. М. Чинники підвищення конкурентоспро-можності підприємств за рахунок інновацій / О. М. Суздальцев // Вісник Донецького університету економіки та права. – 2010. – № 1. – С. 121-126.

4. Ткаченко В. А. Інтелектуальний потенціал в основі розвитку виробничих сил і виробничих відносин: монографія / В. А. Ткаченко. – Д.: Монолит, 2008. – 274 с.

5. Никифоров А.Є. Організаційні форми інноваційного підприємництва. Проблеми науки / А.Є. Никифоров. – 2010. – № 2. – 236 с.



Редько Олександр Володимирович
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут», м.Київ

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Потенціал підприємства – важлива категорія економічної науки, оскільки визначає рівень готовності підприємства до певного виду діяльності, вирішення заданого кола проблем. У процесі стратегічного управління підприємством аналіз інвестиційно-інноваційного потенціалу посідає одне з найважливіших місць, оскільки дає змогу визначити потенційну спроможність підприємства здійснювати свою діяльність відповідно до стратегічних завдань. Проблеми оцінки інвестиційно-інноваційного потенціалу на стадії формування стратегії розвитку підприємства є надзвичайно актуальними і визначають потребу систематизації основних його складників.

У сучасній економічній літературі поширені поняття виробничого, інноваційного, інвестиційного та стратегічного потенціалу. Останнім часом у вітчизняній і світовій економічній думці сформовано багато підходів щодо визначення структури та методології оцінки потенціалу залежно від об'єкта та цілей дослідження. Зокрема, проблеми організації управління стратегічним потенціалом підприємства розглянуто у працях українських економістів В.В. Микитенко, З.Є. Шершньової, П.Г. Клівця. Підходи щодо аналізу інноваційного потенціалу підприємства розробили І.Б. Капітан, О.В. Арф'єва, А.П. Гречан. Механізми та методи формування і управління інвестиційним потенціалом досліджували К.П. Покатаєва, О.В. Носова та ін. Незважаючи на різні підходи, всі автори визнають, що потенціал – це складна динамічна система, яка охоплює багато компонентів, від уміння управляти якими залежить ефективність досягнення поставленої мети.

Інвестиційний потенціал підприємства – це організована сукупність наявних економічних ресурсів, яка перебуває у системній єдності, а також зумовлених ними за сучасного рівня розвитку, можливостей щодо мобілізації внутрішніх та зовнішніх інвестиційних коштів для реалізації стратегічних та тактичних цілей підприємства через механізм інвестування [5]. Деякі автори до складу інвестиційного потенціалу відносять не лише наявність власних фінансових ресурсів підприємства, які можна інвестувати у розвиток виробництва, а також показник інвестиційної привабливості підприємства, який визначає потенційні можливості підприємства залучення інвестиційних ресурсів із зовнішніх джерел.

Основними джерелами фінансування інноваційної діяльності є:

- власні кошти підприємств (амортизаційні відрахування, виручка від реалізації окремих видів майна, нерозподілений прибуток й інші грошові нагромадження;
- кредитні ресурси (кредити банків, фінансовий лізинг, кошти Державного інвестиційного Фонду та Фонду фундаментальних досліджень);
- бюджетні кошти (державного і місцевого рівня);
- вітчизняні та іноземні інвестиції (гранти, міжнародні програми, пайові внески іноземних інвесторів, кошти іноземних наукових фондів).

Процес прийняття стратегічного рішення щодо інвестування коштів у розвиток інноваційної діяльності на підприємстві потребує детального аналізу його інноваційного потенціалу.

Інвестиційно-інноваційний потенціал підприємства є сукупністю певних чинників (науково-технічних, технологічних, кадрових, фінансових), рівень розвитку яких визначає