

зростання неоплаченого та вилученого капіталу, що негативно вплинуло на можливість подальшого зростання власного капіталу та відповідно потенціалу розширення масштабів підприємницької діяльності.

Таблиця 1 – Джерела формування власного капіталу підприємств в Україні у 2013 році*

Показник	На 1 січня 2013р., млн. грн.	На 31 грудня 2013р., млн. грн.	Абсолютне відхилення, млн. грн.	Відносне відхилення, %
Зареєстрований капітал	928462,6	1173329,9	244867,3	26,4
Додатковий капітал	951955,1	820347,8	-131607,3	-13,8
Резервний капітал	45882,5	50735,0	4852,5	10,6
Нерозподілений прибуток	91880,4	20873,7	-71006,7	-77,3
Неоплачений та вилучений капітал	104993,6	114911,5	9917,9	9,4
Всього власного капіталу	1913187,0	1950374,9	37187,9	1,9

*Складено за даними [4]

Зростання ефективності формування власного капіталу на підприємствах України вимагає як наявності сприятливих загальноекономічних умов, так і високого рівня фінансового управління суб'єктів ринку.

Література.

1. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента: В 2 т. / Бланк И.А. ; 2-е изд., перераб. и доп. – К.: Эльга: Ника-Центр, 2004. Т. 1. К.: Ника-Центр, Эльга, 2004. – 624 с.
2. Данілова Л., Мельник О. Власний капітал підприємства і проблеми його формування / Л. Данілова, О. Мельник // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2012. - № 138. – С. 26-27.
3. Чиж Н.М., Дзямулич М.І. Особливості управління структурою власного капіталу акціонерних товариств / Н. Чиж, М. Дзямулич // Економічний форум. - № 1. – С. 235-239.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

ОСНОВНІ ЕТАПИ РОЗРОБКИ ІННОВАЦІЙ ТА ЇХ ЗМІСТ

Мезєва А. А., студент

*Науковий керівник: Шинкаренко В. Г., д.е.н, професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Успішний розвиток сучасного автотранспортного підприємства багато в чому залежить від інноваційної діяльності. Методи управління інноваційною

діяльністю мають враховувати зміни зовнішнього середовища та можливості підприємства. Впровадження інновацій сприяє досягненню успіхів у конкурентній боротьбі.

Управління інноваційною діяльністю вимагає рішення ряду завдань, пов'язаних у часі, з ресурсами і іншим параметрами, а саме – забезпечити довгострокове функціонування інноваційного процесу на основі ефективної організації всіх його складових елементів; випуск на ринок конкурентоспроможної інноваційної послуги, технології з найменшими затратами [1].

Впровадження інновацій на підприємстві вимагає організаційних та управлінських змін. Специфіка управління нововведеннями така, що з одного боку необхідно стимулювати висування якомога більшої кількості ідей, пов'язаних з інноваціями, забезпечити достатню свободу дій працівників інноваційного процесу, створити позитивну мотивацію праці, а з іншого – необхідно здійснювати контроль за інноваційним процесом у межах стратегічного планування [2].

Інновації сьогодні є ключовим чинником здобування конкурентної переваги, зростання, а також досягнення прибутків у підприємстві. Підприємства, які досягають успіхів у збільшенні прибутків, генерованих наявними технологіями і досягнутою інноваційністю, оволоділи вмінням в інших сферах бізнесу, таких як виробництво, дистрибуція, людські засоби, маркетинг або обслуговування клієнта.

Термін «інновація» може трактуватися в двох змістах. По-перше для окреслення нового продукту, процесу або системи, що мають потенціал реалізації та дифузії (статичний аспект). По-друге, для описання процесу, охоплюючи такі види діяльності, як дослідження, проектування, розроблення, організація виробництва, комерціалізація та поширення продукту, процесу або системи (динамічний аспект).

Інновації - це кінцевий результат інноваційної діяльності, у вигляді нового чи удосконаленого продукту або технологічного процесу, який наділено якісними перевагами при використанні та проектуванні, виробництві, збуті, використовується у практичній діяльності та має суспільну перевагу. [3] Отже існує певний алгоритм послідовного створення інновацій, який полягає у наступних етапах (таблиця 1).

Таблиця 1 - Етапи створення інновацій та їх зміст в інноваційній діяльності

Порядковий номер етапу	Назва етапу	Зміст
1	Генерування ідей	Результат розумового процесу, творчих здібностей, попередній відбір пріоритетних ідей
2	Експертиза ідей	Підготовка інформації, необхідної для прийняття відповідного рішення
3	Стартап	Процес виходу на ринок з інноваційним проектом
4	Ранній зріст	Процес пошуку та закріплення на ринку

Порядковий номер етапу	Назва етапу	Зміст
5	Розширений зріст	Розширення масштабів діяльності підприємства
6	Створення самостійного виробництва	Досягнення рівня незалежності, зріст обсягів випуску продукції

Отже, інноваційна діяльність вимагає рішення ряду завдань, пов'язаних у часі, з ресурсами і іншим параметрами, а саме – забезпечити довгострокове функціонування інноваційного процесу на основі ефективної організації всіх його складових елементів; випуск на ринок конкурентоспроможної інноваційної послуги, технології з найменшими затратами [4]. Тому кожен з етапів створення інновацій взаємопов'язаний один з одним, тобто успішна реалізація наступного етапу залежить від виконання попереднього.

Література.

1. Елизарьев А.А. Оценка и эффективное использование возможностей инновационного развития предприятия: ав-тореф. дис. на соискание ученой степени канд. эконом. наук: спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (упр. инновац. и инвест. деятельностью)» / А.А. Елизарьев. - Уфа, 2005. – 20 с.
2. Бідняк М. Н. Інноваційний рівень технологічних процесів виробництва на автомобільному транспорті / М.Н. Бідняк, О.П. Зімін, О.В. Мороз // Управління проектами, системний аналіз і логістика. – Режим доступу до журн.: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Upsal/2008_5/08bmmnct.pdf.
3. Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове і логістичне забезпечення. Монографія. – Львів: Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2002.-315 с.
4. Лапко О. Інноваційна діяльність в системі державного регулювання / О. Лапко. – К.: ІЕП НАНУ, 1999. – 254 с.

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОВ PR В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ В ИНТЕРНЕТЕ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Мирошниченко Я. О., магистр

Научный руководитель: Данилов А. Д., ст. преп.

Харьковский национальный университет радиоэлектроники

Для повышения эффективности работы и устойчивого развития, предприятия и организации проводят мероприятия позволяющие повысить их конкурентоспособность. Данные мероприятия предполагают совокупность мер по систематическому совершенствованию продукта, постоянному поиску новых каналов сбыта, новых групп потребителей, улучшению сервиса, повышению эффективности рекламы. В настоящее время, для того, чтобы фирма была конкурентоспособной по сравнению с ведущими предприятиями,