

взаємозв'язків структурних підрозділів, ефективності реалізації маркетингової діяльності тощо.

Підсумовуючи, варто зазначити, що підвищенню ефективності функціонування вітчизняних підприємств у сучасних умовах господарювання сприятиме застосування раціонального маркетингового управління, яке ґрунтується на розробці та реалізації маркетингової стратегії.

Список використаних джерел

1. Маркетинг підприємства: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова. – К.: Центр навч. літ., 2012. – 612 с.

2. Палка І.М. Вдосконалення системи управління маркетинговою діяльністю на підприємстві / І.М. Палка // Ефективна економіка. – 2015. – №11. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2015/25.pdf

*О. О. Беспрозванних,
аспірант НТУ «ХПІ»*

П. Г. Перерва

*доктор екон.наук, професор, завідувач кафедри менеджменту
інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин
НТУ «ХПІ»*

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСУВАННЯ ВИТРАТ НА ІННОВАЦІЇ

Прагнення України щодо набуття статусу повноправного члена європейської спільноти та вибір євроінтеграційного вектору розвитку обумовили загострення конкуренції з боку європейських виробників і спричинили необхідність структурної перебудови вітчизняної економіки в напрямі формування конкурентоспроможної економічної інфраструктури, здатної достойно представити нашу державу на європейській арені. Вирішення цього завдання обумовило необхідність запровадження інноваційної моделі розвитку національної економіки, пріоритетами якої є впровадження освітньої, наукової та науково-технічної діяльності, здійснення заходів з концентрації інвестиційних ресурсів на реалізації інноваційних проектів [1, 3].

В даному контексті доцільно дослідити особливості фінансування інновацій промисловими підприємствами. Динаміка розподілу інноваційних підприємств за джерелами фінансування витрат на інноваційну діяльність надано в табл.1.

Дані табл.1 свідчать про переважання в загальній сукупності інноваційних підприємств суб'єктів господарювання, які здійснювали фінансування інноваційних витрат за рахунок власних коштів, їх частка становить у 2010 р. – 59,4%, у 2012 р. – 63,9%, у 2013 р. – 72,9%, у 2015 р. – 97,2, у 2016 р. – 94,9%, у 2017 р. – 84,5%, у 2018 р. – 88,2%.

Таблиця 1

Розподіл джерел фінансування витрат на інноваційну діяльність [2]

| Період | Загальна сума витрат | Власні кошти | | Кошти державного бюджету | | Кошти іноземних інвесторів | | Інші джерела | |
|----------|----------------------|--------------|------|--------------------------|-----|----------------------------|------|--------------|------|
| | | млн. грн. | % | млн. грн. | % | млн. грн. | % | млн. грн. | % |
| 2010 рік | 8 046 | 4 775 | 59,4 | 87 | 1,1 | 2 411 | 30,0 | 772 | 9,6 |
| 2011 рік | 14 334 | 7 586 | 52,9 | 149 | 1,0 | 57 | 0,4 | 6 542 | 45,6 |
| 2012 рік | 11 481 | 7 336 | 63,9 | 224 | 2,0 | 995 | 8,7 | 2 926 | 25,5 |
| 2013 рік | 9 563 | 6 973 | 72,9 | 25 | 0,3 | 1 253 | 13,1 | 1 311 | 13,7 |
| 2014 рік | 7 696 | 6 540 | 85,0 | 344 | 4,5 | 139 | 1,8 | 673 | 8,7 |
| 2015 рік | 13 814 | 13 427 | 97,2 | 55 | 0,4 | 59 | 0,4 | 273 | 2,0 |
| 2016 рік | 23 230 | 22 036 | 94,9 | 179 | 0,8 | 23 | 0,1 | 991 | 4,3 |
| 2017 рік | 9117,5 | 7704,1 | 84,5 | 227,3 | 2,5 | 107,8 | 1,2 | 1078,3 | 11,8 |
| 2018 рік | 12180,1 | 10742,0 | 88,2 | 639,1 | 5,2 | 107,0 | 0,9 | 692 | 5,7 |

За результатами проведеного даного можна зробити наступні висновки:

- сучасний стан матеріально-технічного забезпечення вітчизняного бізнесу характеризується критично високим рівнем зношеності виробничих фондів, що обумовлює низьку конкурентоспроможність вітчизняної продукції на внутрішньому ринку та відсутність попиту на неї на зовнішніх торгових площах;

- сучасні реалії інноваційної діяльності в Україні характеризуються існуванням значного переліку організаційно-економічних механізмів комерціалізації науки та трансферу технологій;

- незважаючи на розмаїття форм взаємодії учасників інноваційно-інвестиційних процесів та їх значну чисельність, сьогодні спостерігається: зниження інноваційної активності промислових підприємств; невідповідність істотної частки пропонованих в Україні інновацій існуючому попиту, що обумовлює їх трансфер з-за кордону; незначна увага вітчизняними інноваційними підприємствами до організаційних та маркетингових інновацій як необхідних складових інноваційного потенціалу промислового підприємства в умовах глобалізації; переважання інновацій у низько-технологічному секторі виробництва, що обумовлює низьку наукоємність та невисоку вартість пропонованої національними товаровиробниками продукції; переважання в загальній сукупності інноваційних підприємств таких, що здійснюють фінансування інноваційних витрат за рахунок власних коштів, недостатність яких внаслідок зниження ефективності бізнесу через макроекономічну нестабільність в країні обумовлює падіння інноваційної активності підприємств.

Список використаних джерел

1. Про затвердження Програми розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні: Постанова КМУ №389 від 2 лютого 2011 р.

2. Сайт державної служби статистики України.- URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
4. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр.- Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017.– № 24 (1246).– С. 153-158.
5. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса // Учебное пособие - К.: ВИРА-Р, 1998.- 267с.
6. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.
7. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989.- 176с.
8. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии / Учеб.пособие.- Харьков : «Основа», 1993.- 288с.
9. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.
10. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // Економіка розвитку. – 2011. – № 4. – С. 116-120.
11. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). – Харьков : Фактор, 2009. – 480 с.
12. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592 с.

В. І. Бенчак,
магістр

І. В. Нагорна

*кандидат екон. наук, старший викладач кафедри економки та обліку
Харківського торговельно-економічного інституту КНТЕУ*

ОСНОВНІ АСПЕКТИ РЕГУЛЮВАННЯ ТА СКЛАДАННЯ КОНСОЛІДОВАНОЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Характерними ознаками сучасної вітчизняної економіки є об'єднання окремих суб'єктів господарювання у консолідовані групи, що складаються із материнських, дочірніх і асоційованих компаній. Консолідована фінансова звітність слугує різновидністю фінансової звітності і призначена для характеристики фінансового стану та фінансових результатів діяльності групи суб'єктів господарювання, що базуються на відносинах контролю. Складання