

рекламна політика; створення нової продукції, послуг; покращення якісних характеристик продукції; модернізація обладнання; всебічне зниження витрат; впровадження нових інформаційних технологій; впровадження нових фінансових і облікових технологій, необхідно розробити та реалізувати конкурентну стратегію підприємства. Все це необхідно для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства.

Література

1. Вікіпедія – вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/Конкурентоспроможність_підприємства.
2. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності на зовнішньому ринку [Електронний ресурс.] – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=67549>.
3. Можливості підвищення конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.com/1618040953672/ekonomika/mozhливosti_pidvischennya_konkurentospro_mozhnosti_pidpriyemstva

Осіна І.А., студентка
Поляков С.В., студент
(науковий керівник – канд. екон. наук,
доцент Сисоліна Н.П.)
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ІНФОРМАЦІЯ І БІЗНЕС

Інформація, що використовується в бізнесі повинна відповідати вимогам сьогодення.

Досліджуючи поняття «інформація» з огляду на її важливість для бізнесу, слід визнати, що найбільш регламентованою і на певний період достатньо однозначною є інформація про механізм регулювання діяльності компаній, оскільки економічні та адміністративні важелі держави встановлюються відповідними нормативними актами:

- законами, затвердженими законодавчою владою (Верховною Радою);
- декретами, що прийняті виконавчою владою (Кабінетом Міністрів);
- інструкціями, положеннями, рішеннями, що прийняті установами, які мають відповідні права (від державних міністрів до місцевих органів самоврядування).

При цьому інформація – це об'єкт цивільних прав, що належать до категорії нематеріальних благ. Згідно зі ст. 178 ЦК України, інформація може вільно відчужуватися або переходити за правонаступництвом чи успадковуватися іншим способом, якщо вона не вилучена із цивільного обороту чи не обмежена в ньому або є невід'ємною частиною фізичної чи юридичної особи.

Відзначимо, що цінність інформації визначається корисністю та здатністю її забезпечити суб'єкта необхідними умовами для досягнення ним поставленої мети.

Для бізнесу важливо враховувати переважно такі категорії інформації:

- важлива – незамінна та необхідна для діяльності; відновлення її після знищення неможливе або дуже трудомістке і пов'язане із великими витратами, а її помилкове застосування чи підроблення, спотворення й перекручування призводять до великих втрат;

- корисна – необхідна для діяльності, може бути відновлена без великих втрат, причому її модифікація чи знищення призводить до незначних втрат;

- конфіденційна – доступ до неї для частини персоналу або сторонніх осіб небажаний, оскільки може спричинити матеріальні й моральні втрати;

- відкрита – доступ до неї відкритий для всіх.

Для діяльності фірми важливою є інформація про:

- фінансовий стан;

- конкурентоспроможність продукції;

- чисельність і якість персоналу.

До інформації, що характеризує стан фірми, можна віднести:

- організаційно-правові характеристики: статус, форма власності, організаційна структура, наявність філій, торгова марка;

- виробничі потужності: розмір, структура, відповідність характеристиці нового товару;

- матеріальні ресурси: специфіка матеріальних ресурсів, розмір запасів, наявність і характеристика інформації, умови зберігання;

- трудові ресурси: чисельність персоналу, його склад і характеристики, джерела поповнення;

- організаційно-технологічні можливості: відповідність техніки, технології, організації виробництва вимогам до конкурентоспроможної продукції, наявність ліцензій і патентів;

- економічні характеристики: рентабельність, продуктивність праці, фінансовий стан;

- екологічні характеристики: рівень екологічної безпеки виробництва, можливості його сертифікації, атестації продукції;

- інші види інформації: кліматичні умови, наближеність до джерел ресурсів.

Розрізняють також інформацію: первинну, отриману безпосередньо у місцях її виникнення у процесі спеціальних досліджень, і вторинну - відомості за результатами досліджень, що проводилися раніше, аналітичні узагальнення (статистичні бюлетені, публікації, огляди).

Первинна інформація може бути отримана від:

- власного, створеного «під дослідження» підрозділу фірми;

- спеціалізованої консалтингової фірми (наприклад, агентство маркетингових досліджень);

- рекламного агентства.

Вторинну інформацію можна знайти у спеціалізованих виданнях («Маркетинг», «Все про бухгалтерський облік», «Вісник АПК», «Економіка України», «TheFinancialTimes» тощо), але найшвидше – за допомогою пошукових серверів Інтернету.

Так, основні макроекономічні показники в Україні розміщені на сайтах Державного комітету зі статистики. Тут можна знайти інформацію про розвиток сільського господарства, промисловості, інвестиційну та будівельну діяльність,

транспорт, структурні зміни, експорт, імпорт, споживчий ринок, ціни і тарифи, фінанси, грошові доходи, ринок праці, демографічну ситуацію та ін.

Отже, економічна, техніко-технологічна, соціальна, правова, статистична, екологічна інформація, безумовно, потрібні для формування фінансово-економічної політики приватних підприємств.

Остапенко І.В., студентка
(науковий керівник – докт. екон. наук,
проф. Семикіна М.В.)
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ПОНЯТТЯ І РОЛЬ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Світова економіка вступила в нову фазу, засновану на інформаційних технологіях, акцент переноситься на зв'язок та комунікації, і відповідно зростає роль не матеріального, а інтелектуального капіталу.

Виникнення інтелектуального капіталу, його функціонування забезпечується завдяки перетворенню знань, науки в безпосередню продуктивну силу. Саме інтелектуальний капітал нації дедалі більше перетворюється на провідний чинник економічного зростання та міжнародного обміну, радикальних структурних зрушень, стає головним у визначенні ринкової вартості високотехнологічних компаній та формуванні високого рівня конкурентоспроможності.

У процесі становлення в Україні ринкових відносин тенденції розвитку національної економіки до становлення виробництва науково-технічного типу висунули проблему інтелектуального капіталу та інтелектуальної праці.

Витоки теорії інтелектуального капіталу знаходяться у працях економістів минулих століть, економічні аспекти інтелектуального капіталу розглянуто в працях сучасних іноземних та вітчизняних економістів.

В умовах інформаційного суспільства інтелектуальний капітал визнається провідним ресурсом, наявність і використання якого є основою діяльності будь-якого індивіда, будь-якого економічного суб'єкта і впливає на його ефективне функціонування. Значущість цього фактора виробництва зростає з кожним днем, оскільки в сучасному світі пріоритет віддається інтелектуальній (творчій) діяльності індивідів. Основою суспільного розвитку людства визнаний «розумовий запас», тому проблема впливу інтелектуального капіталу на результати діяльності суб'єктів є досить актуальною в даний час.

Категорія «інтелектуальний капітал» є відносно новою і дуже складною, тому в сучасній економічній літературі мають місце досить істотні відмінності в її трактуванні:

- 1) як знання;
- 2) як нематеріальні активи;
- 3) як інтелектуальні активи, інтелектуальні ресурси.