

**Міністерство освіти і науки,
молоді та спорту України
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»
Белгородський університет кооперації, економіки і права
Білоруський торгово-економічний університет споживчої кооперації
Карагандинський економічний університет
Таджицький державний університет комерції
Кооперативно-торговельний університет Молдови**



**Матеріали
І Міжнародної науково-практичної
Інтернет-конференції
«Теорія і практика забезпечення
ефективного розвитку суб'єктів ринку»
20 листопада 2012 року**

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»
Белгородський університет кооперації, економіки і права
Білоруський торгово-економічний університет споживчої кооперації
Карагандинський економічний університет
Таджицький державний університет комерції
Кооперативно-торговельний університет Молдови

МАТЕРІАЛИ
І МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ
«ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ»

20 листопада 2012 року

Полтава
«ІнтерГрафіка»
2012

Організаційний комітет

Нестуля О. О., ректор Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», д.і.н., професор;
Карпенко О. В., проректор з наукової роботи та міжнародних зв'язків Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», к.е.н., професор;
Герман Н. В., директор навчального центру Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», доцент;
Березін О. В., завідувач кафедри економіки підприємства Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», д.е.н., професор;
Брітченко І. Г., директор Міжгалузевого інституту підвищення кваліфікації та перепідготовки спеціалістів Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», д.е.н., професор;
Пантелеймоненко А. О., директор Полтавського регіонального центру досліджень і сприяння розвитку кооперації, д.е.н., професор;
Іванова В. В., професор кафедри економіки підприємства Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», д.е.н. професор;
Карпенко Ю. В., доцент кафедри економіки підприємства Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», к.е.н.;
Дробиш Л. В., доцент кафедри економіки підприємства Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», к.е.н. доцент;
Сагалакова Н. О., доцент кафедри економіки підприємства Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», к.е.н. доцент.

Теорія і практика забезпечення ефективного розвитку суб'єктів ринку: матеріали I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 20 листопада 2012 р. – Полтава: ІнтерГрафіка, 2012. – 308 с.

ISBN 978-966-8419-64-5

У матеріалах I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Теорія і практика забезпечення ефективного розвитку суб'єктів ринку» висвітлено наукові здобутки з проблем формування стратегій суб'єктів ринку, розвитку ефективних взаємовідносин між ними; запропоновано шляхи запобігання кризовим явищам на підприємствах різних галузей економіки напрями забезпечення ефективного використання потенціалу суб'єктів ринку; механізми впровадження інноваційних технологій на підприємстві.

Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.

УДК 330.342.146: 330.131.5
ББК 65.011.3

ISBN 978-966-8419-64-5

© ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», 2012
© ТОВ «Видавництво «ІнтерГрафіка», 2012

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА	9
Panteleimonenko A., General characteristic of hybrid-type cooperatives for producers and consumers	10
Galor Z., Алексеева Н.И., Эффективность реализации принятых управленческих решений	13
Бабенко С.М., Стан та особливості аграрного сектору Дніпропетровського регіону	15
Безпартотний М.Г., Критерії формування стратегій торговельних підприємств	17
Березін О.В., Березін Л.М., Оптимізація	19
Борисова В.А., Стратегічне управління розвитком підприємств	21
Власенко Є. Ю., Чинники формування валютного курсу у сучасних умовах	23
Власова О.Ю., Стан і перспективи розвитку лізингу в Україні	24
Власюк О.І., Формування інвестиційної стратегії підприємства	26
Головінов М.І., Роль стратегічного планування у системі управління торговим підприємством	28
Животенко В.О., Методи зниження ризиків як основна складова механізмів антикризового управління аграрними підприємствами	30
Жук Ю.О., Основні напрямки розвитку стратегічного управління підприємствами готельного господарства	32
Зінченко О.М., Обревко Н.Г., Іванова О.М., Забезпечення ефективності функціонування підприємств роздрібною торгівлю споживчої кооперації	34
Інформаційні потоки як інструмент забезпечення конкурентоздатності туристичних підприємств	36
Карпенко О.В., Карпенко Д.В., Качула С.В., Чередник А.В., Македон В.В., Баканов Д.О., Маркіна І.А., Облік в управлінні розвитком суб'єктів господарювання	38
Формування інвестиційної стратегії банків в регіоні	40
Корпоративна стратегія викупу компанії менеджментом	42
Концептуальні основи розвитку підприємств плодоовочевого під комплексу	44
Олейнікова Л.Г., Реформування податкової системи з метою спрямування зусиль на підвищення рівня добровільної сплати податків	47
Павлик І.Л., Павлова В.А., Про взаємозв'язок базової стратегії та конкурентоспроможності підприємства	49
Реверчук Н.Й., Дзямулич О.С., Сагалакова Н.О., Посткризовий мотиваційний механізм активізації банківських працівників в Україні	53
Формування стратегії управління туристичним підприємством на основі концепції життєвого циклу тур-продукту	55
Саприкіна Л.М., Екологічно відповідальний розвиток Донецької області	57
Селівєрстова Л.С., Методика формування портфелю реальних інвестицій сучасної корпорації	59
Сисосенко І.А., Сучасні методи реалізації стратегії підприємства	61

<i>Хомицький А.І.</i>	<i>Гуртове торговельне підприємство як соціально-економічна система.....</i>	<i>63</i>
<i>Череп О.Г., Мошкіна О.М. Шевчук В.В.</i>	<i>Вплив проведення чемпіонату ЄВРО - 2012 на економічний розвиток регіонів..... Валютні операції та їх облік в Україні.....</i>	<i>65 66</i>
СЕКЦІЯ 2. РОЗВИТОК ВЗАЄМОВІДНОСИН СУБ'ЄКТІВ РИНКУ		71
<i>Березіна Л.М.</i>	<i>АПК та підприємства споживчої кооперації: напрями формування ефективних взаємовідносин.....</i>	<i>72</i>
<i>Бессонова Т.Н.</i>	<i>Место и направления развития объектов придорожного сервиса в республике Беларусь.....</i>	<i>74</i>
<i>Болдуєва О. В.</i>	<i>Залучення банківського капіталу до фінансування розвитку інфраструктури ринку цінних паперів.....</i>	<i>76</i>
<i>Бруньова І.Г</i>	<i>Удосконалення організаційної структури управління підприємства суб'єкта-зовнішньоекономічної діяльності.....</i>	<i>78</i>
<i>Бутенко Н.В.</i>	<i>Проблеми вдосконалення внутрішнього економічного механізму підприємства.....</i>	<i>80</i>
<i>Василькова Т. В., Жадан І. В. Власенко В.А.</i>	<i>Державна податкова служба України та великі платники податків: новий етап взаємовідносин..... Перспективні напрями удосконалення діяльності підприємств торговельної галузі системи споживчої кооперації України.....</i>	<i>82 84</i>
<i>Григораши О.М. Дзевєріна К.С.</i>	<i>Сектор малого бізнесу в умовах ринкових відносин..... Інституціональна складова економіко-правових взаємовідносин суб'єктів економіки.....</i>	<i>87 89</i>
<i>Дорош В.І.</i>	<i>Особливості сучасного етапу розвитку ресторанного господарства в Україні.....</i>	<i>91</i>
<i>Жадан І.В.</i>	<i>Державне регулювання діяльності великих платників податків як бюджетотворюючих суб'єктів ринку.....</i>	<i>93</i>
<i>Зінченко О.М.</i>	<i>Напрями забезпечення прибутковості функціонування підприємств роздрібно торгівлі споживчої кооперації на сільському споживчому ринку.....</i>	<i>95</i>
<i>Кореницина Т.В.</i>	<i>Стійкість підприємства як основа економічної стійкості регіону та країни.....</i>	<i>97</i>
<i>Корнілова О.В., Туяхова В.В. Місюкевич В.І.</i>	<i>Суспільна продуктивність та її визначення..... Особливості формування чинників впливу конкурентноздатності на ефективність діяльності суб'єктів на ринку.....</i>	<i>99 101</i>
<i>Миценко Н.Г.</i>	<i>Методи управління у формуванні економічного механізму адаптації інтегрованої системи до змін у ринковому середовищі.....</i>	<i>103</i>
<i>Мокєрова Н.В.</i>	<i>Взаємозв'язок розвитку споживчої кооперації та формування соціального капіталу.....</i>	<i>105</i>
<i>Обревко Н.Г.</i>	<i>Реформування відносин власності споживчої кооперації України.....</i>	<i>107</i>
<i>Одінцов О.М. Окорський В.П., Цецик Я.П., Ващук А.А.</i>	<i>Стратегія формування кластерів регіонального АПК..... Розвиток реклами у західній Україні: порівняльний аналіз минулого та сучасності.....</i>	<i>109 111</i>

<i>Печуляк Ю.С.</i>	<i>Можливості застосування та проблеми розвитку лізингу персоналу в Україні.....</i>	<i>113</i>
<i>Рощина Ю.В</i>	<i>Необходим еще один этап организационно-экономического реформирования аграрного природопользования.....</i>	<i>115</i>
<i>Труніна І.М. Финикупоуло В.А.</i>	<i>Прогнозування конкурентних переваг підприємства..... Эволюция проблемы потребителя в экономических учениях.....</i>	<i>117 119</i>
<i>Фоміна О.О.</i>	<i>Регулювання трудових відносин підприємства на засадах відповідальності.....</i>	<i>122</i>
<i>Циплюк Д.Ю.</i>	<i>Оподаткування операцій з придбання іноземної валюти для розрахунків із постачальником-нерезидентом.....</i>	<i>124</i>
<i>Череп А.В.</i>	<i>Чинники впливу вибору методичних підходів до оцінки ефективності реалізації проектів.....</i>	<i>127</i>
<i>Шульженко Л.Є</i>	<i>Принципові основи побудови відносин у стратегічному альянсі.....</i>	<i>129</i>
<i>Яременко С.С., Сотничук А.С.</i>	<i>Нестандартная реклама как инновационная технология укрепления взаимоотношений субъектов рынка.....</i>	<i>131</i>
СЕКЦІЯ 3. ШЛЯХИ ЗАПОБІГАННЯ КРИЗОВИМ ЯВИЩАМ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....		134
<i>Березін О.В.</i>	<i>Інтеграційні аспекти розвитку споживчої кооперації.....</i>	<i>135</i>
<i>Біловол Р.І.</i>	<i>Формування антикризових заходів на підприємстві.....</i>	<i>137</i>
<i>Богацька О.Я.</i>	<i>Проблеми та перспективи розвитку спиртової галузі.....</i>	<i>139</i>
<i>Брітченко І.Г. Шелест С.О.</i>	<i>Удосконалення економічного механізму формування цін на послуги споживчої кооперації України.....</i>	<i>141</i>
<i>Животенко В. О., Сокол Н. А. Карпенко Ю. В.</i>	<i>Формування системи антикризового управління суб'єктами господарювання..... Диференціація цін на підприємствах туристичного бізнесу: напрями та особливості застосування.....</i>	<i>143 145</i>
<i>Качанова Т. Є.</i>	<i>Механізм фінансової реструктуризації хімічних підприємств.....</i>	<i>147</i>
<i>Копитко М. І.</i>	<i>Причини корупції в українському суспільстві як чинника загроз безпеці підприємницьких структур.....</i>	<i>149</i>
<i>Кушнір Т.Б.</i>	<i>Причини та шляхи подолання кризових явищ на підприємствах роздрібно торгівлі.....</i>	<i>151</i>
<i>Лазаришина І.Д., Мосійчук М.М. Левітан І.А.</i>	<i>Засади і проблеми формування організаційної стратегії економічного аналізу на підприємстві..... Стратегічний контроль маркетингу у вирішенні питань попередження кризових явищ на підприємстві.....</i>	<i>153 155</i>
<i>Лозинський В.Т.</i>	<i>Проблеми втрат товарів у сфері торгівлі в умовах застосування активних методів продажу.....</i>	<i>157</i>
<i>Мамасва Г.С.</i>	<i>Формування системи управління стійким розвитком торговельного підприємства на основі процесного підходу.....</i>	<i>159</i>
<i>Маховка В.М.</i>	<i>Комплексна діагностика підприємства як метод запобігання кризовим явищам.....</i>	<i>161</i>
<i>Мельничук Д.П. Коровчук Л.І. Осадчук Ю. М.</i>	<i>Дискримінаційні практики на ринку праці: форми, прояви, суспільні виклики..... Удосконалення системи забезпечення фінансового менеджменту підприємств і організацій споживчої кооперації.....</i>	<i>163 165</i>

погляду держави. З погляду держави, в Україні діє вигідна схема – державна монополія на виробництво спирту, а держмонополія на виробництво спирту у принципі не може бути збитковою. В «Укрспирті» є три проблеми – закупівля, виробництво та реалізація. Проте, сама держмонополія на спирт проблемою не є, і її у жодному разі не можна скасовувати. Треба провести реорганізацію, зробити концерн «Укрспирт» самостійним суб'єктом господарювання і вирішити усі основні проблеми, зокрема:

1. Призначити менеджерів, які не крадуть і роботу яких реально перевіряють усі компетентні органи.
2. Залучити інвестиції та модернізувати виробництво – під держмонополію на спирт знайти кредити не є проблемою.
3. Побудувати єдину систему збуту, вийти на зовнішні ринки.

Характеризуючи діяльність підприємств спиртової галузі можна відзначити за останні роки негативну динаміку щодо зменшення обсягів виробництва спирту. І головною причиною цієї ситуації є відсутність достатньої кількості нарядів на відвантаження виробленого спирту, а це спричиняє дефіцит обігових коштів на підприємствах та наростання кредиторської заборгованості.

У зв'язку із ситуацією, яка складається навколо спиртових заводів є пропозиція частину їх репрофілювати на виробництво інших видів продукції, у тому числі біопалива. Але для реалізації цього необхідна відповідна нормативна база та державна участь у фінансуванні таких заходів.

У даний час з метою зменшення залежності України від наукомістких технологій зарубіжних країн та покращення ефективності роботи спирто-горілчаної галузі на основі інноваційного розвитку ми бачимо майбутню перспективу інституту у реалізації таких основних напрямів [1]:

1. Створення програми інтегрованого виробництва біоетанолу та цукру з цукрового буряка в умовах цукрового заводу.
2. Розробка науково-обґрунтованої безперервної технології біоетанолу замкнутого циклу з найбільш раціональним використанням складових природної сировини та енергетичних ресурсів.
3. Розробка комплексної технології переробки кукурудзи у спирти харчового і технічного призначення, кукурудзяну крупу і глюкозні сиропи.
4. Розробка наукових основ і технології кондиціонування технологічної води для виробництва спирту етилового на стадіях зброджування і ректифікації.

5. Розробка сучасної наукомісткої біотехнології виробництва біопалива другого покоління з використанням лігніно-целюлозної біомаси на основі ферментів целюлазного комплексу.

6. Дослідження і розробка сучасного високопродуктивного наукоємного обладнання.

1. Кизюн Г.О. Сучасний стан впровадження енергозбережних технологій в спиртовій галузі України / Г.О. Кизюн, О.С. Міщенко, В.О. Берестецький // Энергосбережение. – 2012. – № 4. – С. 16-18.

*Брітченко І.Г., д. е. н., професор,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,
м. Полтава*

*Шелест С.О., викладач,
Державний професійно-технічний навчальний заклад
«Білгород-Дністровської професійний будівельний ліцей»,
м. Білгород-Дністровський*

УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ЦІН НА ПОСЛУГИ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Для споживчої кооперації, яка є багатогалузевою організацією, особливе значення має задача призначення ціни на свої товари і послуги. Це особливо актуально у сучасних умовах, коли внаслідок зниження купівельної спроможності, зменшення норми прибутку для успішної діяльності будь-якого підприємства споживчої кооперації найбільше значення має послідовна реалізація ефективної цінової стратегії та оперативне ухвалення управлінських рішень.

Зрозуміло, що попит багато у чому визначає стратегію і тактику організації виробництва і збуту товарів і послуг. Облік попиту, обґрунтоване прогнозування його на короткострокову і довгострокову перспективу – одна з найважливіших задач служб маркетингу кооперативних організацій.

Для постійного обліку і аналізу рівня цін у динаміці потрібно застосувати реєстрацію цін усередині системи. У даний час існує дві концепції реєстрації цін: преїскурантна і вибіркова концепція реєстрації цін. При цьому формування обліку цін має здійснюватися за наступною схемою: вибірка у часі; вибір товару і вибірка за

територією. При реєстрації цін важливо, щоб до складу реєстрованої ціни не включалися додаткові витрати кооперативних організацій над ціну виробництва, які приводяться у платіжних документах. Найточнішим з методів, що використовують споживчі товариства, є метод суцільної ідентифікації. Цей метод звичайно застосовують у торгівлі товарами, що мають обмежений термін зберігання, коли кожна партія товару ураховується відособлено.

Незалежно від того, яким чином формуються ціни на продукцію, підприємства підходять до питання процесу ціноутворення згідно з єдиною схемою визначення ціни. Зміст цієї роботи включає: визначення цілей і задач, які ставить перед собою кооперативне підприємство для встановлення цін на ринку; збір і аналіз інформації внутрішнього і зовнішнього середовища господарювання; процеси ухвалення рішення щодо цін; особливості реалізації стратегії в області цін на різних територіальних ринках, сегментах ринку; оцінка наслідків застосування стратегії.

У залежності від особливостей товару, розмірів і фінансової міці підприємства-продавця, цілей, що вона ставить, для розрахунку ціни можуть бути використані різні методи. У даний час найбільш широко застосовуються витратні і маркетингові методи ціноутворення. Але, для визначення ціни необхідно, на нашу думку, обов'язково поєднати ці два методи ціноутворення, які б передбачали врахування як витрат, так і цінності товару або економічного ефекту від його використання споживачем.

Для розуміння економічного механізму формування цін на послуги споживчої кооперації необхідно зрозуміти, що на величину попиту на товар робить вплив не тільки зміна його ціни і цін інших товарів, але і зміна доходів споживачів. У цьому випадку необхідно розраховувати коефіцієнти еластичності за ціною, які підрозділяються на декілька видів: коефіцієнт прямої еластичності попиту за ціною, коефіцієнт перехресної еластичності попиту за ціною, коефіцієнт еластичності попиту по доходу. Інтерес представляє і той факт, що ступінь взаємозамінності товарів різний залежно від того, зміна попиту на який з них від ціни іншого вивчається. Таким чином, знання коефіцієнта перехресної еластичності дозволяє виробникам взаємозамінних видів продукції достатньо точно визначати об'єм виробництва одного виду продукту при передбачуваній зміні цін на інший вигляд.

Дані про еластичність попиту необхідні при ухваленні рішень про перегляд цін, його спрямованості і ступеня зміни цін на окремі

товари. Це дозволяє проводити обґрунтовану політику цін як з погляду комерційної вигоди, так і підвищення рівня життя населення. Використовування цих даних дає можливість виявити реакцію споживача на зміну ціни, підготувати виробництво до зміни попиту, здійснити регулювання ринку.

Інформація про еластичність попиту може також використовуватися при встановленні рівня потоварного податку (акцизу), ухваленні рішень про відповідну маркетингову політику кооперативної організації, проведення різних операцій на зовнішньому ринку (експортно-імпортних операцій, операцій з валютними курсами тощо).

1. Ватаманюк О.З. Мікроекономіка: навч. посібн / О.З Ватаманюк. – Львів: Інтелект-Захід, 2004. – 176 с.
2. Олійник В.П. Роль стратегічного планування для підприємств споживчої кооперації / В.П. Олійник // Науковий вісник Полтавського Університету споживчої кооперації України. – 2007. – № 1 (21). – С. 93.
3. Герасименко В.В. Ценообразование: учеб. пособие / В.В.Герасименко. - М.: Инфра-М, 2005. – 422 с.
4. Литвицький В. Споживчі ціни: оцінка й пропозиції / В. Литвицький // Урядовий кур'єр. – 2006 р. – 26 червн. – С.9.
5. Пінішко В.С. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. / В.С. Пінішко. – Львів: Інтелект-Захід, 2006. – 488 с.

*Животенко В. О., к. е. н., ст. викладач,
Сокол Н. А., студент-магістр,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,
м. Полтава*

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Антикризове управління є визначальним чинником економічного розвитку не лише окремого підприємства, а і країни у цілому. Система антикризових заходів дозволяє створювати необхідні умови для стабілізації, подальшого розвитку та активізації діяльності підприємства не лише на національному ринку, а і на зовнішніх ринках. Таким чином, актуальність даної теми за умов сучасного стану економіки підтверджується необхідністю детальнішого вивчення та обґрунтування.

Виходячи з цього, слід зазначити, що антикризове управління

Формат 84x60/16. Папір офсетний. Друк офсетний.
Гарнітура Times New Roman.
Ум.друк.арк. – 17,67. Обліково видавн. арк. – 15,6.
Замовлення № 12. Наклад 500 прим.

Друк ТОВ «Видавництво «Інтерграфіка».
Україна, м.Полтава, 36008,
Вул..Кагамлика, 78
тел.: 50-63-53

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
Серія ДК № 1300 від 27.03.2003