

**Науково-дослідний економічний інститут
Міністерства економічного розвитку і торгівлі України**

ФОРМУВАННЯ РИНКОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

**Збірник наукових праць
№1 (164)**

Київ 2015

Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць
Вип. 1 (164) / Наук. ред. І.Г. Манцуров. – К., 2015. – 167 с.

Рекомендовано Вченою радою НДЕІ

Протокол №13 від 09 грудня 2014 року

Збірник статей присвячено науковим здобуткам молодих науковців – аспірантів та здобувачів наукових ступенів кандидата та доктора економічних наук. Він охоплює широкий спектр проблем із таких напрямів:

- макроекономічні аспекти сучасної економіки;
- інноваційно–інвестиційна політика;
- економічні проблеми розвитку галузей та видів економічної діяльності;
- розвиток регіональної політики;
- соціально–трудова проблеми.

Розраховано на науковців і спеціалістів, які займаються питаннями управління економікою та вивчають теорію та практику формування ринкових відносин в Україні.

Відповідно до Наказу Міністерства освіти і науки України від 06.11.2014 № 1279 даний збірник віднесено до наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук (перелік №1, розділ «Економічні науки»).

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

І.Г. МАНЦУРОВ, доктор економічних наук, професор (головний науковий редактор)

А.О. СІГАЙОВ, доктор економічних наук, професор (заст. наукового редактора)

В.Ф. БЕСЕДІН, доктор економічних наук, професор

В.М. ЛИЧ, доктор економічних наук, професор

В.І. ПИЛА, доктор економічних наук, професор

О.Ю. РУДЧЕНКО, доктор економічних наук, професор

О.С. ЧМИР, доктор економічних наук, професор

М.М. ШАПОВАЛОВА, кандидат економічних наук

РЕЦЕНЗЕНТИ

Ю.В. ГОНЧАРОВ, доктор економічних наук, професор

Формування ринкових відносин в Україні, 2015. Реєстраційний № KB 5350 від 01.08.2001 року.

© Науково–дослідний економічний інститут, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, 2015

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

в Україні. Разом із тим така політика повинна проводитися економічно обґрунтовано, з урахуванням оптимальної структури посівних площ залежно від територіальних та природно-кліматичних особливостей регіонів держави.

Висновки

Таким чином, у ході прогнозування попиту на сою в Україні у середньостроковій перспективі визначено прогнозний рівень споживання сої населенням на харчові цілі; витрати сої на посів, на корм та нехарчові цілі, а також її втрати. Проведені прогнозні розрахунки засвідчили, що навіть при песимістичному прогнозі попит на сою в Україні значно перевищуватиме сучасний обсяг її виробництва. Спрогнозований дефіцит пропозиції на соєвому ринку в середньостроковому періоді загострює актуальність визначення оптимальних розмірів посівних площ під соєю, що є перспективою подальших досліджень у даному напрямі.

Список використаних джерел

1. Бабич А.О. Сучасне виробництво і використання сої / А.О. Бабич. – К.: Урожай, 1993. – 432 с.

2. Бабич А. Соевий пояс і розміщення виробництва сортів сої в Україні / А. Бабич, А. Бабич-Побережна // Пропозиція. – 2010. – №4. – С. 52–56.

3. Заверюхин В.И. Производство и использование сои / Заверюхин В.И., Левандовский И.П. – К.: Урожай, 1988. – 112 с.

4. Петриченко В.Ф. Виробництво та використання сої в Україні / В.Ф. Петриченко // Вісник аграрної науки: Науково-теоретичний журнал Української академії аграрних наук. – 2008. – №3. – С. 24–27.

5. Беляев О.В. Ринок сої та продукції її переробки в Україні / О.В. Беляев // Зб. наук. праць Луганського держ. аграр. ун-ту / За ред. В.Г. Ткаченко. – Луганск: Вид-во «Элтон», 2002. – №14(26). – 446 с.

6. Заболотний О.Г. Проблеми підвищення ефективності виробництва сої і технології її переробки: монографія / О.Г. Заболотний. – Вінниця: Книга-Вега, 2006. – 168 с.

7. Статистичний щорічник України за 2010 рік / За ред. О.Г. Осаченка / Державний комітет статистики України. – К.: Видавництво «Консультант», 2008. – 572 с.

8. Статистичний щорічник України за 2013 рік / За ред. О.Г. Осаченка / Державний комітет статистики України. – К.: Видавництво «ТОВ «Август Трейд». – 559 с.

УДК 338.12

О.К. ПИЛИПЕНКО,

студентка, Київський національний університет технологій та дизайну,

Є.О. ДІДЕНКО,

к.е.н., доцент, Київський національний університет технологій та дизайну

Управління диверсифікацією на підприємстві

Проведено аналіз сутності диверсифікації діяльності підприємства та розкрито особливості її основних видів. Сформовано механізм впровадження диверсифікації на підприємстві. Розроблено алгоритм управління впровадженням стратегії диверсифікації діяльності підприємства.

Ключові слова: диверсифікація, ефективність, стратегія, управління підприємством.

О.К. ПИЛИПЕНКО,

студентка, Киевский национальный университет технологий и дизайна,

Е.А. ДИДЕНКО,

к.э.н., доцент, Киевский национальный университет технологий и дизайна

Управление диверсификацией на предприятии

Проведен анализ сути диверсификации деятельности предприятия и раскрыты особенности ее основных видов. Сформирован механизм внедрения диверсификации на предприятии. Разработан алгоритм управления внедрением стратегии диверсификации деятельности предприятия.

Ключевые слова: диверсификация, эффективность, стратегия, управление предприятием.

О.К. PILIPENKO,

student, Kyiv National University of Technologies and Design,

E.O. DIDENKO,

Ph.D., Associate Professor, Kyiv National University of Technologies and Design

The management of diversification of enterprise

In article analyzed the essence of the diversification of the company and discovered its basic types. For meda mechanism of implementation of diversificatio nin the enterprise. In article presented the algorithm of management of implementation of the diversification strategy of the company.

Keywords: diversification, efficiency, strategy, management of enterprise.

Постановка проблеми. Стабільний розвиток суб'єкта господарювання, рівень його економічної безпеки та потенціалу значною мірою визначаються вчинням підприємства пристосовуватися до умов функціонування на ринку. Важливе місце в цьому питанні належить диверсифікації діяльнос-

ті, що дозволяє зменшити рівень ризику господарювання та створює можливість гнучко реагувати на зміни умов зовнішнього оточення.

Загальновідомим є зростання рівня ризику у разі залежності діяльності підприємства від одного напрямку функціонуван-

ня, одного постачальника сировини та матеріалів, одного ринку збуту тощо. Саме впровадження диверсифікації підприємством дозволяє нейтралізувати низку загроз, пов'язаних з цим.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Дослідженню проблем інновацій та інноваційної діяльності присвячена низка праць зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема В. Андрійчука, Л. Балабанової, Р. Гріфіна, А. Денисова, М. Корінько, Я. Монденої, А. Томпсона, А. Стрикленда, Дж. Уельса, К. Фішера, А. Шнейдера та ін. В їхніх працях представлено бачення сутності диверсифікації як процесу, так і як стратегії господарської діяльності, наведені основні її види, фактори, що впливають, та ризики, що супроводжують.

Незважаючи на значну кількість наукових праць та проведені дослідження у сфері диверсифікації діяльності підприємств, на даний момент відсутній універсальний механізм впровадження її у господарській діяльності підприємств. Актуальним залишається питання розробки теоретико-методичного інструментарію управління диверсифікацією на підприємстві.

Мета статті полягає у формуванні механізму впровадження диверсифікації та розробці алгоритму управління процесом реалізації стратегії на підприємстві.

Виклад основного матеріалу. Диверсифікація як інструмент використання переваг комбінування, проникнення в нові високорентабельні галузі, забезпечує компенсацію зниження прибутку на ринку одних товарів за рахунок високих прибутків на інших ринках. Тому диверсифіковані підприємства мають вищу ринкову стійкість і конкурентоспроможність, ніж вузькоспеціалізовані, оскільки вони можуть спрямовувати капітал у найприбутковіші галузі [1].

Загалом диверсифікація – це поширення господарської діяльності на нові сфери (розширення асортименту продукції, видів послуг, географічної сфери діяльності тощо) [1, 3]. Підприємства, які обирають стратегію диверсифікації, намагаються виробляти більше модифікацій продукції, щоб досягти якомога вищого ефекту масштабу [4].

Якщо систематизувати визначення поняття диверсифікації, наведені в іноземній літературі такими авторами, як А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд, Р. Гріфін, К. Фішер [6], то їх можна звести до такого: диверсифікація – це розширення номенклатури товарів або послуг підприємства за рахунок споріднених чи нових, які можуть виготовлятися і реалізовуватися з використанням існуючого потенціалу, а також розвиток діяльності підприємства в абсолютно нових для нього галузях.

Більшість іноземних науковців погоджуються в тому, що диверсифікація необхідна лише тоді, коли потенціал зростання

в галузі починає скорочуватися, а поки підприємство отримує прибутки, використовуючи можливості однієї галузі, то в диверсифікації немає ніякої необхідності. Зокрема, А.А. Томпсон зазначає, що диверсифікація не повинна бути стратегічно пріоритетною до тих пір, поки підприємство не вичерпає всі можливості для зростання у своїй сфері діяльності. Диверсифікація розглядається лише як засіб подальшого розвитку підприємства, коли стає тісно в окреслених ринком рамках [6].

Деяко різняться підхід до формулювання поняття диверсифікації вітчизняними науковцями. Якщо синтезувати погляди наших вчених на диверсифікацію, то отримуємо таке визначення: диверсифікація – це поширення виробничої і комерційної діяльності підприємства за межі властивої йому спеціалізації, на інші галузі економіки і господарської сфери, які не пов'язані між собою прямою виробничою кооперацією і не конкурують між собою з метою зменшення ризику від втрат, коли ведення одного бізнесу незадовільне [2, 4]. Як бачимо, саме визначення диверсифікації вказує на те, в чому вбачається її основний зміст, а саме – захист від ймовірного ризику. В основному вітчизняні підприємства звертаються до диверсифікації, коли поточний бізнес дає такий обсяг прибутку, який може бути спрямований із основного напрямку діяльності в інший. При цьому, незважаючи на вид диверсифікації, розмір підприємства та його потенціал, сама диверсифікація розглядається вітчизняними науковцями в основному як антикризовий захід або елемент процесу ризик-менеджменту, і у цьому полягає певна односторонність сприйняття наслідків даного процесу.

Представимо класифікацію видів диверсифікації (рис. 1).

Зазвичай дослідження стосуються лише товарної диверсифікації у контексті конкуренції виробників на товарних ринках, яка розглядається як урізноманітнення товарів і товарообмінних операцій. Залежно від ієрархічного рівня у відносинах підприємства з ринком розмежовано два взаємозв'язаних поняття: товарна диверсифікація виробництва, тобто виробнича, що полягає у розширенні номенклатури й асортименту товарів, та диверсифікація товарного ринку, яка передбачає збільшення торговельних альтернатив, з одного боку, купівлі, а з іншого – продажу товарів [5]. Ринкова диверсифікація залежить від виробничої та кількості учасників ринку, якими виступають виробники, посередники і споживачі.

Своєю чергою, з метою зменшення диверсифікованих ризиків і стабілізації фінансово-господарської діяльності підприємства диверсифікують також джерела і умови постачання засобів виробництва, нематеріальні активи, канали розподілу і способи стимулювання збуту продукції тощо [3].

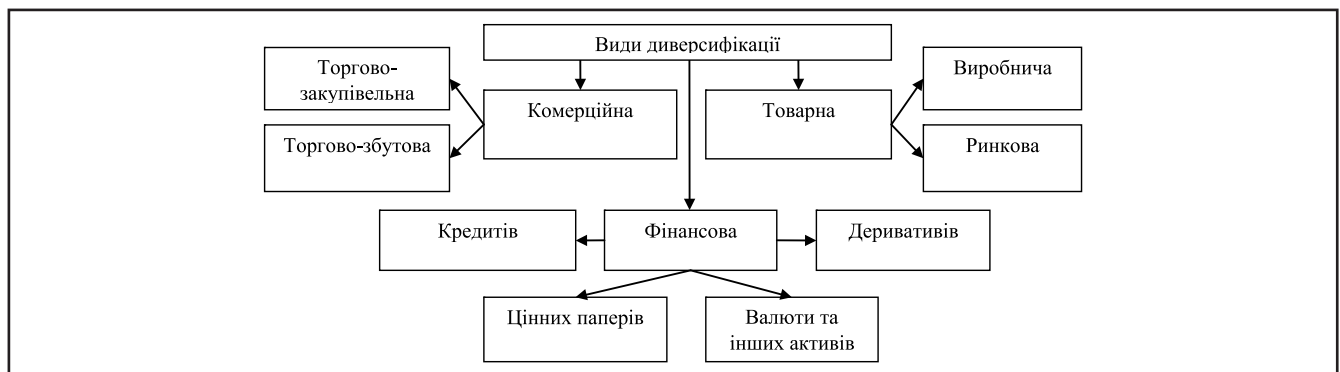


Рисунок 1. Класифікація видів диверсифікації

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Отже, існує декілька визначень поняття «диверсифікація», але всі вони мають основну цільову орієнтацію, якою виступає придбання підприємством додаткової економічної стійкості і стабільності економічного розвитку.

Диверсифікація може здійснюватися такими шляхами [3, 4]:

- через внутрішній ринок капіталів;
- реструктуруванням;
- передаванням специфічних знань та вмій між стратегічними зонами господарювання;
- поділом функцій чи ресурсів.

Диверсифікація за допомогою внутрішнього ринку капіталів виконує ті ж функції, що і фондовий ринок. При внутрішньому ринку капіталів головний офіс відіграє такі головні ролі [2]:

- виконання функцій стратегічного планування, що полягають у визначенні портфеля стратегічних зон господарювання підприємства;
- визначення фінансових цілей і відстеження діяльності цих зон;
- розміщення корпоративних капіталів серед конкуруючих стратегічних зон.

Слід відзначити, що на вітчизняних підприємствах зазвичай диверсифікація здійснюється за такими напрямками [1, 2, 5]:

1. Вертикальна диверсифікація у більшості підприємств проходить еволюційно як закономірний етап розвитку бізнесу. Во-

на здійснюється з метою захисту підприємства від непередбачуваних ситуацій з діловими партнерами (постачальниками, посередниками тощо). Надзвичайно популярним в Україні є налагодження випуску сировини, комплектуючих, а також налагодження власної мережі збуту споживачам продукції.

2. Горизонтальна диверсифікація для вітчизняних підприємств є більш проблематичною, адже передбачає пошук можливостей зростання на існуючому ринку за рахунок нової продукції, яка потребує нової технології, відмінної від тієї, що використовується. При такій стратегії підприємство має орієнтуватися на виробництво таких, можливо, навіть технічно непов'язаних продуктів, які б використовували вже існуючі можливості, наприклад у сфері постачання. Важливою умовою реалізації даної стратегії є попередня оцінка підприємством власної компетенції у виробництві нового продукту.

3. Щодо непов'язаної диверсифікації, то вона зустрічається у вітчизняній практиці нечасто, особливо у сфері малого і середнього бізнесу, оскільки вимагає значних фінансових ресурсів, серйозної професійної підготовки менеджерів підприємства. Це пояснюється тим, що зазначені умови є найслабкішою ланкою у діяльності вітчизняних підприємств.

Як бачимо, диверсифікацію варто розглядати як стратегію. Вона передбачає освоєння виробництва нових товарів, товарних ринків, а також видів послуг, що включає не просто

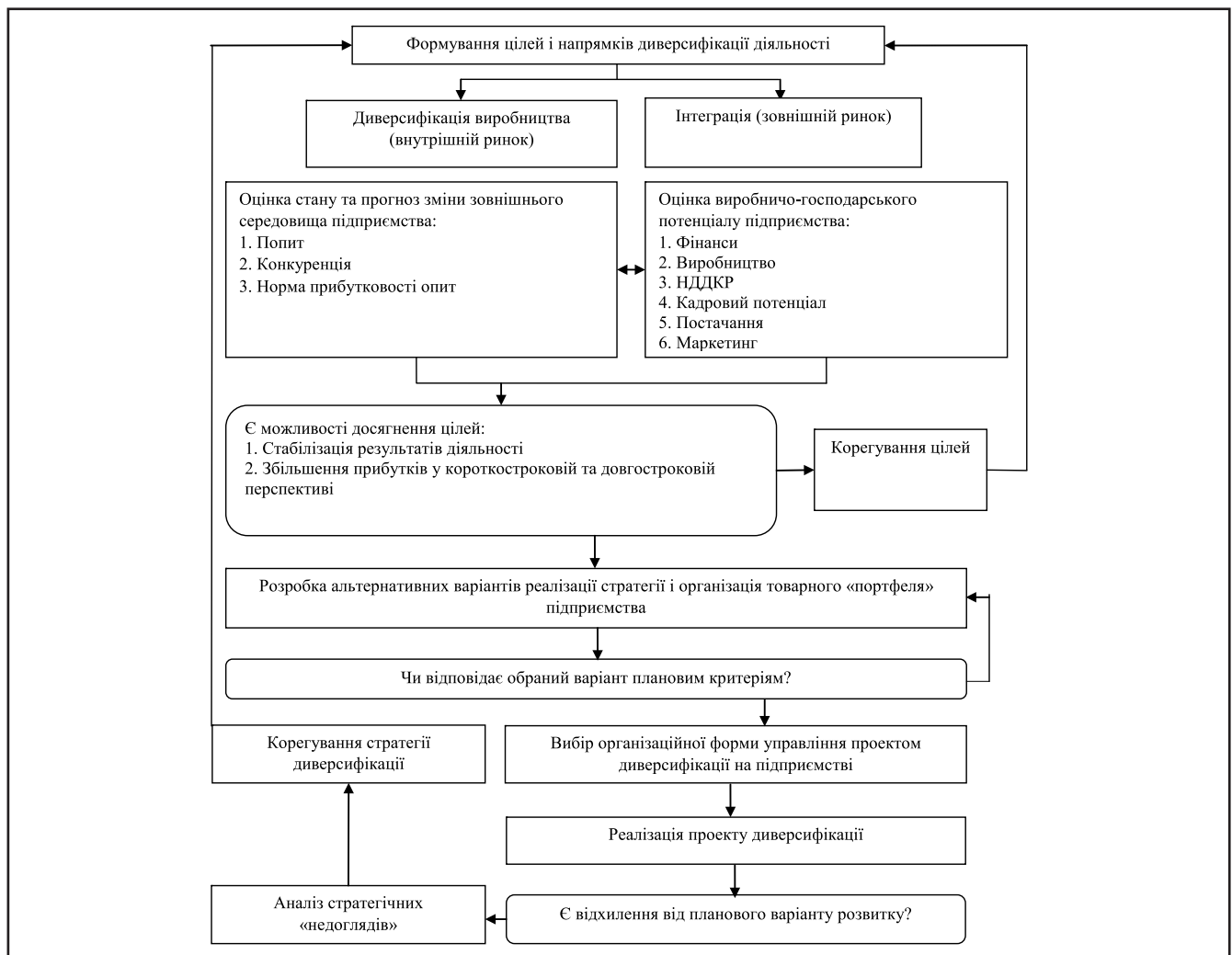


Рисунок 2. Механізм впровадження стратегії диверсифікації на підприємстві

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

диверсифікацію товарних груп, але й розповсюдження підприємницької діяльності на нові та не пов'язані з основними видами діяльності сфери. Її варто розглядати як систему заходів, що використовується задля того, щоб підприємство не стало занадто залежним від одного стратегічного господарчого підрозділу чи однієї асортиментної групи продукції.

Стратегія диверсифікації передбачає розробку нових видів продукції одночасно з освоєнням нових ринків. При цьому товари можуть бути як новими для всіх підприємств, працюючих на цільовому ринку, так і тільки для даного підприємства. Така стратегія забезпечує прибуток, стабільність і стійкість розвитку підприємства у майбутньому. Вона є найбільш ризикованою та потребує значних витрат. Займатися диверсифікацією підприємства змушує низка причин, серед яких одними з головних є прагнення зменшити або розподілити ризик, а також бажання піти з ринків, що стагнують, та отримати фінансові вигоди від роботи у нових сферах. Останні два чинники, а саме стагнуючий ринок і прагнення освоїти нові області діяльності, є головними причинами диверсифікації українських підприємств. Диверсифікація передбачає виявлення саме того ви-

ду діяльності, в якому можна найбільш ефективно реалізувати конкурентні переваги підприємства [6].

Дослідження існуючих теоретико-методичних засад дозволяє сформувати механізм впровадження диверсифікації на підприємстві, який представлено на рис. 2.

Процес диверсифікації на підприємстві передбачає [4]:

1. Визначення системи економічних інтересів суб'єкта господарювання, які пов'язані з диверсифікацією діяльності.
2. Визначення особливостей товару або послуг, що буде отримано в результаті реалізації проекту диверсифікації.
3. Визначення ринкових чинників, які впливають на ефективність процесу диверсифікації на даному етапі функціонування, а також можуть вплинути у майбутньому.
4. Визначення економічної ефективності або соціального ефекту від реалізації проекту диверсифікації.

Основними факторами, що зумовлюють вибір підприємствами стратегії диверсифікації, виступають [6]:

- ринки знаходяться у стані насичення або ж скорочення попиту на продукцію внаслідок того, що продукт перебуває у стадії «вмирання»;

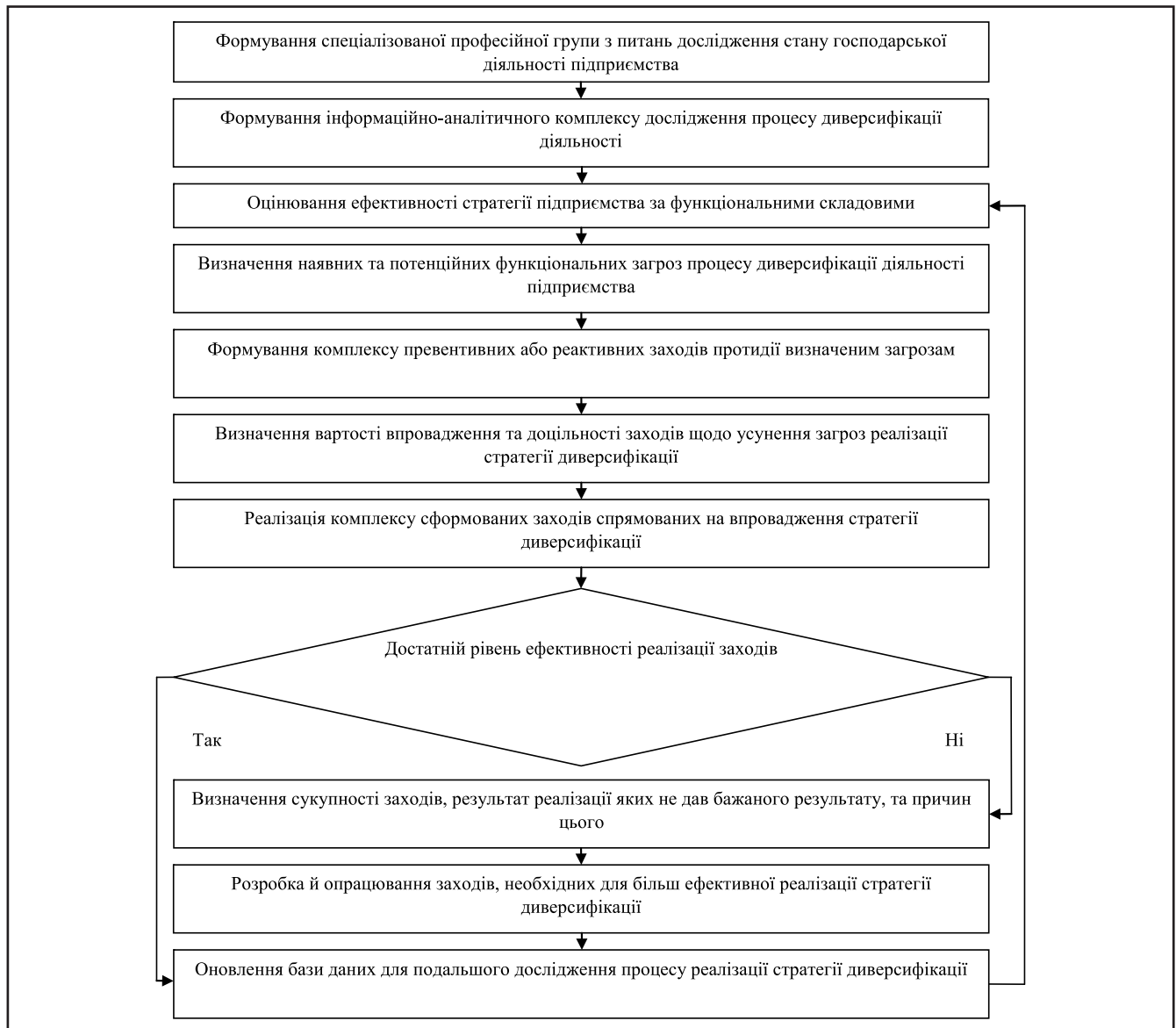


Рисунок 3. Алгоритм управління процесом реалізації стратегії диверсифікації діяльності підприємства

– поточна діяльність забезпечує отримання коштів, що можуть бути вигідно вкладені у інші сфери бізнесу;

– нова діяльність може викликати синергійний ефект за рахунок кращого використання устаткування, сировини тощо;

– антимонопольне регулювання не дозволяє подальшого розширення діяльності у рамках певної галузі;

– можуть бути скорочені втрати від податків, полегшений вихід на світові ринки, залучені нові кваліфіковані службовці або ж краще використаний потенціал наявних менеджерів.

Основними стратегіями диверсифікації виступають [3, 4, 6]:

1. Стратегія концентрованої диверсифікації яка базується на пошуку і використанні додаткових можливостей виробництва нових продуктів в існуючій діяльності. Тобто існуюче виробництво залишається в центрі діяльності, а нове виникає виходячи з можливостей освоєного ринку, використаної технології або ж інших сильних сторін функціонування суб'єкта підприємництва.

2. Стратегія горизонтальної диверсифікації припускає пошук можливостей зростання на існуючому ринку за рахунок нової продукції, що вимагає нової технології, відмінної від тієї, що застосовується. За такої стратегії підприємство має орієнтуватися на виробництво таких технологічно не пов'язаних продуктах, які б базувалися на використанні вже наявних можливостей підприємства. Оскільки новий продукт має бути орієнтований на споживача основного продукту, за якими він має бути супутнім продуктам, що вже виробляються підприємством на даному етапі.

3. Стратегія конгломератної диверсифікації полягає у тому, що підприємство розширюється за рахунок виробництва технологічно непов'язаних товарів, що реалізуються на нових ринках. Це одна з найскладніших для реалізації стратегій розвитку підприємства. Зазвичай ця стратегія реалізується шляхом придбання підприємств, а не створенням нових підприємств для роботи на незнайомому для суб'єкта господарювання ринку.

Процес розробки стратегії диверсифікації, як і інших видів стратегій підприємств, передбачає виявлення основних альтернатив розвитку, їх аналіз у порівнянні з необхідними для впровадження ресурсами, прийняття до реалізації найбільш пріоритетних з них.

Своєю чергою, впровадження стратегії диверсифікації здійснюється за алгоритмом (рис. 3).

Висновки

Як бачимо, диверсифікація є процесом поширення виробничої і комерційної діяльності підприємства за межі власної спеціалізації, на інші галузі економіки і господарські сфери, які не пов'язані між собою прямою виробничою кооперацією і не конкурують між собою з метою зменшення ризику від втрат, коли ведення одного бізнесу незадовільне. Вона передбачає розширення номенклатури товарів або послуг підприємства за рахунок споріднених чи нових, які можуть виготовлятися і реалізовуватися з використанням існуючого потенціалу, а також розвиток діяльності підприємства в абсолютно нових для нього галузях.

За результатами дослідження можна зробити висновок, що диверсифікація є одним зі способів успішного функціонування господарських систем у складному конкурентному середовищі. До основних видів диверсифікації належать: товарна, комерційна та фінансова.

Варто зауважити, що диверсифікацію доцільно розглядати як стратегію підприємницької діяльності, яка розробляється та реалізовується відповідно до певного механізму. Існує три основні види стратегії диверсифікації, зокрема: стратегія концентрованої, горизонтальної та конгломератної диверсифікації. Управління реалізацією такої стратегії передбачає періодичне застосування контролю та удосконалення її положень відповідно до умов господарювання.

Список використаних джерел

1. Аронов А.М., Петров А.Н. Диверсификация производства: теория и стратегия развития. – СПб.: Лениздат, 2000. – 128 с.
2. Бухвалов А.В., Катяло В.С. Современные трактовки стратегий диверсификации // Российский журнал менеджмента. 2008. Том 6. №1. – С. 57–64.
3. Грушак З.М. Диверсифікація як стратегія діяльності // Економіка, фінанси, право. – 2009. – №5. – С. 6–9.
4. Денисов А.Ю. Жданов С.А. Экономическое управление предприятием и корпорацией. – М.: «Дело и Сервис», 2002. – 416 с.
5. Корінько М.Д. Організація управління при диверсифікації діяльності // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №9 (51). – С. 160–169.
6. Томпсон А.А. мл. Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации: Учебник для вузов. Пер. с 9-го англ. изд. – М.: ИНФРА-М, 2001.

УДК 620.9(477):339.923:061.1ЄС

С.К. АСЛОНОВА,

аспірант кафедри міжнародного менеджменту, Київський національний університет ім. Вадима Гетьмана

Національні інтереси України в енергетичній сфері в контексті положень угоди про асоціацію

У статті розглянуто сутність категорії національних інтересів, їх класифікацію та перелік національних інтересів України в енергетичній сфері. Проаналізовано розвиток національних інтересів в енергетичній сфері з огляду на положення угоди про асоціацію. Визначено, що життєво важливим національним інтересом є інтеграція до європейського енергетичного простору, а всі інші є другорядними, які забезпечують виконання цього. Виявлено взаємозв'язок та взаємозалежність національних інтересів в енергетичній сфері.

Ключові слова: національні інтереси, життєво важливий національний інтерес, другорядні національні інтереси, енергетична сфера, енергозбереження, енергоефективність, угода про асоціацію.

ЗМІСТ

Макроекономічні аспекти сучасної економіки

ПАВЛОВСЬКА О.В. Напрямок реформування системи регулювання фінансового ринку України.....	3
ПРЕДБОРСЬКИЙ В.А. Історичні стадії розвитку тіньової економіки в Україні.....	8
ЧУБУКОВА О.Ю., СИНЕНКО О.І. Власність держави у процесі реформування економіки України.....	13
ОЛЬШАНСЬКА О.В. Методологічні засади формування когнітивної економіки.....	16
ЩАВА Р.П. Конвергенція фіскальних моделей в умовах глобалізації світового господарства.....	19
МЕРЖА Н.В., ГВОЗДЬ В.С. Сучасний стан та перспективи розвитку ринку похідних цінних паперів в Україні.....	23
БОДЮК А.В. Вартісно-ресурсний аспект інформації з досліджень родовищ корисних копалин.....	26
ІНДУС К.П. Державне регулювання фінансовим потенціалом України.....	29
ДАНИЛОВА Ю.Ю. Особливості розвитку світового ринку банківських послуг.....	32
ПАСІЧНИК А.Г. Валютний ринок України: аналіз сучасного стану та шляхи вдосконалення.....	37

Інноваційно-інвестиційна політика

ЖАРИНОВА А.Г. Механізм управління інтелектуальним капіталом в умовах інноваційного розвитку економіки України.....	44
ЛИТВИНЕНКО Л.Л. Особливості формування інноваційних стратегій інтеграційними об'єднаннями міжнародних корпорацій.....	47
ІВАНЧУК О.В. Методика оцінки та аналізу фінансових інвестицій і показників ефективності інвестиційних проектів.....	51
КОРОБКО Я.В., ФЕДОРЯК Р.М. Формування та реалізація інвестиційних проектів.....	54

Економічні проблеми розвитку галузей та видів економічної діяльності

ГОВОРУШКО Т.А., СИТНИК І.П., ШИМАНСЬКА А.В. Теоретико-методичні аспекти взаємозв'язку конкурентоспроможності підприємства і фінансових методів, які на неї впливають.....	57
ШМОРГУН Л.Г. Перспективи розвитку організації туристичної сфери в Україні в нинішніх умовах.....	61
КЛИМЕНКО А.М., МУКОВІЗ В.С. Шляхи розвитку малого підприємництва в агробізнесі.....	64
ІВАНЮТА Т.М. Ринок пивобезалкогольних напоїв: вплив на економічну безпеку підприємств, виявлення можливостей та загроз.....	67
КРАМЧЕНКО Р.А. Класифікація фінансового контролю як основа його удосконалення.....	70
СОХАНИЧ Ф.Ф. Удосконалення системи аудиторського та суспільного фінансового контролю.....	73
ГУРИНА Н.Д., ГОДОВАНА О.В. Особливості розвитку стратегічного управління.....	76
АРТИМОНОВА І.В. Інформаційно-методичне забезпечення оцінки кон'юнктури продовольчого ринку.....	81
БАЛІЦЬКА О.П. Перспективи використання аутсорсингу підприємствами у зовнішньоекономічній діяльності.....	84
ДУБОВИК Т.В. Взаємодія груп громадськості при формуванні е-довіри.....	88
КУСТОВСЬКА О., ХВОРОСТЕНКО О. Важливість оцінки якості ґрунтів у сільськогосподарському виробництві.....	92
МАРХОНОС С.М., ТУРЛО Н.П. Проблематика створення та функціонування туристичних кластерів в Україні.....	95
НЕТРЕБСЬКА Н.В., УШАКОВ В.В. Розробка заходів протидії загрозам у системі економічної безпеки підприємства.....	98
ОСТРОВСЬКА О.А. Альтернативна реорганізація в антикризовому менеджменті підприємств залізничного транспорту.....	100
ТУЛЬЧИНСЬКИЙ Р.В. Вплив якості прийняття управлінських рішень на економічну безпеку промислового підприємства.....	106
БОЙКО О.О., ХАЧАТРЯН В.В. Прогнозування попиту на вітчизняному ринку сої у середньостроковій перспективі.....	109
ПИЛИПЕНКО О.К., ДІДЕНКО Є.О. Управління диверсифікацією на підприємстві.....	113
АСЛОНОВА С.К. Національні інтереси України в енергетичній сфері в контексті положень угоди про асоціацію.....	117
БАС-ЮРЧИШИН М.А. Стан та особливості розвитку ринку медичного страхування в Україні.....	121
БЕРЕНДА Н.І., ХАБЕНКО О.В. Особливості інвентаризації виробничих запасів на підприємствах харчової промисловості.....	125
МАМАЛИГА В.М., МАМАЛИГА Г.В. Програми енергозбереження: проблеми та можливі шляхи їхнього вирішення.....	128
СТАХУРСЬКИЙ В.О. Виробничий чинник як елемент управління витратами на підприємстві.....	133

Розвиток регіональної економіки

МАРИНІНА С.В. Вибір оптимальних відносин України з країнами провідних інтеграційних об'єднань євразійського континенту.....	137
ЗУБРІЛІНА В.В. Наукові підходи до визначення сутності місцевих бюджетів.....	141

Соціально-трудові проблеми

ШЕДЯКОВ В.Є. Значення формування та активізації науково-інтелектуального капіталу суспільства в реалізації господарської стратегії, адекватної глобальним тенденціям розвитку економіки знання.....	146
АДАМЯН Ю.П. Аналіз складових критерію оптимальності для порівняння моделей реформування міського транспорту.....	153
ПЕРЕДЕРІЙ В.В., НОВАК В.О., СОБКОВА А.О. Менеджмент змін на підприємствах ЄС як основа забезпечення міжнародної конкурентоспроможності.....	157
БЕЛЯЛОВ Т.Є., ВЛОДАРЧИК В.В. Енергоефективний менеджмент в системі фінансово-економічної безпеки підприємства.....	161

До авторів збірника

Шановні автори!

*Науково–дослідний економічний інститут Міністерство економічного розвитку
і торгівлі України приймає до друку у періодичному збірнику
«Формування ринкових відносин в Україні» статті з економічної тематики*

При подачі статті до редакції необхідно оформити її за поданими нижче правилами, а також ретельно перевірити текст на предмет виявлення граматичних, орфографічних, стилістичних та інших помилок!

1. Стаття має відповідати тематичній спрямованості збірника.
2. Обов'язковими є рецензія фахівця у відповідній галузі науки.
3. У статті відповідно до вимог ВАК необхідні такі елементи:
Стаття має містити: індекс УДК, відомості про автора (ів) на трьох мовах;
– **назва статті та анотація** на трьох мовах (українська, російська, англійська), де чітко сформульовано головну ідею статті та обґрунтовано її актуальність;
– **ключові слова** на трьох мовах до 10 слів (українська, російська, англійська);
– **постановка проблеми** у загальному вигляді та її зв'язок із важливими чи практичними завданнями;
– **аналіз останніх досліджень і публікацій**, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття;
– **формування цілей статті** (постановка завдання);
– **виклад основного матеріалу дослідження** з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів;
– **висновки з даного дослідження** і перспективи подальших розвідок у даному напрямку.
4. Обсяг – від 8 до 16 сторінок, формату А4 через інтервал 1,5. Поля: верхнє, нижнє, лівє, правє – 2 см. Абзац – 5 знаків. Шрифт: Arial, розмір – 12. Мова – українська.
5. Прізвище, ініціали, науковий ступінь розміщуються у правій верхній частині аркуша.
6. Відомості про автора: адреса, контактний телефон (домашній, робочий).
7. Статті, таблиці та формули мають виконуватися у редакторі Microsoft Word, якщо стаття містить формули, то вони мають набиратися у редакторі формул Microsoft Equation, який вбудований в усі версії програми Word.
8. Якщо стаття містить графіки чи діаграми, виконанні в інших програмах (такі як Excel, Corel Draw та ін.), то ці файли також додаються до статті в оригіналі програм, в яких вони виконані.
9. Графіки та діаграми можуть бути передані в графічних форматах: векторний – EPS, AI (шрифти переконвертовані в криві); растровий – TIF, 300 dpi, 256 кольорів сірого.
10. Зноски в документі мають бути оформлені за допомогою вбудованих функцій програми Word.
11. Назви файлів мають відповідати прізвищам авторів.
12. Статті надаються на диску, або іншому електронному носії інформації до диска обов'язково додаються статті в роздрукованому і якісному вигляді Текст у електронному вигляді повинен відповідати тексту в надрукованому вигляді.
13. Статті не повинні містити приміток від руки та помарок, кожен лист статті підписується автором.
14. Посилання на джерела інформації є обов'язковими. Джерела подаються в кінці статті з основними вимогами до бібліографічних описів. Нумерація джерел вздовж тексту.
15. У разі невиконання вищевказаних вимог редакція не приймає статей до друку.

Редакція наукового збірника не несе відповідальності за авторські права статей, що подаються до друку.

Довідки за телефонами: (044) 239–10–49
e-mail: zbornik@ukr.net

Редакційна колегія

**Науково–дослідний економічний інститут
Міністерства економічного розвитку і торгівлі України**

ФОРМУВАННЯ РИНКОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

**Збірник наукових праць
№1 (164) 2015 р.
Періодичність – щомісячник**

Редактори: І.Г. Манцуров, А.О. Сігайов
Комп'ютерна верстка та дизайн Сердюк А.В.

Підписано до друку 26.01.2015 р.
Формат 60x84 1/8. Папір офсетний
Ум. друк. аркушів 19,41.
Гарнітура Еуро. Наклад 300 прим.

Науково–дослідний економічний інститут
Міністерства економічного розвитку і торгівлі України
Свідоцтво про державну реєстрацію: Серія ДК № 1488 від 08.09.2003 р.
Адреса редакції: 01103, Київ–103, бул. Дружби Народів, 28
<http://ndei.me.gov.ua>, e-mail: zbornik@ukr.net
Виготовлено СПД «Сердюк В.Л.»
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру
видавців, виготовників і розповсюджувачів видавничої продукції:
Серія ДК №3360 від 30.12.2008 р.