

**ТАВРИЧЕСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ В.И. ВЕРНАДСКОГО**

**ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И
ТОРГОВЛИ
ИМЕНИ МИХАЙЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО**

**НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
«КИЕВО-МОГИЛЯНСКАЯ АКАДЕМИЯ»**

**ИВАНО-ФРАНКОВСКИЙ ИНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТА
ТЕРНОПОЛЬСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА**

**ГВУЗ «КРИВОРОЖСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
КРИВОРОЖСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ**

***Менеджмент предпринимательской
деятельности***

**МАТЕРИАЛЫ ДЕСЯТОЙ ВСЕУКРАИНСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ СТУДЕНТОВ, АСПИРАНТОВ И ДОКТОРАНТОВ**

3 – 4 апреля 2012 г.
г. Симферополь

Симферополь
«ДИАЙПИ»
2012

УДК658 (08)
ББК 665.053я73
М-50

Секции материалов конференции:

1. Вопросы экономики и управления в предпринимательской деятельности.
2. Проблемы стратегического управления бизнесом в новых экономических условиях.
3. Маркетинг как рыночно-ориентированная концепция развития предпринимательства.
4. Особенности управления поведением потребителей на разных этапах развития рынка.
5. Современное обеспечение бизнес-процессов на предприятии.
6. Актуальные проблемы в управлении туристическим бизнесом.
7. Специфика управления в разрезе отдельных отраслей предпринимательства.
8. Организационно-экономический механизм инновационного развития предпринимательской деятельности.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КОМИТЕТ

Цехла С.Ю. – д.э.н., профессор, Таврический национальный университет имени В.И. Вернадского

Виноградова Е.В. – д.э.н., профессор, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михайила Туган-Барановского

Гуменная А.В. – к.э.н., доцент, Национальный университет «Киево-Могилянская Академия»

Билецкая И.М. – к.э.н., доцент, Ивано-Франковский институт менеджмента Тернопольского национального экономического университета

Матукова А.И. – к.п.н., доцент, Криворожский экономический институт ГВУЗ «Криворожский национальный университет»

Полищук Е.А. – к.э.н., доцент, Таврический национальный университет имени В.И. Вернадского

Матеріали конференції представлені у вигляді восьми секцій, які розкривають питання економіки та управління у підприємницькій діяльності, проблеми стратегічного управління бізнесом в нових економічних умовах, особливості управління поведінкою споживачів на різних етапах розвитку ринку, сучасне забезпечення бізнес-процесів на підприємстві, актуальні проблеми в управлінні туристичним бізнесом та ін.

Менеджмент предпринимательской деятельности : материалы М-50 десятой научно-практической конференции студентов, аспирантов и докторантов. – Симферополь : ДИАЙПИ, 2012. – 422 с.
ISBN 978-966-491-288-1

Материалы конференции представлены в виде восьми секций, раскрывающих вопросы экономики и управления в предпринимательской деятельности, проблемы стратегического управления бизнесом в новых экономических условиях, особенности управления поведением потребителей на разных этапах развития рынка, современное обеспечение бизнес-процессов на предприятии, актуальные проблемы в управлении туристическим бизнесом и др.

УДК658 (08)
ББК 665.053я73

ISBN 978-966-491-288-1

© ТНУ имени В.И. Вернадского, 2012
© Коллектив авторов, 2012

УВАЖАЕМЫЕ УЧАСТНИКИ КОНФЕРЕНЦИИ!

Мы рады приветствовать вас на юбилейной Десятой всеукраинской научно-практической конференции «Менеджмент предпринимательской деятельности».

Сегодня молодые ученые, студенты – это важнейший интеллектуальный, культурный и профессиональный актив нашего общества, от качества знаний и умений которого зависит развитие экономики регионов и национального хозяйства Украины. Остро осознавая свою роль и ответственность в подготовке высококвалифицированных специалистов и магистров, кафедра менеджмента предпринимательской деятельности Таврического национального университета имени В.И. Вернадского уже более 10 лет бережно сохраняет и развивает опыт, традиции научной работы с молодым поколением.

На протяжении всего времени наша конференция является активной площадкой для апробации научных исследований докторантов, аспирантов и студентов по проблемам развития предпринимательства, стратегического и оперативного управления, современного обеспечения бизнес-процессов, становления и развития малого и среднего бизнеса, выявления особенностей предпринимательской деятельности в разных сферах хозяйствования. Научно-практическая конференция полностью перешла из уровня региональной на всеукраинский уровень с международным участием.

Следуя основному принципу научно-образовательной деятельности нашей кафедры – постоянное совершенствование и развитие для обеспечения высокого качества образования, – новым направлением научных интересов выступают актуальные вопросы экономики и управления в гостиничном и ресторанном бизнесе, что обусловило открытие новой специальности на факультете управления – 6.140101 «Гостиничное и ресторанное дело».

Темы, вынесенные на обсуждение юбилейной научно-практической конференции, охватывают широкий круг актуальных проблем различных сфер предпринимательской деятельности. Мы уверены, что сегодняшний представительный форум молодых ученых и студентов из разных регионов Украины способен внести заметный вклад в научное обоснование и практическую реализацию стратегии развития предпринимательской деятельности в Украине.

Желаем участникам Десятой всеукраинской научно-практической конференции «Менеджмент предпринимательской деятельности» успешной и плодотворной работы!

*Коллектив кафедры менеджмента
предпринимательской деятельности
Таврического национального университета имени В.И. Вернадского*

Бурак О.В.	Жінка-лідер: сучасні стилі керівництва	367
Вишне夫ська Л.А.	Нові реалії організації обліку на підприємствах малого бізнесу	368
Киренкина Э.С.	Анализ особенностей развития семейного предпринимательства за рубежом в 2010-2011 гг.	370
Коваль О.В.	Специфіка організації і управління у сфері сільського зеленого туризму	371
Матукова Д.Г.	Проблема формування економічного механізму природокористування в Україні	373
Сабат М.В.	Лікувально-оздоровчий туризм у системі міжнародного туризму	374
Скрипка І.В.	Інноваційна модель розвитку міжнародного туризму в Україні	376
Филипенко С.В.	Экспортный потенциал Украины в 2012 году	378
Цьохла С.Ю.,	Щодо економічної ефективності страхування	379
Шаріфуллін Д.В.		

Секция 8. ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Білоус Т.Я,	Роль психоаналізу в менеджменті персоналу	381
Козин Л.В.		
Бузни А.Н.,	К вопросу об инновационном развитии малого гостиничного	382
Буйко О.В.	предприятия	
Бузни А.М.,	Управління інноваціями в організаціях	384
Гирка Л.Ю.		
Бунчак О.Т.	Валютна невизначеність на фінансових ринках в контексті глобалізації світового господарства	386
Вакалюк В.А.,	Удосконалення механізму впровадження інновацій на підприємствах галузі електротехнічних приладів	388
Раевська Д.О.		
Вакалюк В.А.,	Удосконалення системи інноваційного менеджменту в умовах підприємства	390
Перегида В.В.		
Вацик В.В.	Кадровий потенціал підприємства в умовах сьогодення	391
Войтович С.В.	Управління емоційними процесами як складова самоменеджменту	393
Данилюк М.М.	Підходи до управління сучасним підприємством	395
Дерда І.І.	Організаційно-економічні передумови розвитку туризму у карпатському регіоні	397
Запихляк О.В.	Системи обліку витрат	398
Зеленчук Н.В.	Інвестиційна діяльність банків в умовах кризи боргів Єврозони	400
Іщейкін Т.Є.	Тенденції в роздрібній торгівлі які сприяють створенню та використанню інновацій	402
Ковалевич О.В.	Аналіз сучасної структури послуг кредитних спілок України	404
Лирик В.В.	Зв'язок організаційної культури та стратегії інноваційного розвитку підприємства	405
Полищук Е.А.,	О роли инноваций в современной экономике	407
Русакова В.		
Романюк Н.І.	Аналіз соціальної ефективності кадрового менеджменту організації (на прикладі ТЗОВ ІФФ «КСК-Інтертрейд»)	409
Сворак Б.В.	Транснаціоналізація національної економіки в системі глобальних	410

Враховуючи вищезазначене, можна сказати, що інвестиційна діяльність банків в Європі на сьогоднішній день є неефективною, а причиною цього є економічна нестабільність, яка веде економіку Європи в прірву. Для того, щоб стабілізувати економіку Європи, потрібно вводити жорсткіші заходи щодо державних витрат, зменшувати видатки і звичайно стимулювати розвиток усіх сфер господарства.

Література:

1. Кушнірук Б. Друга хвиля глобальної економічної кризи неминуха [Електронний ресурс]/ Б.Кушнірук. – 2011. – Режим доступу: http://www.epravda.com.ua/publications/2011/12/13/309413/view_print/.

2. Скидан В. Український міжбанківський валютний ринок [Електронний ресурс]/ В. Скидан, В. Стельмах, А. Сухоруков, Н. Гаврилюк. – Реальна економіка. – 2012. – Режим доступу: <http://real-economy.com.ua/publication/113/2359.html>.

Науковий керівник: к.е.н., доцент Пробоїв О.А.

*Ищайкин Т.С.,
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

ТЕНДЕНЦІЙ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ ЯКІ СПРИЯЮТЬ СТВОРЕННЮ ТА ВИКОРИСТАННЮ ІННОВАЦІЙ

В сучасних економічних умовах (враховуючи і кризові явища), коли конкуренція в роздрібній торгівлі загострюється, більшість компаній, які займаються роздрібною торгівлею, вимушені відмовлятися від подальшого розширення торгових площ, тим самим зменшуючи можливості свого екстенсивного розвитку. Все частіше виникають і застосовуються нові форми торгівлі – продаж через Інтернет, через каталоги, за допомогою інтерактивного телебачення, прямого маркетингу, активно використовуються інновації в торгових технологіях.

Різні аспекти внутрішньої торгівлі висвітлені у наукових працях вчених-економістів: Маслова А.О., Н.Д. Виноградського, О.П. Градова, В.І. Карсекіна, А.А. Мазаракі, В.М. Новікова, Л.О. Омелянович, А.А. Пересади, Н.М. Ушакової та зарубіжних економістів Б.А Вейтца, Джоунса В., А. Крие, Ж. Жалле, М. Леві, Дж. Сігау, Э. Фэйрхурста, Р. Монкрифа, В. Тейлора, В.А. Абчука, М.С. Абрютиної, Ю.К. Баженова, А.І. Грібнева, С.Л. Комлева та ін. Разом з тим, реалії сьогодення вимагають подальших досліджень у цій галузі, особливо, що стосується питань створення та впровадження інновацій в діяльність підприємств роздрібною торгівлі, що і зумовило вибір теми даного дослідження.

Метою даного дослідження є визначення основних тенденцій в роздрібній торгівлі які на сьогоднішній момент сприяють її інноваційному розвитку.

Проведений нами аналіз різних інформаційних джерел дає можливість говорити про існування шести основних тенденцій в роздрібній торгівлі, які найбільшою мірою сприяють створенню і використанню інновацій, а саме: вимогливість покупців, індивідуалізація, технологічність, цінова прозорість, високе значення демографічних факторів, зміна управління ланцюгами постачання, що наочно представлено в таблиці 1. Швидке зростання ширини і глибини асортименту ускладнює для покупця пошук необхідного товару у величезних торгових

підприємствах. Гостра ринкова конкуренція примушує роздрібні компанії знаходити ефективні методи зниження витрат і покращувати торговий сервіс; актуальність питань екології і громадської безпеки примушує менеджмент торгових підприємств приділяти увагу логістиці і інженерії, – універсальним рішенням вказаних проблем може стати використання деяких з нижче перерахованих сучасних технологій: «розумні» візки покупців, інформаційні товарні дисплеї, RFID- маркери на товарах, електронні цінники – всі ці інновації вже сьогодні працюють в сучасних магазинах Wal-Mart, Metro Cash&Carry, Carrefour, Auchan та інших великих ритейлерів. Їх приклад показує, що своєчасне і грамотне впровадження останніх досягнень здатне значно знизити витрати і збільшити товарообіг торгових організацій. У перспективі роздрібну торгівлю чекають ще більш кардинальні зміни, які пов'язані з найновішими технологіями. Серед найбільш очікуємих є: біометрична оплата за допомогою відбитків пальців, одержання консультацій про товари і укладені угоди за допомогою голографічних продавців, допінгова соціальна мережа і організація спільних закупок, трьохвимірне сканування покупця для підбору оптимального розміру одягу і взуття [2-3, 6].

Наведений перелік змін є свідченням однієї досить важливої тенденції – всі вони будуть відбуватися на інформаційній основі, для чого необхідно побудувати відповідну інфраструктуру: мережеву основу обробки даних, програмне забезпечення, особливу логіку поведінки покупця в системі роздрібної торгівлі. Безумовно, швидке впровадження інновацій в роздрібній торгівлі пов'язано з певними проблемами: необхідністю дотримання соціального балансу (інновації передбачають скорочення робочого часу і місць), достатньо високої вартості первинних вкладень у переобладнання магазинів, неготовністю менеджменту до кардинальних змін в роботі [5].

Таблица 1

Характеристика основных тенденций в роздрібній торгівлі

№	Тенденція	Характеристика
1.	Вимогливість покупців	Сучасний покупець є набагато краще освіченим, вимогливим і скептичним; високі темпи життя є причиною того, що він відчуває постійну нестачу часу, саме тому, він бажає купувати швидко, дешево і вимагає до себе особливого ставлення
2.	Індивідуалізація	Вже неможна оцінювати покупців масово. До кожного клієнта необхідно застосовувати індивідуальний підхід, враховуючи його готовність до придбання нових товарів. Саме тому, на перший план виходять технології, які дозволяють працювати з кожним покупцем індивідуально
3.	Технологічність	Нові технології допомагають зменшити витрати, підвищити продуктивність, покращити обслуговування покупців. Їх впровадження більше не є приємною новацією, але абсолютною вимогою для виживання компанії. Технології вимагають інтеграції всіх аспектів бізнесу. Розвивається торгівля через Інтернет, активно застосовується оплата через сотові телефони, розповсюджуються бездротові технології. Споживачі вимагають підвищення рівня взаємодії з роздрібними мережами
4.	Цінова прозорість	Інформація про ціни стає легкодоступною для покупця, тепер він може її оперативно отримувати, порівнювати і обирати найбільш привабливу пропозицію. У недалекому майбутньому одержання повної інформації про ціни за допомогою мобільного телефона стане повсякденним явищем, що тільки посилить рівень конкуренції для роздрібних компаній
5.	Високе значення демографічних факторів	Стрімко зростає значення молодого покоління, яке досить активно використовує високі технології у всіх сферах життя. Сучасні ІТ розробники орієнтовані саме на цю групу
6.	Зміна управління ланцюгами поставок на управління запитами споживачів	Замість управління ланцюгами поставок все більшого значення для торгівлі отримує орієнтація на поведінку споживача у врахування каналів, через які споживач купує товари. Споживачські моделі поведінки перетворюються на ключ до управління товарними запасами. Як результат, спільне планування між ритейлерами і постачальниками протягом всього ланцюга поставок [1].

Таким чином, підводячи підсумки, слід відзначити, що сучасні світові тенденції багато в чому поки що не відповідають українським реаліям. У той же час, інформація про подальші перспективи роздрібного бізнесу, уявлення про існуючі світові тенденції допоможуть українському роздрібному ринку обрати правильну стратегію розвитку. У цілому ж розширення сфери застосування інформаційних технологій призводить до стрімких змін у сучасній роздрібній торгівлі. Досить часто це ускладнює роботу продавців, які повинні вміти свідомо управляти всіма каналами продажів. Розгляду цих питань і будуть присвячені наші подальші дослідження.

Література:

1. Черкасов А. Современный ритейл, инновации, интеграция и гибкость / А. Черкасов // *Мое дело. Магазин.* – 2007. – № 3. – С.45-48
2. Берман Б. Розничная торговля: стратегический поход / Б. Берман, Дж. Р.Эванс; пер. с англ. – М.: Вильямс, 2008. – 1184 с.
3. Возіянова Н.Ю. Оцінка ознак «нової економіки» і тенденції інноваційних процесів у внутрішній торгівлі України / Н.Ю. Возіянова// *Актуальні проблеми економіки*, 2008. – №11. – С. 53-61.
4. Працююча інновація: як управляти нею, вимірювати її та здобувати з неї вигоду / за ред. наук. ред. Т.Ф. Козацької; пер. з англ. – Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2007. – 320 с.
5. Терещенко К.А. Основы розничной торговли: международный опыт в практических решениях / К.А. Терещенко. – М.: Изд-во Жигульского, Русское профессиональное издательство, 2007. – 288 с.
6. *The new retail playgrounds // Global Retail Bulletin.* – 2006. – November 30. – Issue 175. – P. 23.

*Ковалевич О.В.,
Івано-Франківський інститут менеджменту
Тернопільського національного економічного університету*

АНАЛІЗ СУЧАСНОЇ СТРУКТУРИ ПОСЛУГ КРЕДИТНИХ СПІЛОК УКРАЇНИ

Розвиток і функціонування ринку небанківських кредитних установ в Україні здійснюється відповідно до Закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг», де відповідно в ньому обумовлено ряд положень щодо надання позик з певним рівнем ризику [1].

Враховуючи той фактор, що в структурі небанківських фінансово-кредитних установ (станом на кінець I півріччя) кредитні спілки України в 2009 році займали 93,8 %, в 2010 році – 91,4 %, в 2011 році – 89,5% й це є досить вагомою часткою серед даного виду кредитних установ.

Негативною тенденцією, яка простежується на ринку небанківських фінансово-кредитних установ є зменшення кількості зареєстрованих кредитних спілок в Україні, яка за останні три роки зменшилася на 32,3% [2]. Загалом займаючи досить вагому частку на ринку небанківських кредитних установ основними видами кредитування даних структур було: споживче кредитування – 41,7%, придбання, будівництво та ремонт житла – 16,1%, комерційні кредити – 6,5 %.