

ISSN 1561-6908

**Економіка:
проблеми теорії та
практики**

Збірник наукових праць

Випуск 259

Том II

Дніпропетровський національний університет

Економіка: проблеми теорії та практики

Збірник наукових праць

Випуск 259

Том II

ДНУ
Дніпропетровськ
2010

УДК 336
ББК 65.01
Е 45

Друкується відповідно до постанови Вченої Ради
Дніпропетровського національного університету

Головний редактор:

д-р екон. наук, проф. *Анатолій Антонович Покотілов*

Редакційна колегія:

д-р фіз.-мат. наук *С. О. Смірнов*, д-р екон. наук *В. А. Ткаченко*,
д-р техн. наук *О. М. Марюта*, д-р екон. наук *Л. В. Попкова*,
д-р екон. наук *О. В. Ковальов*, д-р екон. наук *Я. Г. Берсуцький*,
д-р техн. наук *Ю. Д. Морозов*, д-р екон. наук *Г. О. Крамаренко*,
д-р екон. наук *О. С. Галушко*, д-р техн. наук *Р. Б. Тяг*, д-р екон. наук *В. В. Дорофієнко*,
д-р екон. наук *О. Й. Шевцова*, д-р наук з державного управління *М. Х. Корецький*

Рецензенти:

д-р екон. наук, проф. Дніпропетровського національного університету: *І. Л. Сазонець*;
д-р екон. наук, проф. Дніпропетровської державної медичної академії: *А. В. Батура*

Е 45 Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. –
Випуск 259: В 7 т. – Т. II. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2010. – 304 с.

ISBN 978-966-8736-05-6

У збірнику аналізуються актуальні проблеми економіки.
Для студентів, аспірантів та викладачів вузів.

УДК 336
ББК 65.01

ISBN 978-966-8736-05-6

© Колектив авторів, 2010

Сербина О.Г.

Львівська комерційна академія

ЧИННИКИ ПОДАТКОВОЇ БЕЗПЕКИ У БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Запроваджено поняття банківської податкової та економічної безпеки як багатоаспектного комплексного поняття та визначено й розкрито її чинники, зокрема достатні, своєчасні та достовірні інформаційні потоки; ефективна організаційна структура із визначенням єдиного центру по роботі з контролюючими органами; корпоративна культура банку; відлагоджена облікова політика.

I. Вступ.

Комерційний банк – це підприємницька структура метою якої є в кінцевому підсумку є отримання прибутку. Відтак розміри прибутку банку вступають важливим показником результативності його роботи, його стабільності та перспектив подальшого розвитку. Водночас, прибуток банку залежить від багатьох чинників, серед яких виділимо екстенсивні (розширення бізнесу, збільшення обсягів залучених коштів, наданих кредитів) та інтенсивні чинники (скорочення витрат, збільшення продуктивності праці, зменшення кількості працівників). Податки та інші обов'язкові платежі належать до категорії витрат. Однак, менші податки не завжди означають більший прибуток. Не виключено, що зменшення розміру сплати одних податків призведе до збільшення розміру сплати інших податків, а також до фінансових санкцій зі сторони контролюючих органів. Тому найбільш ефективним способом збільшення прибутковості банку є не механічне скорочення податків, а побудова ефективної системи управління податками у банку, важливим елементом якої є податкова безпека, що підкреслює актуальність порушеної проблеми.

Поширеним є поняття економічної безпеки, яке зазвичай розглядається в макроекономічному контексті (для прикладу див. праці [1-2]). Оpubліковано декілька робіт з мікрорівневого розуміння економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності [3-5]. Проте практично малодослідженим залишається дане питання для банківських установ в руслі фіскальних платежів та фіскальних санкцій, що вимагає окремого спеціалізованого дослідження.

II. Постановка завдання.

У зв'язку із викладеним, завдання даної статті полягає у випрацюванні поняття податкової безпеки банківської установи, окреслення особливостей її зовнішніх чинників (в умовах трансформаційних змін в економіці України) та внутрішніх чинників, на які безпосередньо може впливати керівництво банку. Оскільки дана стаття зосереджена насамперед на мікроекономічному підході, то відтак ставиться завдання більш детального аналізу вказаних внутрішніх чинників економічної безпеки банку.

Полозова Т.В., Кривцун В.І.

ОЦІНКА ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація В статті досліджується та порівнюються трактування поняття «збутова діяльність» зарубіжними та вітчизняними авторами. Висвітлюються сутність та основні принципи та цілі оцінки збутової діяльності підприємства орієнтованого на маркетинг. В роботі пропонується схема проведення оцінки збутової діяльності, загально охарактеризовані її етапи та методи.

Ключові слова

Збут, збутова діяльність, збутовий потенціал, оцінка збутової діяльності.

I. Введення

За сучасних умов розвитку ринкових зв'язків та відносин між суб'єктами господарювання в усіх сферах економіки великої ваги набувають проблеми розвитку і використання підприємствами інструментів маркетингу. Сьогодні дуже невелика кількість підприємств орієнтується на маркетинг і оцінює свою збутову діяльність як його складову. Для багатьох керівників маркетинг пов'язаний лише з просуванням товарів та рекламою, а збутова діяльність в свою чергу лише з передачею покупцеві товару за визначений грошовий еквівалент. Така ситуація актуалізувала питання визначення поняття збутова діяльність на підприємстві в умовах маркетингової орієнтації та проблему її оцінки. Варто зазначити, що окремі проблемні аспекти діагностики та управління збутовою діяльністю підприємств досліджували як іноземні, так і вітчизняні науковці: Л. Балабанова, А. Балабаниць, О. Комяков, Г. Болт, С. Гаркавенко А. Дейян, Ф. Котлер, В. Наумов, та ін. [2, 3, 4, 6]. Проте й нині в науковій літературі немає однозначності щодо трактування поняття «збутова діяльність підприємства» та чітко не визначено, що саме є компонентами цієї діяльності в різних сферах економіки [3]. Недостатньо вивченими залишаються питання оцінювання збутової діяльності підприємств орієнтованих на маркетинг. Особливої уваги внаслідок збільшення ринкових загроз, обумовлених фінансовою кризою, потребує проблема вчасного виявлення матеріальних, трудових, фінансових, економічних резервів підприємства та їх своєчасне використання.

II. Постановка задачі

Метою даної статті є систематизація наукових поглядів щодо питання визначення поняття «збутова діяльність підприємства» на основі аналізу науково-літературних видань вітчизняних та зарубіжних авторів. Висвітлення та зазначення основних етапів та методів оцінки збутової діяльності підприємства.

III. Результати

При визначенні поняття «збутова діяльність» великої ваги та значимості

набуває попереднє розглядання поняття «збут» оскільки воно може тлумачитися в широкому та вузькому розумінні. В широкому розумінні, це поняття означає процес, що охоплює всі операції, починаючи з виходу виробу за межі підприємства-виробника і закінчуючи переданням товару покупцеві. В вузькому ж розумінні витлумачення «збут» включає лише заключний етап тобто спілкування між продавцем і покупцем, при цьому попередні операції підпадають під поняття «розподіл» [2]. Отже різні автори по різному визначають і тлумачать поняття «збутова діяльність», найпоширеніші з них подані в таблиці 1

Таблиця 1

Основні тлумачення поняття «збутова діяльність».

Визначення	Автор	Назва джерела
Збутова діяльність являю собою цілісний процес, що охоплює планування об'ємів реалізації товарів з урахуванням прогнозованого рівня прибутку; пошук і вибір найкращого партнера; проведення торгів, враховуючи встановлення ціни, відповідної до якості товару та інтенсивності попиту; виявлення та активне використання факторів, здатних прискорити збут продукції та збільшити прибуток від реалізації	Балабаниць Л.В., Балабанова А.В.	Маркетинговий аудит системи збуту
Збутову діяльність можна визначити таким чином: персоніфікований, безпосередній і двосторонній процес здійснення контактів і переконання з метою досягнення визначених результатів, і насамперед збільшення продажу продукції на визначеному сегменті ринку	Дж. Г. Болт	Практичний посібник з управління збутом
Під збутовою діяльністю варто розуміти процес просування готової продукції на ринок і організації товарного обміну з метою досягнення підприємницького прибутку	Костоглодов Д. Д., Харисова Л. М.	Розподільна логістика

Аналізуючи наведені визначення можна зазначити, що тлумачення поняття збутова діяльність залежить від того як автор розуміє поняття збуту. Так визначення збутової діяльності подане Болтом розкриває сутність поняття збуту в вузькому аспекті. Збутову діяльність не можна зводити лише до операцій з доставкою товарів до споживачів і їх реалізацію. Костоглодов Д.Д. та Харисова Л.М.

також в своєму визначенні визначають збутову діяльність як процес просування товарів на ринок та організації товарного обміну, а не як складний багатоопераційний процес [5]. Найбільш широко та всебічно поняття збутова діяльність тлумачать Балабанова Л.В., Балабаниць А.В., але я не підтримую включення до даного поняття процесу встановлення ціни відповідної якості товару та інтенсивності попиту, оскільки це належить до функцій іншої системи організації.

В будь-якому разі, збут слід розглядати в якості найважливішого інструменту маркетингової діяльності, на якому базується конкурентна перевага підприємства на ринку. Забезпечення ефективної збутової діяльності фірм в умовах маркетингової орієнтації передбачає використання системного підходу до управління збутовою діяльністю.

Невід'ємною складовою цього процесу є проведення комплексної оцінки збутової діяльності, яка повинна відповідати наступним умовам: періодичність, всебічність, послідовність, об'єктивність.

Цілями даної діагностики можуть виступати: встановлення ступеня досягнення мети підприємства в сфері збуту (аналіз відхилень), з'ясування можливостей удосконалення системи збуту, перевірка пристосованості підприємства до зміни умов навколишнього середовища.

Маркетингова оцінка збутової діяльності здійснюється за допомогою загальнонаукових і специфічних, аналітичних методів та засобів дослідження об'єктів. Під час дослідження можуть використовуватися внутрішні і зовнішні джерела для отримання вторинної інформації, та спостереження, опитування, експерименти для одержання первинної інформації.

Процес оцінки збутової діяльності підприємства включає сукупність дій які спрямовані на діагностику ефективності та визначення можливостей збуту. Кінцевий результат процесу оцінки збутової діяльності підприємства – вироблення коригувальних впливів на керовані фактори, а також здобуття рекомендацій з пристосування підприємства до неконтрольованих факторів. Схематично основні напрями оцінки збутової діяльності наведені на рисунку 1.



Рисунок 1 – Основні напрями оцінки збутової діяльності підприємства

Для повнішого розуміння процесу оцінювання збутової діяльності доцільно буде розглянути кожний з його напрямів.

Аналіз структури збутового потенціалу передбачає вивчення стану кожного елемента збутового потенціалу. Збутовий потенціал підприємства визначається як сукупність інформаційних, матеріальних, маркетингових, управлінських і комунікативних ресурсів і можливостей збуту, що забезпечують готовність та спроможність підприємства здійснювати вивід товару на ринок, його реалізацію при постійному вдосконалюванні технології збуту, інновації продуктової лінії з урахуванням факторів маркетингового середовища [1]. На рисунку 2 зображені основні складові комплексної системи збутового потенціалу.

Оцінка рівня використання збутового потенціалу підприємства може бути здійснена методом експертних оцінок, при якому кожній складовій системи збутового потенціалу експертами виставляється оцінка максимально можлива та відповідна реальній ситуації. Після цього вираховується зважена оцінка рівня використання і-тої підсистеми збутового потенціалу.



Рисунок 2 – Комплексна система збутового потенціалу підприємства

Виявлення внутрішніх та зовнішніх факторів збутових ризиків підприємства здійснюється за допомогою матриці факторів ризику і конкурентних можливостей фірми у сфері збуту. Оцінку цих елементів доцільно здійснювати ек-

пертним шляхом за такими критеріями: імовірність, суттєвість, важливість (добуток імовірності на суттєвість). Аудит прибутковості системи збуту спрямований на виявлення найбільш прибуткових груп товарів, клієнтів, місць функціонування підприємства, що є базою для розробки стратегії позиціонування (репозиціонування) підприємства, а також передбачає виявлення рентабельних структурних одиниць [2].

Для здійснення діагностики прибутковості системи збуту доцільно використовувати ABC-аналіз - метод за допомогою якого сукупність об'єктів можна поділити на три групи в залежності від валового доходу на кожний товар, питомої ваги прибутку від реалізації структурної одиниці в загальному обсязі прибутку підприємства і т.д.

Діагностика ефективності системи збуту передбачає розрахунок показників ефективності збуту та аналіз факторів, що вплинули на відхилення планових і фактичних показників збуту.

До основних показників, що охоплюють основні складові збутової діяльності можна віднести обсяг збуту, частка ринку, прибуток від реалізації, рівень рентабельності, співвідношення обсягу збуту з ресурсами (матеріальними, трудовими), а також показники оборотності товарних запасів.

Ефективність діяльності у сфері збуту можна також визначити за наступними показниками: кількість ділових контактів в день, середній час комерційних переговорів, що припадає на 1 діловий контакт, виторг від продажу (збуту), що припадає на 1 годину переговорів, процент ухвалених угод на 1 контакт, витрати на представництво в процентах до загального обсягу продажу [1, 2].

IV Висновки

На основі теоретичного дослідження узагальнено та систематизовано тлумачення поняття збутової діяльності. Розуміючи сутність цього поняття можна зробити висновок, що цей вид господарської діяльності підприємства з маркетинговою орієнтацією є базовим, невід'ємним, системним, цілеспрямованим та необхідним в сучасних умовах.

Також в статті була запропонована схема проведення оцінки збутової діяльності та висвітлені основні принципи, етапи та методи її здійснення.

Практичне застосування даної схеми допоможе підприємству оцінити його теперішній стан та можливості в майбутньому, вдало і вчасно використати свій збутовий потенціал, знизити ризики та відповідно пов'язані з ними витрати.

Література

1. Балабаниць А.В. Збутовий потенціал підприємства та методика його оцінки. Зб. наук. праць. Випуск 8. Том 2. - Донецьк: Лебідь, 1999.
2. Балабанова Л.В., Балабаниць А.В. Маркетинговий аудит системи збуту. Навчальний посібник. -К.:ВД «Професіонал», 2004.-224с.;

3. Болт Г.Дж. Практическое руководство по управлению сбытом.- М.: Экономика, 1991.-208с.
4. Бурцев В.В. Управленческий аудит системы сбыта готовой продукции. - М.: Маркетинг, 1999.-102с.
5. Костоглодов Д.Д., Харисова Л.М. Распределительная логистика. Ростов-на-Дону: Экспертное бюро, 1997.-132с.
6. <http://intkonf.org/velichko-ao-marketingoviy-audit-v-upravlinni-zbutovoyu-diyalnisty-pidpriemstva>

Шапошнікова О.М., Корабльова С.О., Коршеничкова А.О. КАПІТАЛ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	264
---	-----

Олійничук О.І. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОЇ ЗВІТНОСТІ ЛІСОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	270
---	-----

Том II

Сербица О.Г. ЧИННИКИ ПОДАТКОВОЇ БЕЗПЕКИ У БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	279
--	-----

Полякова Ю.В., Карабін Л.М. ТЕХНОЛОГІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇН АЗІА: УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ	288
---	-----

Єфремова Н.Ф., Толочіло М.П., Бектемірова Д.М. ПОДАТОК НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ У ПОДАТКОВІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ ТА НАПРЯМИ ЙОГО РЕФОРМУВАННЯ	294
---	-----

Фесенко Н.В. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	311
---	-----

Логупова Н.А., Красовская Н.А. ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ - ВЕКТОР СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА	317
---	-----

Марчук А. ОСОБЛИВОСТІ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ЗА УМОВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	328
---	-----

Сахно Є.Ю., Богдан М.В., Калінько І.В., Двослазова М.В. ЗАСТОСУВАННЯ КРЕДИТНО-МОДУЛЬНОЇ СИСТЕМИ ПРИ ПІДГОТОВЦІ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ	334
--	-----

Бижигит А.Г. ЭВОЛЮЦИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ИНДУСТРИИ ИСЛАМСКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ	342
--	-----

Колесніченко В.Ф., Іванченко Ю.Ф. РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ БАНКУ ЯК СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	351
---	-----

Мироненко Є.В., Фоміченко І.П., Кондратенко О.О. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	357
---	-----

Кадол Л.В. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКОНСТРУКЦІЇ СТАРОЇ ЗАБУДОВИ	363
---	-----

Сизоненко О.В. ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ ОПЕРАЦІЙ З НЕМАТЕРІАЛЬНИМИ АКТИВАМИ	368
--	-----

Діордіца С. Г. КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ	375
---	-----

Сакун Л.М., Чубка А.Ю. ПОРТФЕЛЬНИЙ АНАЛІЗ У РОЗРОБЦІ СТРАТЕГІЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА	382
--	-----

Шевчук В.Ю. ТЕХНОЛОГІЯ ОПТИМІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ХЛІБЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕГІОНУ	387
---	-----

Судомир С.М. ПОТЕНЦІАЛ МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ ТА МЕТОДО- ЛОГІЯ ЙОГО ОЦІНКИ	392
---	-----

Сулевський В.В. ОЦЕНКА ФАКТОРОВ СТОИМОСТИ БИЗНЕСА: АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ КОНСЕРВНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УКРАИНЫ	398
--	-----

Баранець Г.В., Зелінська О.О. СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ І ПАСИВАМИ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ	410
---	-----

Костеріна О.О. ВПЛИВ РЕСУРСНОГО ЧИННИКА НА РІВЕНЬ КОНКУРЕНТО- СПРОМОЖНОСТІ ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	418
---	-----

Марченко О. І., Штельмах Л. О. ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ	423
---	-----

Мірошніченко Т.Є. ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ФАКТОР ДЕРЖАНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА РОЗВИТКУ	429
--	-----

Гончаренко О.В., Василенко А.П., Ганжа О.В. УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ	441
Череп А.В., Авдієнко А.Г. МІЖБЮДЖЕТНІ ТРАНСФЕРТИ ЯК ДІЄВИЙ ІНСТРУМЕНТ ВІДНОСИН МІЖ БЮДЖЕТАМИ	446
Погрішук Б.В. ВПЛИВ РИНКОВОЇ СЕГМЕНТАЦІЇ, ПОСЕРЕДНИЦТВА ТА БІРЖОВОЇ ТОРГІВЛІ НА РОЗВИТОК ЗЕРНОПРОДУКТОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ	454
Редько К. Г. НОВІТНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ В СИСТЕМІ КОНТРОЛІНГУ	461
Тісагдіо І.Ю. ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ПІДБОРУ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ	467
Міщенко В.А., Клунко Н.С. ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ В УПРАВЛІННЯ ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ФАРМАЦЕВ- ТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	473
Домницкая А.В. АКТУАЛІЗАЦІЯ РОЗВИТКУ ЕТИКИ І СОЦІАЛЬНОЇ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В КОРПОРАЦІИ	480
Бирюков В.В. ЗДРАВООХРАНЕНИЕ КАК КАЧЕСТВЕННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА НАЦИИ	489
Немченко В.В., Шишкина К.В. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	496
Сержук А.В. СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНА КОНЦЕПЦІЯ ПРОСУВАННЯ ЛІКЕРО-ГОРІЛЧАНИХ ВИРОБІВ В УКРАЇНІ	500
Шаровська Т.С. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО КОНТРОЛЮ РЕАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	507
Лушова Н.І. ПРИНЦИПИ ТА ФУНКЦІЇ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	516

Полозова Т.В., Кривцун В.І. ОЦІНКА ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	522
Волошина Л.В. ОЦІНКА БАНКОМ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЗИЧАЛЬНИКА	528
Коваленко О.М. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ: СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ УМОВИ ЙОГО ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ	534
Борович О.В. КЛАСИФІКАЦІЯ НЕПРЯМИХ ВИТРАТ: ВПЛИВ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОЇ ТЕОРІЇ	542
Дьяченко М.Г. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ АССОРТИ- МЕНТОМ ПРОДУКЦИИ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ	548

Том III

Пархоменко Е. А., Соколова Л. В. КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА НА ПРЕД- ПРИЯТИИ	553
Потсева М.А. ПОСЛЕКРИЗИСНАЯ РЕВИЗИЯ МЕТОДОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ	558
Любимовська Т.М., Брижань І.А. ВИКОРИСТАННЯ ЛАНЦЮГА ЦІННОСТЕЙ ДЛЯ ПОШУКУ ДЖЕРЕЛ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	567
Величко О.П. КОГНІТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АКТИВНИХ МЕТОДІВ НАВЧАННЯ ПРИ ПІДГОТОВЦІ МЕНЕДЖЕРІВ-ЕКОНОМІСТІВ АПК	575
Приходько Л.М. ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОБІТ З ОПТИМІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ	583
Василенко Ю.О. ЗАСТОСУВАННЯ НОВІТНЬОГО ОБЛАДНАННЯ ПРИ ІНКУБАЦІЇ ЯЄЦЬ	588

**Економіка:
проблеми теорії та практики**

Збірник наукових праць

Випуск 259

У 7 томах

Том II

Українською, російською і англійською мовами

Видається з квітня 1996 р., виходить раз на місяць
Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу
масової інформації КВ
№ 3354 від 10 липня 1998 р.

Відповідальний редактор *С. В. Єкімов*
Комп'ютерна верстка *В.Б. Гордашевський*

Здано до друку 04.01.2010. Підписано до друку 06.01.2010.

Формат 60·84 ¹/₁₆. Спосіб друку – ризограф.
Ум. друк. арк. 16,45. Тираж 300 прим.

Видавництво “Наука і освіта”
Свідоцтво про внесення до Держреєстру ДК № 919 від 21.05.2002 р.
м. Дніпропетровськ, вул. Бердянська, 61б
тел. (056) 370-13-13, (0562) 35-78-19, 34-29-61