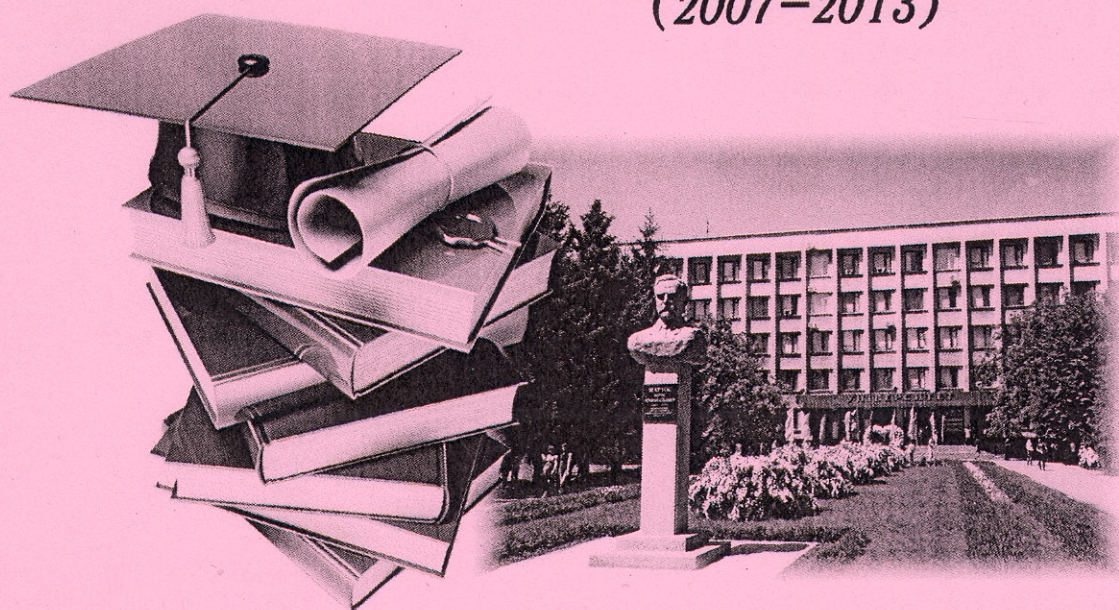


Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
(ПУЕТ)

БІБЛІОТЕКА

**ДИСЕРТАЦІЙНІ РОБОТИ,
ЗАХИЩЕНІ В НАУКОВИХ РАДАХ
ПОЛТАВСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ**

*Бібліографічний анований
показчик літератури
(2007–2013)*



Полтава
ПУЕТ
2014

**Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
(ПУЕТ)**

БІБЛІОТЕКА

**ДИСЕРТАЦІЙНІ РОБОТИ, ЗАХИЩЕНІ
В НАУКОВИХ РАДАХ ПОЛТАВСЬКОГО
УНІВЕРСИТЕТУ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ**

**Бібліографічний анотований покажчик літератури
(2007–2013)**

**Полтава
ПУЕТ
2014**

УДК 016
ББК 91
Д 48

Дисертаційні роботи, захищені у Наукових радах Полтавського університету економіки і торгівлі : бібліографічний покажчик літератури / укладач бібліограф I категорії Н. Є. Шляхова. – Полтава : ПУЕТ, 2014. – 51 с.

Бібліографічний покажчик містить перелік дисертаційних робіт, захищених у Наукових радах Полтавського університету економіки і торгівлі за період 2007–2013 рр. Бібліографічні описи дисертацій доповнені анотаціями і розміщені в хронологічному порядку. Довідково-бібліографічний апарат містить: іменний покажчик дисертантів, покажчик назв дисертацій.

Видання може бути корисним майбутнім науковцям, а також спеціалістам, що займаються науково-інформаційною діяльністю.

ЗМІСТ

<i>Передмова</i>	4
Дисертації.....	5
Іменний покажчик дисертантів.....	45
Покажчик назв дисертацій	48

ПЕРЕДМОВА

Полтавський університет економіки і торгівлі здійснює підготовку спеціалістів у галузі фінансів, обліку та аудиту, міжнародної економіки, економіки підприємства, менеджменту, управління персоналом та економіки праці, інформатики, економічної кібернетики, маркетингу, товарознавства та комерційної діяльності, організації торгівлі, товарознавства та експертизи в митній справі. Університет розташований у центральній частині Полтави, духовній столиці України, одному з найкрасивіших і екологічно безпечних міст лівобережної України.

До складу викладацького корпусу входить більше 60 докторів наук та професорів, 304 кандидатів наук та доцентів.

У 2012 році університет підтвердив отриманий раніше Міжнародний Сертифікат 440030QM08 Міжнародної мережі сертифікації (IQNet) і Німецького органу сертифікації системи управління якістю (DQS GmbH) про відповідність освітньої діяльності міжнародним стандартам якості серії ISO 9001:2008.

Правилом освітньої діяльності Полтавського університету економіки і торгівлі є здійснення зазначеної діяльності на базі новітніх наукових досягнень вчених університету, які є результатом власних досліджень в галузі знань, які покладені в основу професійної підготовки з кожного напрямку.

Наукові школи ПУЕТ генерують нові знання та створення нових технологій. З метою впровадження у виробництво та комерціалізації науково-технічних розробок, науково-організаційним відділом розроблено каталог завершених науково-дослідних розробок за період з 2008 по 2013 рік.

Формування наукової спадщини є основою розвитку вищої освіти України в сучасних умовах. Лише за останні 5 років, викладачами університету зроблено значний теоретико-методичний і практичний внесок до бази наукових здобутків ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», результатом якого стало видання 158 монографій, 853 підручників і навчальних посібників, понад 600 публікацій за кордоном і майже 5000 в Україні. За цей період в університеті проведено 85 конференцій на яких оприлюднено результати наукових досліджень

Ректорат університету приділяє багато уваги підготовці науково-педагогічних кадрів. На сьогодні в аспірантурі університету навчається 50 аспірантів. В університеті працюють дві докторські спеціалізовані вчені ради з економічних наук – Д 44.877.01 за спеціальностями 08.00.03 – Економіка та управління національним господарством і 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами.

Станом на 01.01.2014 р. у спеціалізованих вчених радах ПУЕТ захищено 6 докторських та 58 кандидатських дисертацій.

Зав. аспірантурою і докторантурою ПУЕТ

К. Дзеверіна

ДИСЕРТАЦІЇ

2007

1. **Димитрова, С. М. Оцінка ефективності маркетингової стратегії підприємства на основі бренд-підходу [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / С. М. Димитрова. – Донецьк, 2007. – 186 с. ББК 65.290-211.1 Д46**

Розкрито вплив бренду на трансформацію змісту маркетингової стратегії підприємства. Визначено сутність та зміст маркетингової стратегії підприємства на основі бренд-підходу. З позиції бренд-підходу, за основним способом проникнення і дії фірми в маркетинговому середовищі визначено п'ять маркетингових стратегій підприємства. Запропоновано алгоритм формування маркетингової стратегії на основі бренд-підходу та проаналізовано фактори, які впливають на ефективність маркетингової стратегії. Виявлено основні недоліки та переваги наявних методів оцінки ефективності маркетингової стратегії підприємства.

Обґрунтовано критеріальні показники та розроблено метод оцінки ефективності маркетингової стратегії підприємства на основі бренд-підходу, який дозволяє зробити комплексну всебічну оцінку ефективності маркетингової стратегії підприємства щодо розвитку своїх брендів.

Запропоновано два нових методи соціометричної оцінки торговельної марки: визначення соціометричного статусу торговельної марки та визначення сили торговельної марки на основі оцінки вагомості її атрибутів.

2. **Загорулькін, О. М. Формування інноваційної стратегії сталого розвитку підприємства [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / О. М. Загорулькін. – Сімферополь, 2007. – 211 с. ББК 65.290-55 3-14**

Створення стійкої організаційно-економічної моделі розвитку підприємств індустрії туризму на основі використання ефективної інноваційної стратегії є найбільш істотним важелем, здатним забезпечити динамічний розвиток економіки України.

Теоретичне і методичне осмислення сутності інноваційної стратегії в забезпеченні життєздатності і життєстійкості підприємств в індустрії туризму дає можливість трансформувати процеси стихійного та інтуїтивного пошуку шляхів їх ефективного розвитку в науково обґрунтовані, що стане найважливішою умовою оздоровлення національної економіки. У цих роботах розглядаються основи розвитку індустрії туризму, досліджуються найбільш розвинені територіальні сегменти туризму, а також аналізуються фактори, що впливають на розвиток туризму в Україні. Разом з тим

проблеми формування інноваційної стратегії сталого розвитку підприємств індустрії туризму не знайшли достатнього висвітлення, а зарубіжний досвід потребує адаптації до сучасних умов розвитку вітчизняної туристичної галузі.

**3. Куценко, А. В. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємства [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / А. В. Куценко. – Полтава, 2007. – 258 с.
ББК 65.9(4Укр)421.8 К95**

Дисертація присвячена вирішенню недостатньо розроблених теоретичних і практичних завдань управління ефективністю діяльності підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації України. У дисертації поглиблено теоретичні засади поняття «ефективність»; удосконалено концептуальні положення управління ефективністю діяльності підприємства; визначено зміст і склад організаційно-економічного механізму управління ефективністю діяльності підприємства; розроблено алгоритм діагностики його функціонування на основі методу аналізу ієрархій. У дисертації проведено дослідження соціально-економічного розвитку підприємств системи споживчої кооперації в цілому та торговельної галузі зокрема.

Здійснено діагностику функціонування організаційно-економічного механізму управління ефективністю діяльності підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації та проведено оцінку можливостей його вдосконалення за опрацьованим методичним підходом. Розроблено напрями вдосконалення та методику формування організаційно-економічного механізму управління ефективністю діяльності підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації України. Проведено оцінку змін досліджуваного механізму за розробленим методичним підходом.

**4. Лубенченко, О. Е. Формування конкурентних переваг аудиторських фірм [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / О. Е. Лубенченко. – Алчевськ, 2007. – 290 с.
ББК 65.053.9(4Укр)8 Л82**

Висвітлено особливості діяльності аудиторських фірм. Охарактеризовано український ринок аудиту і його суб'єкти. Встановлено особливості діяльності аудиторських фірм та обґрунтовано необхідність її вивчення. Оцінено рівень інтенсивності конкуренції на регіональних ринках аудиту. Запропоновано принциповий підхід до формування конкурентних переваг аудиторських фірм.

У роботі доведено, що основою конкурентоспроможності аудиторських фірм виступає підсистема якісних характеристик, наявність яких створює переваги в конкурентній боротьбі й дає можливість таким організаціям пристосуватися до мінливих умов конкуренції. Визначено складові

конкурентоспроможності аудиторських фірм, критерії якості аудиторських послуг, відмінність поняття планування аудиторської діяльності від планування в загальноекономічному сенсі. Розроблено план перевірки розрахунків із бюджетом з податку на прибуток і проведено його тестування за методом аналізу ієрархій рішень, запропоновано непрямий метод визначення прихованої суми податку на доходи фізичних осіб, заробітної плати, відрахувань до Пенсійного фонду, фонду соціального страхування на випадок безробіття, фонду соціального страхування в зв'язку з тимчасовою втратою працездатності, фонду соціального страхування від нещасних випадків, валових доходів, податкових зобов'язань.

Як один із чинників формування конкурентних переваг запропоновано порядок формування рейтингу аудиторських фірм.

**5. Пожар, А. А. Економічні та організаційні особливості розвитку кредитної кооперації в Україні [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / А. А. Пожар. – Полтава, 2007. – 250 с.
ББК 65.9(4Укр)262.118 П46**

Дисертацію присвячено визначенню унікальної соціально-економічної і фінансової природи закладів кредитної кооперації і, зокрема, кредитних спілок, тенденціям їх становлення та розробці заходів щодо удосконалення та оптимізації їх розвитку на сучасному українському ринку фінансових послуг.

У дисертаційній роботі досліджуються економічні та організаційні особливості розвитку кредитної кооперації в Україні, зокрема – кредитних спілок як кредитних кооперативів і господарюючих суб'єктів сфери послуг. Аналізуються соціально-економічні передумови відродження і сучасні умови становлення кредитної кооперації в Україні, а також її управлінські принципи. Введено поняття «соціально-активного середовища кредитної спілки» як соціально-однорідної групи населення, об'єднаної спільним інтересом і готовою до спільної діяльності (кооперації) з метою задоволення існуючих спільних потреб. Пропонуються шляхи удосконалення економічних механізмів діяльності кредитних спілок, їх стабілізації і реструктуризації шляхом злиття, пошуку нових джерел кредитних ресурсів. Розроблено організаційно-економічні заходи із підвищення ефективності та оптимізації надання фінансових та інших послуг членам кредитних спілок.

**6. Рибалко, Л. А. Формування системи управління якістю споживчої кооперації України [Текст] : дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 : захищена 13.02.08 / Л. А. Рибалко. – Полтава, 2007. – 341 с. + CD.
ББК 65.9(4Укр)421.8-803.2-21 Р49**

У дисертаційній роботі проведено комплексне дослідження теоретичних, методичних і практичних аспектів формування системи управління

якістю у галузі торгівлі споживчої кооперації України у сучасних умовах господарювання кооперативних підприємств і організацій. У роботі розглянуто економічну сутність управління якістю, сучасний зміст організації процесу формування систем управління якістю, поглиблено теоретико-методологічні підходи до визначення категорій системи управління якістю.

У дисертації проведено дослідження основних тенденцій і особливостей розвитку торгівлі споживчої кооперації, здійснено оцінку реалізації функцій управління якістю на засадах системного підходу, документального забезпечення на підприємствах та в організаціях системи споживчої кооперації. Розроблено алгоритми та процедури вдосконалення системи управління організацій та підприємств торгівлі споживчої кооперації, за рахунок формування системи управління якістю на основі процесного підходу.

2008

- 7. Бакало, Н. В. Управління розвитком малих підприємств під впливом факторів макросередовища [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Н. В. Бакало. – Полтава, 2008. – 254 с. ББК 65.291.3 Б19**

У дисертації поглиблено теоретичні підходи до визначення категорії «мале підприємство» та тенденцій розвитку підприємств малого бізнесу; визначено особливості системи функціонування малих підприємств і впливу факторів макросередовища на їх розвиток; розроблено порівняльну рейтингову оцінку ділової активності малих підприємств Полтавської області; проаналізовано ступінь впливу факторів макросередовища на управління розвитком малих підприємств Полтавського регіону; виявлено особливості управління розвитком малих підприємств регіону з врахуванням факторів макросередовища шляхом оцінки системи факторів, що найбільш впливають на процес управління малими підприємствами Полтавщини; визначено організаційне забезпечення діагностики впливу факторів макросередовища на функціонування малих підприємств; проведено прогнозування впливу факторів макросередовища; розроблено рекомендації щодо вдосконалення процесу управління малими підприємствами.

У дисертаційній роботі здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано нові підходи до розробки практичних рекомендацій щодо управління розвитком малих підприємств під впливом факторів макросередовища.

- 8. Іванов, Ю. В. Формування конкурентних переваг вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг України [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Ю. В. Іванов. – Полтава, 2008. – 178 с. + CD. ББК 74.58(4Укр) І-20**

Дисертація присвячена вирішенню недостатньо розроблених теоретичних і практичних завдань щодо формування конкурентних переваг ви-

щих навчальних закладів на ринку освітніх послуг України. У дисертації поглиблено теоретичні засади поняття «освітня послуга»; удосконалено концептуальні підходи щодо формування конкурентних переваг вищих навчальних закладів; розроблено методику кількісної оцінки конкурентоспроможності вищого навчального закладу. Проведено дослідження ринку освітніх послуг України в цілому та по регіонах.

Здійснено діагностику конкурентного стану та механізму формування конкурентоспроможності вищих навчальних закладів України, проведено оцінку можливостей його вдосконалення. Розроблено напрями вдосконалення та методику формування конкурентних переваг вищих навчальних закладів. Запропоновано використання бенчмаркінгу при формуванні комплексу конкурентних переваг та конкурентних стратегій в діяльності вищих навчальних закладів України

У дисертації здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано нове розв'язання актуального наукового та практичного завдання – розробки теоретико-методичних і практичних рекомендацій щодо формування комплексу конкурентних переваг вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг України.

**9. Олійник, В. П. Ефективність економічних відносин підприємств і організацій роздрібної торгівлі споживчої кооперації [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / В. П. Олійник. – Полтава, 2008. – 278 с. + CD.
ББК 65.9(4Укр)421.8 О-54**

У дисертації наведено теоретичне узагальнення і запропоновано нове вирішення наукового та практичного завдання – розробки теоретико-методичних та практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності економічних відносин підприємств і організацій роздрібної торгівлі споживчої кооперації. Визначено, що в економічній літературі недостатньо уваги приділялося дослідженню економічних відносин як економічної категорії, у тому числі в споживчій кооперації. Це дозволило узагальнити та обґрунтувати власне визначення понять «економічні відносини об'єктів управління споживчої кооперації», «ефективність економічних відносин» з визначенням їх особливостей формування в роздрібній торгівлі кооперативних підприємств і організацій. Проблеми теоретичного обґрунтування сучасної структури економічних відносин підприємств і організацій роздрібної торгівлі споживчої кооперації, управлінсько-організаційних зв'язків зумовили необхідність розробки їх класифікації за різними ознаками. У роботі удосконалено класифікацію економічних відносин об'єктів управління споживчої кооперації, що надає можливість підвищити ефективність взаємовідносин підприємств і організацій роздрібної торгівлі споживчої кооперації як всередині системи, так і за її межами.

Визначено критерії оцінки ефективності економічних відносин підприємств і організацій роздрібної торгівлі споживчої кооперації. Обґрунтовано оцінку ефективності економічних відносин кооперативних підприємств і організацій роздрібної торгівлі, запропоновано методику розрахунку інтегрального коефіцієнту ефективності економічних відносин. Запропоновані методичні підходи дозволили виявити проблеми розвитку економічних відносин об'єктів управління та визначити шляхи підвищення ефективності економічних відносин підприємств і організацій роздрібної торгівлі споживчої кооперації в ринкових умовах господарювання.

**10. Соколовська, В. В. Стратегія ціноутворення підприємств сфери індивідуальних побутових послуг [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 : 2.07.08 / В. В. Соколовська. – Хмельницький : Хмельницький нац. ун-т, 2008. – 185 с.
ББК 65.9(4Укр)442.1 С59**

У дисертаційній роботі розглянуто економічну сутність та особливості індивідуальних побутових послуг як об'єкту ціноутворення, визначено сутність ціни цих послуг та систематизовано їх види, обґрунтовано методологічні засади стратегічного управління ціноутворенням в підприємствах сфери індивідуальних побутових послуг. Досліджена цінова динаміка на ринку індивідуальних побутових послуг України та визначені її основні тенденції на сучасному етапі.

Обґрунтовано методологічні підходи до вибору видів стратегій ціноутворення підприємствами сфери індивідуальних побутових послуг, цінової сегментації ринку цих послуг та критерії вибору цільових сегментів, на яких підприємство передбачає здійснювати свою діяльність у стратегічній перспективі, прогнозування структури цін на індивідуальні побутові послуги.

У дисертаційній роботі наведено теоретичне узагальнення та отримано нове вирішення актуальної науково-прикладної проблеми щодо комплексної розробки теорії та методології формування стратегії ціноутворення підприємств сфери індивідуальних побутових послуг.

**11. Худолей, В. Ю. Розвиток підприємств вуглеводного сектору паливно-енергетичного комплексу України [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / В. Ю. Худолей. – Х. : Міжнар. наук.-техн. ун-т, 2008. – 184 с.
ББК 65.9(4Укр)305.6 Х98**

Дисертація присвячена проблемам розвитку підприємств вуглеводного сектору ПЕК України. Визначено його роль в економіці, розроблені методологічні та методичні основи вирішення проблем енергозабезпечення

країни на основі інноваційного розвитку підприємств сектору. Запропоновано концептуальні положення щодо альтернатив забезпечення потреб у вуглеводнях.

Дано оцінку ресурсної бази та енергетичного потенціалу вуглеводневого сектору ПЕК України. Проаналізовано сучасний стан виробничих потужностей підприємств сектору. Досліджено перспективи альтернативних джерел вуглеводнів, інших джерел енергії та розглянуті можливості їх використання в Україні. Запропоновано основні напрями та організаційні форми активізації інноваційних процесів на підприємствах сектору. Розроблено методичні підходи до оцінки ефективності інвестицій в інноваційні проекти. Запропоновано механізм інноваційної підтримки розвитку підприємств вуглеводневого сектору ПЕК України.

У дисертаційній роботі обґрунтовано пріоритети розвитку сировинної бази та виявлення резервів підвищення ефективності роботи підприємств сектору.

12. Черниш, І. В. Управління створенням інвестиційної привабливості туристично-рекреаційного комплексу Полтавської області [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / І. В. Черниш. – Полтава, 2008. – 208 с.

ББК 65.9(4Укр-4Пол)433 Ч-49

У дисертаційній роботі проведено комплексне дослідження теоретичних, методичних і практичних аспектів управління створенням інвестиційної привабливості туристично-рекреаційного комплексу Полтавської області. Також досліджено методологічні засади управління підприємствами туристично-рекреаційного комплексу України, проаналізовано систему інвестиційної привабливості туристично-рекреаційного комплексу та управління туристично-рекреаційним комплексом і його продуктом. Проведено аналіз туристично-рекреаційного потенціалу Полтавської області, моніторинг інвестиційної діяльності в туристично-рекреаційному комплексі області та діагностику управління створенням інвестиційної привабливості туристично-рекреаційного комплексу Полтавської області. Розроблено модель удосконалення управління створенням інвестиційної привабливості туристично-рекреаційного комплексу Полтавської області у вигляді туристично-рекреаційного регіонального кластера.

Обґрунтовано методичний підхід до управління створенням інвестиційної привабливості туристично-рекреаційного комплексу та механізм подолання дискомфорту при створенні інвестиційної привабливості. У дисертації здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано новий підхід до вирішення актуального наукового та практичного завдання – розробки теоретико-методичних і практичних рекомендацій щодо оптимізації управління створенням інвестиційної привабливості туристично-рекреаційного комплексу Полтавської області в сучасних умовах.

**13. Яловега, Н. І. Формування системи маркетингових комунікацій на підприємствах споживчої кооперації [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Н. І. Яловега. – Полтава, 2008. – 218 с.
ББК 65.9(4Укр)421.8-211.1 Я51**

Дослідження присвячено теоретичному обґрунтуванню та методологічному вирішенню актуального науково-практичного завдання щодо формування системи маркетингових комунікацій на підприємствах споживчої кооперації в умовах динамічного конкурентного середовища. В роботі узагальнено основні підходи до розуміння системи маркетингових комунікацій, виявлено проблеми маркетингового стратегічного управління комунікаціями, вдосконалено класифікацію, функції та принципи маркетингових комунікацій, розглянуто поняття ефективності системи маркетингових комунікацій.

В дисертації проведено маркетингові дослідження практики використання системи маркетингових комунікацій окремими галузями системи споживчої кооперації України. Розроблено рекомендації щодо вдосконалення управління системою комунікацій в умовах маркетингової орієнтації підприємств. Розроблено і запропоновано до використання розрахунок ефективного застосування системи маркетингових комунікацій, проведення якого базується на комплексній інтегральній оцінці конкурентоспроможності маркетингових об'єктів та на оптимізаційній моделі застосування комунікаційних інструментів.

**14. Ярова, І. І. Управління просуванням товаропотоків підприємств засобами Інтернет-технологій [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 : захищена 28.05.08 / І. І. Ярова. – Полтава, 2008. – 222 с.
ББК 65.290-211.1с51 Я78**

Дисертація присвячена розробці і обґрунтуванню теоретичних положень, методичних і практичних рекомендацій щодо формування сучасного механізму управління просуванням продукції підприємств засобами Інтернет-технологій. У роботі досліджено маркетингові та логістичні аспекти просування продукції підприємств на ринок.

Обґрунтовано роль мережі Інтернет у просуванні продукції підприємств на ринок; оцінено сучасний стан та визначено проблеми використання Інтернет-технологій підприємствами України, висвітлено практичний досвід організації та управління просуванням продукції національними підприємствами з використанням Інтернет-технологій; запропоновано систематизацію бізнес-моделей Інтернет-проектів міжорганізаційної електронної взаємодії залежно від ступеня інтеграції Інтернет-технологій у господарську діяльність підприємства. Розроблено методику вибору оптимальної моделі Інтернет-проекту підприємства для різних цілей елек-

тронної присутності та функціонування у мережі Інтернет в умовах специфіки діяльності окремого підприємства. Запропоновано методологічні підходи до визначення ефективності впровадження Інтернет-технологій в управлінні просуванням продукції на ринок, здійснено комплексну оцінку ефективності впровадження Інтернет-проекту в управлінні просуванням продукції підприємств регіону.

У дисертаційній роботі на основі всебічного аналізу теорії та практики міжорганізаційної електронної взаємодії за напрямом електронної комерції «підприємство – підприємство» (B2B), а також узагальнення розробок щодо становлення та ефективності використання Інтернет-технологій у галузі збуту запропоновано розв’язання актуальної науково-практичної проблеми – управління просуванням продукції підприємств засобами Інтернет-технологій. У процесі дисертаційного дослідження вирішено усі поставлені завдання, що дало змогу досягти поставлену мету.

2009

**15. Антоненко, О. Б. Управління прибутком енергопостачальних компаній від надання послуг з передачі та постачання електроенергії [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / О. Б. Антоненко. – Полтава, 2009. – 203 с.
ББК 65.9(4Укр)305.7 А72**

Дисертація присвячена розробці теоретичних, методичних і практичних рекомендацій щодо управління прибутком енергопостачальних компаній від надання послуг з передачі та постачання електроенергії.

У роботі поглиблено теоретико-методологічні засади управління прибутком від надання послуг з передачі та постачання електричної енергії; обґрунтовано пропозиції щодо подолання суперечності у нормативному й організаційно-економічному забезпеченні сфери надання послуг з передачі та постачання електричної енергії; узагальнено методичний інструментарій до урахування прибутку при обчисленні витрат енергопостачальних компаній в Україні та інших країнах.

У дисертації здійснено аналіз прибутку енергопостачальних компаній і діючих концептуальних підходів до управління ним; запропонований інструментарій економетричного та експертного аналізу ефективності діяльності енергопостачальних компаній та управління їх прибутком; узагальнено і класифіковано фактори, які впливають на рівень прибутку компаній в умовах існуючої тарифної методики. Запропоновано підхід до формування організаційно-економічного механізму управління прибутком енергопостачальних компаній; обґрунтовано методику управління прибутком енергопостачальних компаній у контексті енергетичної безпеки країни; розроблено емпіричну модель управління прибутком в умовах існуючої тарифної методики й автоматизовано її реалізацію.

У дисертаційній роботі здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано практичні рекомендації щодо управління прибутком енергопостачальних компаній від надання послуг з передачі та постачання електроенергії.

**16. Артюшина О. Л. Управління персоналом акціонерних товариств торгівлі [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / О. Л. Артюшина ; Рада по вивченню продуктивних сил України НАНУ. – К., 2009. – 272 с.
ББК 65.050.2 А86**

Розкрито економічну сутність персоналу в акціонерних товариствах. Визначено сутність трудової мотивації як економічної основи управління персоналом. Відображено сучасний стан мотиваційного управління персоналом на торговельних підприємствах, ступінь впливу нематеріальних стимулів на трудову мотивацію. Виявлено складові соціокультурних факторів формування персоналу акціонерних товариств торгівлі.

Удосконалено методику оцінки персоналу в системі управління акціонерними товариствами торгівлі. Розглянуто принципи економічного управління персоналом, обґрунтовано методичні підходи до формування персоналу в системі управління акціонерним товариством торгівлі.

**17. Бєлов, О. В. Формування і оцінка науково-технічного потенціалу зовнішнього середовища підприємств на ринку послуг [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / О. В. Бєлов ; Полт. ун-т спожив. кооп. України. – Полтава, 2009. – 268 с.
ББК 65.290 Б43**

Сучасний соціально-економічний розвиток є неможливим без широкого застосування інновацій, впровадження нових товарів, послуг, технологій, методів організації виробництва. Здійснення інноваційної діяльності невід’ємно пов’язане з процесами формування і розвитку її науково-технічного потенціалу. У трансформаційній економіці саме розвиток науково-технічного потенціалу дозволить забезпечити сталий довгостроковий розвиток підприємств, їх конкурентоздатність і економічну безпеку як на вітчизняних, так і на світових ринках послуг.

Дисертація є самостійним, завершеним дослідженням автора, в якому викладено авторський варіант методики оцінки науково-технічного потенціалу зовнішнього середовища підприємств на ринку послуг України. На основі узагальнення концептуальних підходів, викладено авторські розробки щодо концептуального обґрунтування соціально-економічних пріоритетів перспективного розвитку науково-технічного потенціалу зовнішнього середовища підприємств.

- 18. Боїн, В. О. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 : захищена 24.12.09 / В. О. Боїн ; Полт. ун-т спожив. кооп. України. – Полтава, 2009. – 192 с.
ББК 65.9(4Укр)421.1-13 Б77**

Проведено дослідження недостатньо розроблених теоретичних та практичних завдань управління конкурентоспроможністю діяльності підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації України. Запропоновано визначення поняття «конкурентоспроможність». Удосконалено концептуальні положення управління конкурентоспроможністю діяльності підприємства. Розглянуто зміст і склад організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю діяльності підприємства. Розроблено алгоритм діагностики його функціонування на підставі методу комплексного інтегрального оцінювання. Досліджено соціально-економічний розвиток підприємств системи споживчої кооперації у цілому та торговельної галузі зокрема.

Проведено діагностику функціонування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю діяльності підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації, обґрунтовано можливості його удосконалення з використанням запропонованого методичного підходу. Обґрунтовано напрями удосконалення та методика формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю діяльності підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації України.

- 19. Гончар, Л. А. Підвищення ефективності комерційної логістики на підприємствах роздрібної торгівлі [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 : захищена 10.06.09 / Л. А. Гончар. – Дніпропетровськ, 2009. – 237 с.
ББК 65.421.2-80в6 Г65**

У дисертації представлено результати дослідження актуальних проблем теорії і практики впровадження комерційної логістики на підприємствах роздрібної торгівлі, визначення її ефективності, механізму впровадження та розробки стратегії підвищення ефективності комерційної логістики. У роботі обґрунтовано сутність комерційної логістики, її функціональні підсистеми, розглянуто проблеми, пов'язані з впровадженням комерційної логістики, узагальнено методика та запропоновано алгоритм оцінки ефективності комерційної логістики на торговельних підприємствах.

Проаналізовано стан, тенденції та перспективи розвитку роздрібної торгівлі як підґрунтя для вибору стратегії, удосконалено механізм впровадження комерційної логістики на підприємствах роздрібної торгівлі,

проведено комплексний аналіз ефективності комерційної логістики, що дозволило згрупувати торговельні підприємства за рівнем її впровадження. Визначено шляхи підвищення ефективності комерційної логістики за рахунок економіко-математичного моделювання вибору постачальників, оптимізації витрат на транспортні перевезення товарів. Запропоновано концепцію формування стратегії підвищення ефективності комерційної логістики на підприємствах роздрібної торгівлі.

**20. Григораш, О. М. Стратегічне управління товарним асортиментом та якістю товарів в системі споживчої кооперації України [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 : захищена 11.11.09 / О. М. Григораш. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2009. – 206 с.
ББК 65.9(4Укр)421.8 Г83**

У сучасних умовах господарювання стає очевидним необхідність стратегічного підходу до управління асортиментом та якістю товарів, який забезпечує нову «філософію» управління, його здійснення на якісно новому рівні. Незважаючи на широкий науковий інтерес до проблем стратегічного управління як за кордоном, так і в Україні, багато проблем залишились недостатньо вирішеними, а його втілення в практику діяльності підприємств споживчої кооперації зазнає труднощів.

Дисертація присвячена вирішенню теоретичних і практичних завдань щодо використання стратегічного управління товарним асортиментом та якістю товарів на торговельних підприємствах споживчої кооперації України. У дисертації розроблено комплексну систему управління товарним асортиментом і якістю товарів на основі маркетингу, що забезпечує комплексний підхід до управління.

Запропоновано науково-методичні підходи щодо оцінки рівня ефективності закупівельної діяльності; рівня ефективності магазинного і складського господарства та рівня ефективності обслуговування покупців у торговельних підприємствах системи споживчої кооперації.

**21. Джаферова, С. Е. Управління матеріальними ресурсами в торговельних підприємствах на ринку будівельних матеріалів [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 : захищена 7.10.09 / С. Е. Джаферова. – Полтава, 2009. – 180 с.
ББК 65.9(4Укр)421.1 Д40**

У дисертаційній роботі розкрито економічні основи виникнення і розвитку управління ресурсами та витратами, досліджено процес управління матеріальними ресурсами й обґрунтовані методологічні підходи щодо формування матеріальних ресурсів у торговельних підприємствах на ринку будівельних матеріалів. Проведено аналіз формування матеріальних

ресурсів, дано оцінку ефективності системи управління матеріальними ресурсами.

Запропоновано маркетингово-логістичну систему управління матеріальними ресурсами в торговельних підприємствах на ринку будівельних матеріалів, визначено роль інформаційних систем під час прийняття ефективних управлінських рішень. Адаптовано модель беззбиткової діяльності торговельних підприємств на ринку будівельних матеріалів.

**22. Карпенко, Ю. В. Формування та використання потенціалу торговельних підприємств [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Ю. В. Карпенко. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2009. – 233 с.
ББК 65.9(4Укр)421.1 К26**

Дисертаційна робота присвячена теоретико методичному обґрунтуванню процесу формування та використання потенціалу торговельних підприємств, опрацюванню практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності торговельної діяльності.

У роботі з'ясовано сутність економічної категорії «потенціал торговельного підприємства»; узагальнені види та структура потенціалу торговельних підприємств; сформульовані методичні підходи до оцінки потенціалу торговельних підприємств. Здійснено діагностику сучасного стану та умов функціонування роздрібної торгівлі в Україні; проведені дослідження стану складових елементів потенціалу торговельних підприємств.

Запропоновані напрями удосконалення процесу формування та використання потенціалу торговельних підприємств, що дозволяють забезпечити зростання збутового потенціалу за рахунок опрацювання раціональної асортиментної структури товарів з урахуванням зміни економічної кон'юнктури; удосконалити систему управління продажем товарів шляхом використання Internet-торгівлі; проаналізувати показники ефективності сервісу торговельних підприємств та визначити шляхи їх оптимізації.

**23. Остряніна, С. В. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємств на ринку молокопродуктів [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 : захищена 23.12.09 / С. В. Остряніна ; Полт. ун-т спожив. кооп. України. – Полтава, 2009. – 226 с.
ББК 65.9(4Укр)306.7-13 О-79**

В умовах трансформації ринкової економіки в Україні спостерігається певна тенденція до поживавлення діяльності на ринку молокопродуктів. Ринкові реалії актуалізують нові проблеми в процесі управління молокопереробними підприємствами, виводячи на перший план кількісні та якісні властивості їх конкурентоспроможності в контексті здатності до самовививання та забезпечення розвитку.

У дисертації досліджено еволюцію наукових поглядів щодо категорій «конкуренція», «конкурентоспроможність». Здійснено комплексний аналіз тенденцій і динаміки розвитку ринку молокопродуктів України, визначено цільову сегментацію ринку цільномолочної продукції. Обґрунтовано ідентифікацію структури конкуренції в розрізі продуктових сегментів ринку цільномолочної продукції України, враховуючи потреби споживачів і способи їх задоволення. Запропоновано структуру механізму управління конкурентоспроможністю підприємств на ринку молокопродуктів.

**24. Павленко, И. Г. Управление развитием предприятий рекреационного комплекса [Текст] : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.04 / И. Г. Павленко. – Симферополь, 2009. – 260 с.
ББК 65.9(4Укр)433 П12**

Рекреационный комплекс является частью социально-экономико-экологической системы, а такие системы с точки зрения управления отличаются высоким уровнем неопределенности складывающихся в них ситуаций, неполнотой информации, отсутствием качественной и достоверной диагностики. В стратегическом управлении рекреационным комплексом важным является формирование программ, состоящих из множества проектов. Эффективность программы, содержащей набор проектов, необходимо оценивать по многим критериям. В этом случае возникает многокритериальная задача на множестве альтернатив, и возможно также применение схемы нелинейных компромиссов.

Одним из условий использования методики определения интегрального показателя уровня развития предприятий рекреационного комплекса, является создание информационно-аналитической базы, включающей материалы нормативно-правового, статистического, программного, научного, учебно-методического, рекламно-информационного, коммерческого характера; формирование соответствующей организационной инфраструктуры.

Главная цель системы управления заключается в обеспечении эффективного функционирования предприятия. Отсюда соответствующим критерием эффективности самого управления является степень достижения цели.

**25. Поканевич, Ю. В. Оцінка ефективності менеджменту торговельного підприємства [Текст] : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.04 / Ю. В. Поканевич ; Полт. ун-т спожив. кооп. України. – Полтава, 2009. – 217 с.
ББК 65.9(4Укр)421.1-21 П48**

Запропоновано: вперше: типову матрицю оцінки ефективності менеджменту торговельного підприємства, горизонтальні квадранти якої ди-

ференційовані за видами менеджменту (загальноорганізаційний, операційний, інвестиційний, фінансовий), а вертикальні каскадовані за рівнями управління підприємством, розроблено нові інтегральні показники оцінки ефективності менеджменту торговельного підприємства – коефіцієнт приросту ринкової вартості підприємства на вкладений капітал та коефіцієнт соціальної ефективності управління, удосконалено: теоретичні положення щодо широкого спектра категорій і понять, пов'язаних з проблемою оцінки ефективності менеджменту, методологічні засади селективного формування індикативної системи оцінки ефективності менеджменту торговельного підприємства з урахуванням варіативності щодо кількості ієрархічних рівнів організаційної структури управління, набуло подальшого розвитку: концептуальні засади та методологія впровадження контролінгу ефективності менеджменту торговельного підприємства, наукове обґрунтування підходів до класифікації, структурування та визначення потреби в інформації для оцінки ефективності менеджменту торговельного підприємства, критеріально-цільовий підхід до аналізу та оцінки комплексного впливу на ефективність менеджменту торговельних підприємств інтернальних чинників у комплексі з екстернальними. Сфера використання: підприємства торгівлі.

26. Швед, В. В. Економічний механізм формування контрактних імпорتنих цін підприємств на споживчі товари [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / В. В. Швед. – Хмельницький, 2009. – 180 с. ББК 65.25 Ш34

Дисертація присвячена дослідженню теоретичних та прикладних аспектів удосконалення економічного механізму формування контрактних імпорتنих цін підприємства на споживчі товари. Визначено економічну сутність та сформульовано поняття «контрактна імпортна ціна» і «економічний механізм формування контрактних імпорتنих цін». Обґрунтовано пропозиції щодо розширення діючої класифікації контрактних імпорتنих цін. Систематизовано основні елементи економічного механізму формування контрактних імпорتنих цін на споживчі товари. Визначено принципи оцінки ефективності формування контрактних цін підприємствами-імпортерами. Запропоновано систему показників і критеріїв оцінки ефективності формування контрактних імпорتنих цін, визначені основні тенденції імпорту споживчих товарів в Україну.

Подано характеристику основних умов формування контрактних імпорتنих цін, оцінено рівень ефективності формування цін та визначено основні фактори, що впливають на неї. Обґрунтовано методичні підходи до формування цінової політики підприємств із закупівлі та реалізації імпортованих товарів на внутрішньому споживчому ринку. Надано рекомендації по удосконаленню методів цільового контрактного ціноутворення.

Обґрунтовано пропозиції щодо удосконалення управління ціновим і валютним ризиками підприємства при імпорті споживчих товарів.

У дисертації здійснено теоретичне узагальнення і запропоновано нове прикладне вирішення проблем щодо удосконалення економічного механізму формування контрактних імпорتنих цін підприємств на споживчі товари.

**27. Штапаук, С. С. Організаційне проектування інвестиційного процесу на торговельному підприємстві [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 : захищена 24.12.09 / С. С. Штапаук ; Полт. ун-т спожив. кооп. України. – Полтава, 2009. – 247 с.
ББК 65.421.1-56 Ш87**

У дисертаційній роботі розглянуто теоретичні положення та розроблено методичні рекомендації щодо організаційного проектування інвестиційного процесу на торговельному підприємстві.

Розглянуто особливості інвестиційного процесу на торговельному підприємстві, розкрито вплив його організації на кінцеві результати. Доведено необхідність удосконалення організаційного проектування проектного офісу торговельного підприємства та його інформаційного забезпечення. Досліджено стан організації інвестиційного процесу торговельних підприємств України.

Проаналізовано основні підходи до організаційного проектування та запропоновано рекомендації щодо їх використання. Побудовано інтервальний класифікатор типів рівнів субординації, на основі якого складено ситуаційну модель вибору субординаційної структури проектного офісу. Удосконалено показники чистої приведеної вартості для оцінки стадії впровадження інвестиційних проектів та інвестиційного процесу в цілому.

2010

**28. Краснокутська, Н. С. Управління потенціалом торговельного підприємства [Текст] : дис. ... д-ра екон. наук / Н. С. Краснокутська ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К., 2010. – 545 с.
ББК 65.9(4Укр)421.1 К78**

У дисертації здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано нове розв'язання актуального наукового та практичного завдання – обґрунтування теоретичних та розробка практичних рекомендацій щодо управління маркетинговим потенціалом торговельних підприємств споживчої кооперації в сучасних умовах.

Досліджено сутність та зміст категорії «ринковий потенціал», доведено відмінність наукових поглядів на дану категорію, зазначено, що він являє собою сукупність засобів та можливостей підприємства щодо ефек-

тивної ринкової діяльності. Ринковий потенціал торговельного підприємства уособлює поєднання управлінського, маркетингового, торговельного, кадрового, фінансового, техніко-технологічного, інформаційного та інноваційного потенціалів. Зважаючи на це, маркетинговий потенціал визначено невід'ємною складовою ринкового потенціалу торговельного підприємства.

Проаналізовано зміст та структуру маркетингового потенціалу, який виражає сукупний потенціал маркетингових ресурсів і сукупний потенціал маркетингових зусиль, ефективне використання яких при наявності відповідних умов забезпечить торговельним підприємствам споживчої кооперації ефективне функціонування у маркетинговому середовищі з отриманням конкурентних переваг для досягнення поставлених цілей та задоволення потреб споживачів.

Обґрунтовано методичні засади управління маркетинговим потенціалом торговельних підприємств споживчої кооперації. Визначено, що управління маркетинговим потенціалом являє собою безперервний процес дослідження, формування, реалізації та розвитку маркетингових ресурсів і зусиль торговельного підприємства споживчої кооперації, який спрямований на виконання його соціальної місії, досягнення ринкових цілей та задоволення потреб споживачів в умовах конкурентного середовища. З урахуванням специфіки функціонування торговельних підприємств кооперативного сектора, методичну оцінку маркетингового потенціалу здійснено за чотирма основними рівнями, що характеризують його як системоутворюючу категорію, а саме: системному, концептуальному, методичному і тактичному. Розроблено методичний підхід до оцінки конкурентоспроможності маркетингового потенціалу підприємств споживчої кооперації із застосуванням критеріїв та методів теорії прийняття рішень.

Обґрунтовано результати діагностики конкурентоспроможності маркетингового потенціалу торговельних підприємств споживчої кооперації. Визначений конкурентний профіль засвідчив, що маркетинговий потенціал торговельних підприємств споживчої кооперації потребує удосконалення відносно таких показників, як: аналітичний потенціал маркетингового інструментарію; торговельний потенціал; потенціал персоналу, що відповідає за маркетингову діяльність; потенціал фінансових ресурсів.

29. Сененко, І. А. Соціально-економічний механізм управління підприємствами та організаціями споживчої кооперації [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / І. А. Сененко ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі» (ПУЕТ). – Полтава, 2010. – 270 с.

ББК 65.9(4Укр)421.8 С31

В умовах інтеграції України у світову економіку підприємства й організації багатогалузевої системи споживчої кооперації потребують нових підходів до управління, щоб залишатись конкурентоспроможними

серед інших суб'єктів господарювання у мінливому середовищі функціонування. Вирішенням цього завдання можливо за рахунок гнучкої системи управління, яка оперативно реагує на зміни зовнішнього середовища й здатна до них адаптуватися. Для досягнення цього необхідно виробити відповідний ефективний механізм управління. Оскільки діяльність підприємств й організацій споживчої кооперації має соціальне спрямування та направлена на задоволення соціальних, економічних потреб пайовиків, працівників і населення, то доцільно концентрувати зусилля на удосконалення соціально-економічного механізму управління підприємствами та організаціями споживчої кооперації, що обумовлює актуальність і вагомість даної проблеми.

На основі дослідження взаємодії підприємств і організацій споживчої кооперації встановлено особливості їх господарювання. З'ясовано, що на формування механізму управління впливають такі аспекти як: організаційно-правова форма; специфіка галузей їх діяльності; кооперативні принципи, цілі та завдання спілок; поєднання громадського і професійного управління; комплексний підхід до управління. Визначено, що соціально-економічний механізм управління підприємствами та організаціями споживчої кооперації – засіб, який на основі методів, правил, процедур та врахування специфіки взаємодії та впливу суб'єктів ринку, забезпечує виконання управлінських функцій щодо організації економічної діяльності стосовно задоволення соціальних й економічних потреб пайовиків та працівників підприємств і організацій споживчої кооперації.

У дисертації здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано нові підходи до вирішення актуального наукового та практичного завдання формування соціально-економічного механізму управління підприємствами й організаціями споживчої кооперації.

2011

**30. Бондаренко, В. М. Маркетинг заготівельної діяльності підприємств споживчої кооперації на ринку дикорослої та лікарсько-технічної сировини [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / В. М. Бондаренко ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі» (ПУЕТ). – Полтава, 2011. – 214 с.
ББК 65.9(4Укр)421.8-211.1 Б77**

На сучасному етапі економічного та соціального розвитку України серед найбільш складних і актуальних завдань споживчої кооперації є удосконалення заготівельної діяльності. Посилення ринкових позицій споживчої кооперації в цілому та її заготівельним комплексом, зокрема, можливе завдяки впровадженню маркетингу. Дикоросла та лікарсько-технічна сировина є однією із складових видів сільськогосподарської продукції, яка може сприяти забезпеченню продовольчої безпеки країни та

стати каталізатором розвитку переробних галузей економіки України. В основі цього процесу повинен бути науково обґрунтований маркетинговий підхід до розвитку заготівель дикорослої та лікарсько-технічної сировини.

У дисертації здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано нове вирішення актуального наукового та практичного завдання – розробки теоретичних основ і практичних рекомендацій щодо формування системи маркетингу заготівельної діяльності підприємств споживчої кооперації на ринку дикорослої та лікарсько-технічної сировини.

**31. Гринь, В. П. Формування системи управління якістю аудиторських послуг [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / В. П. Гринь ; Запоріз. нац. ун-т. – Запоріжжя, 2011. – 233 с.
ББК 65.053.9(4Укр)8-823.21 Г85**

Дисертацію присвячено формуванню системи управління якістю аудиторських послуг і розробленню відповідних практичних рекомендацій.

Досліджено генезис теорії управління якістю аудиторських послуг, узагальнено й систематизовано її понятійно-категоріальний апарат, розкрито концептуальні основи формування системи управління якістю аудиторських послуг, проаналізовано зарубіжний досвід формування системи управління якістю аудиторських послуг і можливості його використання в Україні. Проведено аналіз комплексного розвитку управління якістю аудиторських послуг на вітчизняному ринку; визначено економічні проблеми якості аудиторських послуг і резерви підвищення ефективності системи управління; обґрунтовано методичні підходи до оцінки системи управління якістю аудиторських послуг. Розроблено комплекс заходів щодо формування системи контролю якості послуг аудиторських фірм.

**32. Дейнека, О. Є. Формування маркетингової стратегії розвитку роздрібного мережевого підприємства [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / О. Є. Дейнека ; Європ. ун-т, Тернопільська філія. – Тернопіль, 2011. – 263 с.
ББК 65.421.21-211.1 Д27**

Мережеві підприємства стали рушійною силою розвитку роздрібної торгівлі в Україні упродовж останніх років. Порівняно з самостійними торговельними закладами такі підприємства продемонстрували вищі показники операційної діяльності, сконцентрували значні фінансові та кадрові ресурси, сформували кращу атмосферу обслуговування клієнтів, а тому почали визначати умови співпраці своїм партнерам, постачальникам і посередникам.

Розвиток національних роздрібних мережеских підприємств має свої особливості, оскільки відбувається в умовах недосконалої нормативно-правової бази, відсутності регулювання з боку держави, а тому його наслідками виявилися стихійність розвитку мереж, що позначилися на показниках діяльності таких роздрібних підприємств.

У дисертаційній роботі теоретично узагальнено та розроблено нові наукові підходи до формування маркетингової стратегії роздрібно-мережеского підприємства, що забезпечить виважений та ефективний розвиток та конкурентоспроможність національних роздрібних мережеских підприємств в умовах ринку.

**33. Карпенко, Є. А. Процесно-орієнтоване управління підприємствами роздрібно-торгівлі [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Є. А. Карпенко ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі» (ПУЕТ). – Полтава, 2011. – 342 с.
ББК 65.421.21 К26**

У дисертаційній роботі здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано новий підхід до розв'язання актуального наукового та практичного завдання – розробки теоретико-методичних і практичних рекомендацій щодо застосування процесно-орієнтованого управління підприємствами роздрібно-торгівлі.

Досліджено еволюцію наукових підходів до управління підприємствами на основі історичного та логічного методів, визначено місце і роль процесно-орієнтованого управління в теорії менеджменту, досить вагоме підґрунтя для формування якого було закладено ще до середини ХХ ст. представниками наукового, адміністративного, поведінкового та кількісного підходів. Це дозволяє розвивати теоретико-методологічну базу процесно-орієнтованого управління, що ґрунтується на процесному підході як системоутворюючому елементі для інтеграції сукупності методів оптимізації управління і основних досягнень підходів і теорій, що поширилися останнім часом, і передбачає безперервне управління системою взаємопов'язаних процесів.

**34. Клемпарська, М. М. Шляхи та резерви підвищення ефективності використання інвестицій для розвитку рекреаційних підприємств АР Крим [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / М. М. Клемпарська ; Полт. у-н. екон. і торг. – Полтава, 2011. – 335 с.
ББК 65.9(4Укр)495-56 К48**

Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств рекреаційного комплексу є об'єктивною передумовою соціально-економічного роз-

витку Автономної Республіки Крим. Вирішенню цієї проблеми може сприяти залучення інвестиційних ресурсів у розвиток рекреаційних підприємств, що зумовлює необхідність оцінки ефективності залучених інвестицій і опрацювання напрямів підвищення інвестиційної привабливості підприємств рекреаційного комплексу.

Стимулювання залучення інвестиційних ресурсів у розвиток суб'єктів рекреаційної діяльності передбачає вдосконалення методичної бази наукових досліджень з метою обґрунтування ефективності інвестиційних проєктів, спрямованих на розвиток рекреаційних підприємств.

Здійснено теоретичне узагальнення і запропоновані підходи до вирішення актуального та науково-практичного завдання – визначення шляхів і резервів підвищення ефективності використання інвестицій для розвитку рекреаційних підприємств АР Крим.

**35. Кузьменко, О. К. Механізм управління потенціалом розвитку торговельних підприємств системи споживчої кооперації [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / О. К. Кузьменко ; Полт. ун-т екон. і торг. – Полтава, 2011. – 289 с.
ББК 65.9(4Укр)421.8 К89**

Трансформаційні зміни економіки України проявилися у вигляді комплексних інституційних і структурних перетворень. Це створило підґрунтя для розвитку підприємств, зумовило необхідність дослідження проблем їхнього розвитку загалом і потенціалу розвитку торговельних підприємств системи споживчої кооперації зокрема.

Досягнення стійкого стану господарської системи, якою є споживча кооперація України, та її ефективного функціонування, потребує вирішення складних завдань управління розвитком. Найважливішими з цих завдань є необхідність максимального використання потенційних можливостей за рахунок забезпечення суб'єктів господарської діяльності механізмом управління потенціалом розвитку підприємства, який включає управління ресурсами, можливостями та засобами торговельного підприємства в ринкових умовах. У зв'язку з цим виникає необхідність науково обґрунтованого підходу до розробки механізму управління потенціалом розвитку підприємства з урахуванням його внутрішніх особливостей і динамічності зовнішнього середовища.

У дисертації здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано нові підходи до вирішення актуального та науково-практичного завдання – обґрунтування теоретичних засад та розробки практичних підходів щодо формування ефективного механізму управління потенціалом розвитку торговельних підприємств системи споживчої кооперації.

36. Селезньова, О. О. Організаційно-економічний механізм управління ринковою діяльністю роздрібних підприємств [Текст] : дис. ... канд. екон. наук / О. О. Селезньова ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі» (ПУЕТ). – Полтава, 2011. – 229 с. ББК 65.9(4Укр)421.2 С29

У дисертаційній роботі здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано новий підхід до вирішення актуального наукового та практичного завдання – обґрунтування теоретико-методичних засад і розробки інструментарію з формування та вдосконалення організаційно-економічного механізму управління ринковою діяльністю роздрібних торговельних підприємств.

Для досягнення поставленої мети в роботі було сформульовано та вирішено такі завдання: узагальнено теоретичні положення щодо формування та розвитку організаційно-економічного механізму управління ринковою діяльністю торговельних суб'єктів господарювання; виявлено сучасні особливості ринкової діяльності роздрібних торговельних підприємств, що базуються на здійснюваному посередництві на ринку послуг і є закономірним результатом об'єктивного процесу поділу праці; розроблено методичні підходи до оцінки економічної ефективності ринкової діяльності роздрібних торговельних підприємств, яка повинна здійснюватися системою показників, що об'єктивно і достатньо повно відображає результати ринкової діяльності суб'єкта господарювання роздрібною торгівлі в цілому та в розрізі його маркетингових, економічних, соціальних і організаційних складових; проаналізовано стан і тенденції розвитку ресурсного потенціалу роздрібних торговельних підприємств.

Визначено, що торговельний сектор є вагомою соціально-економічною складовою національного господарського комплексу, розвиток якої значною мірою впливає на стан економіки країни в цілому та забезпечує задоволення як галузевих потреб, так і споживчого попиту населення; проаналізовано розвиток дрібних і середніх підприємств роздрібного торговельного сектора та встановлено, що частка малих торговельних підприємств у загальному обсязі реалізованої продукції перевищує частку малих підприємств у загальній кількості торговельних підприємств, що свідчить про вищу результативність малих підприємств торгівлі порівняно з середніми та великими; розроблено методичне забезпечення бізнес-планування ринкової діяльності роздрібного торговельного підприємства канцелярських товарів; обґрунтовано заходи з раціоналізації товарної політики роздрібного торговельного підприємства, що полягають у необхідності побудови організаційно-економічного механізму ринкової діяльності роздрібного торговельного підприємства на основі раціоналізації глибини та широти товарного асортименту; науково забезпечено вдосконалення організації логістики та каналів збуту роздрібного торговельного підприємства, що суттєво впливають на ефективність організаційно-економічного механізму управління ринковою діяльністю роздрібного торговельного підприємства.

- 37. Соколова, А. М. Національний кооперативний рух в економіці ринкового типу: стан та перспективи розвитку [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 / А. М. Соколова ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі» (ПУЕТ). – Полтава, 2011. – 313 с.
ББК 65.9(4Укр)08 С59**

Об'єктивною умовою підвищення ефективності функціонування національного господарства є створення адекватних сучасному рівню економічного розвитку структур, які враховували б історичні традиції та нові правила економічної діяльності, що об'єктивно створює сприятливі умови для розвитку кооперативних інституціональних форм.

Особливої актуальності в цих умовах набувають проблеми обґрунтування напрямів подальшого розвитку національного кооперативного руху, який своєю соціальною спрямованістю сприяє розвитку соціально-орієнтованого суспільства та підвищенню добробуту населення. Кооперативний сектор виступає при цьому дієвим механізмом регулювання й удосконалення ринкової економіки. За резолюцією Генеральної Асамблеї ООН (грудень 2009 р.) 2012 р. проголошується Міжнародним роком кооперації. Саме тому виникла необхідність глибоко дослідити теоретичні та практичні засади організації господарсько-фінансової діяльності різних видів кооперативів, що входять до складу Національного кооперативного альянсу України, та їх ролі у сфері соціальних відносин.

Наукова актуальність і практична необхідність вирішення проблем узгодженого розвитку споживчої, кредитної та сільськогосподарської кооперації як складових національного кооперативного руху в умовах трансформації економіки України зумовили вибір теми дисертаційного дослідження, його мету та завдання.

- 38. Юр'єва-Юрій, А. В. Організаційно-економічний механізм стимулювання персоналу підприємств туристичної сфери [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / А. В. Юр'єва-Юрій ; Хмельницький нац. ун-т. – Хмельницький, 2011. – 183 с.
ББК 65.9(4Укр)433.1-64**

Розвиток ринкових перетворень у туристичній сфері України потребує впровадження нових управлінських підходів, що ґрунтуються на сучасних наукових теоріях, враховують галузеву специфіку, інтереси держави, орієнтуються на отримання конкурентних переваг підприємств туристичної сфери та підвищення якості життя населення. Визначальна роль у процесі розвитку відводиться управлінню персоналом, який в сучасних умовах виступає одним з найпотужніших чинників конкурентоспроможності туристичних підприємств.

Погляд на туризм як потужну соціально-економічну систему, до складу якої входять підприємства, пов'язані між собою щільними виробничими, інформаційними та фінансовими зв'язками, вимагає перегляду системи методів стимулювання персоналу, що застосовуються в межах технологічних ланцюгів, їх максимальної адаптації до специфіки туристичного процесу в ринкових умовах господарювання.

Наукове дослідження виконано відповідно до планів науково-дослідних робіт: Хмельницького національного університету за темою «Розробка механізму стимулювання праці на підприємствах туристичної галузі» (номер державної реєстрації 0108U011029), в якій автор розробив методичні аспекти діагностики стимулювання персоналу підприємств туристичної сфери, проведено аналіз результативності функціонування механізмів стимулювання персоналу на туристичних підприємствах Вінницької області; Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету за темою «Формування та дослідження ефективних систем ціноутворення», в якій автором розроблені системи стимулювання менеджерів.

2012

- 39. Жмуденко, В. О. Формування економічної безпеки аграрної сфери на регіональному рівні [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 / В. О. Жмуденко ; Уман. нац. ун-т садівництва. – Полтава, 2012. – 200 с.
ББК 65.9(4Укр)32-983 Ж77**

Для досягнення економічної стабільності в Україні ключовим завданням є підтримка сталого рівня економічної безпеки. За умов активізації глобалізаційних процесів та нестабільності економік пріоритетного розвитку потребують ті сфери національної економіки, в яких країна може мати конкурентні переваги. Для України такою сферою є аграрна. Економічна безпека аграрної сфери є важливою складовою економічної безпеки держави, яка набуває вагомого значення для подальшого розвитку України. В наш час в аграрній сфері відбуваються істотні трансформаційні зміни, які спричинені вступом України до СОТ. При цьому змінюється роль економічної безпеки та відбувається коригування методик її забезпечення. З огляду на це особливої актуальності набувають проблеми застосування ефективної системи оцінки стану економіки аграрного сектору, виявлення внутрішніх і зовнішніх загроз та розробки механізмів їх нейтралізації.

У цій науковій роботі автор запропонував стратегію економічної безпеки регіону, механізм її реалізації та методичний підхід до визначення рівня економічної безпеки аграрної сфери на регіональному рівні. Метою дисертаційного дослідження є обґрунтування теоретичних, науково-мето-

дичних положень та розробка практичних рекомендацій, щодо формування економічної безпеки аграрної сфери в умовах регіонального господарювання.

- 40. Зінченко, О. М. Ефективність функціонування підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації на сільському споживчому ринку [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / О. М. Зінченко ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі» (ПУЕТ). – Полтава, 2012. – 289 с.
ББК 65.9(4Укр)421.8 3-63**

Необхідною умовою функціонування вітчизняних промислових підприємств на сучасному етапі розвитку економіки України є забезпечення їхньої ефективності. Макроекономічна нестабільність та, як наслідок, посилення динамічності й сили впливу факторів зовнішнього середовища ускладнюють процес функціонування підприємств, що відбивається на їх кінцевих результатах. Забезпечення ефективності функціонування підприємств стає основним завданням відродження та подальшого розвитку ключових галузей промисловості, зокрема машинобудування.

Актуальність теми дослідження підтверджується наявністю значної кількості підприємств, які мають від'ємний фінансовий результат: близько третини підприємств машинобудівної галузі є збитковими (32,3 % у 2011 р.).

Одним із шляхів забезпечення ефективності функціонування підприємства є удосконалення управління ним на основі впровадження якісної системи оцінювання ефективності. Потреба у теоретичних і практичних розробках з оцінки ефективності функціонування підприємства в процесі адаптації підприємств до економічних умов є ключовою. Особливо це стосується оцінки факторів внутрішнього середовища, використання яких за сучасних умов дозволить суттєво підвищити ефективність вітчизняних машинобудівних підприємств.

Метою дисертаційної роботи є розвиток теоретичних положень, обґрунтування та розробка методичних і практичних рекомендацій щодо оцінювання ефективності функціонування підприємства.

- 41. Кальченко, О. М. Інноваційно-інвестиційний механізм підвищення ефективності підприємств туристичної галузі [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / О. М. Кальченко ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі» (ПУЕТ). – Полтава, 2012. – 208 с.
ББК 65.9(4Укр)433.1 К17**

У сучасних економічних умовах вирішальну роль у підвищенні ефективності функціонування підприємств туристичного бізнесу відіграють

інновації, активне впровадження яких дозволить суб'єктам господарювання забезпечити стійкі темпи розвитку та посилити конкурентні позиції на вітчизняному та світовому туристичних ринках. Разом з тим, розробка та ефективне використання інновацій потребує збільшення обсягів інвестування підприємств, запровадження такої інвестиційної політики, яка б визначала пріоритетність фінансування інноваційної діяльності. Таким чином, дослідження інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств туристичної сфери та обґрунтування інноваційно-інвестиційного механізму підвищення їх ефективності є надзвичайно актуальним.

Метою роботи є розробка теоретико-методичних засад і практичних рекомендацій щодо функціонування та розвитку підприємств туристичної галузі на основі удосконалення інноваційно-інвестиційного механізму підвищення їх ефективності.

Методологічною основою роботи є система загальнонаукових і спеціальних методів і прийомів дослідження, а саме: методи логічного узагальнення, порівняння, системний підхід – для уточнення змісту понять «інновації в туризмі», «інноваційно-інвестиційна діяльність», «інноваційно-інвестиційний потенціал туристичних підприємств»; системний аналіз – для виявлення факторів впливу на інноваційно-інвестиційну діяльність підприємств туристичної галузі; методи аналізу та синтезу – при обґрунтуванні основних джерел фінансування інноваційно-інвестиційної діяльності; економіко-статистичні методи – при проведенні аналізу стану інноваційно-інвестиційного розвитку туристичних підприємств; методи функціонально-структурного аналізу – для визначення основних структурних елементів інноваційно-інвестиційного потенціалу; кореляційно-регресійний аналіз – для оцінки факторів впливу на інноваційно-інвестиційний розвиток суб'єктів туристичної діяльності.

**42. Нікілєва, Л. О. Формування та розвиток закладів і підприємств соціального обслуговування [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Л. О. Нікілєва ; Дніпродзержин. держ. тех. ун-т. – Дніпродзержинськ, 2012. – 251 с.
ББК 60.941(4Укр) Н62**

У сучасних умовах важливим аспектом діяльності державних органів соціальної сфери та закладів і підприємств соціального обслуговування є необхідність здійснення моніторингу надання відповідних послуг та діагностики стану суб'єктів господарювання соціальної інфраструктури, визначення потреб різних категорій споживачів соціальних послуг та дослідження проблем щодо організації надання закладами і підприємствами соціальних послуг населенню. Ринок соціальних послуг, на яких функціонують зазначені заклади і підприємства, характеризується наяв-

ністю відповідної структури фінансового забезпечення як з боку державного бюджету, так і позабюджетних фондів; функціонуванням різних об'єктів соціального обслуговування, включаючи недержавні та неурядові структури; категоріями споживачів із різними потребами; видами соціальних послуг; специфічними особливостями, які притаманні саме моделі соціального забезпечення населення.

З метою забезпечення формування та розвитку закладів і підприємств соціального обслуговування розробляються та впроваджуються різні нормативно-законодавчі акти та програми на різних рівнях державного управління. Постійно здійснюється процес удосконалення чинної нормативно-законодавчої бази з метою підвищення добробуту населення та функціонування об'єктів соціальної інфраструктури, забезпечення належного фінансування державних соціальних програм та заходів на місцевих рівнях.

**43. Свічкарь, В. А. Управління інтелектуальним капіталом споживчої кооперації України [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 / В. А. Свічкарь ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі» (ПУЕТ). – Полтава, 2012. – 220 с.
ББК 65.9(4Укр)421.8 С24**

До найбільш актуальних завдань сучасного менеджменту належать ефективне управління інтелектуальним капіталом і необхідність розробки спеціальних інструментів і методів для забезпечення його використання в Україні (в усіх сферах господарської діяльності незалежно від галузевої приналежності чи форми власності). Слід зазначити, що в наш час конкурентоспроможність будь-якої галузі національної економіки залежить від упровадження інноваційних технологій і використання інтелектуального капіталу разом із іншими факторами виробництва. Саме тому дослідження аспектів формування, накопичення, ефективного використання та відтворення інтелектуального капіталу набувають важливого значення в умовах ринкової економіки, особливо з огляду на глобальні руйнівні кризові явища, що істотно впливають на сучасний стан господарських процесів. За цих умов інтелектуальний капітал розглядається як визначальний чинник підвищення рівня конкурентоспроможності економіки України та стабілізації її господарсько-фінансового стану, а також забезпечення економічного зростання в майбутньому.

Дослідження теорії та методології процесу управління інтелектуальним капіталом є значимими також з огляду на те, що споживча кооперація України накопичила значні обсяги інтелектуальних активів, але нерозвиненість теоретико-методологічної бази управління інтелектуальним ка-

піталом у системі не дозволяє продуктивно використовувати ці конкурентні переваги на внутрішньому ринку.

Актуальність названих проблем, недостатність наукових розробок, пов'язаних із особливостями управління формуванням та використанням інтелектуального капіталу в системі споживчої кооперації України у сучасний період, а також відсутність науково обґрунтованих методичних підходів до підвищення ефективності діяльності споживчої кооперації на всіх її рівнях організації за рахунок кращого використання людського капіталу та об'єктивованих нематеріальних активів і зумовили вибір теми дисертації й основні напрями дослідження за темою.

**44. Стеценко, В. В. Організаційно-економічний механізм управління маркетинговими комунікаціями в організаціях споживчої кооперації [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / В. В. Стеценко ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі» (ПУЕТ). – Полтава, 2012. – 273 с.
ББК 65.9(4Укр)421.8-211.1 С79**

Трансформаційний період становлення сучасної української економіки зумовив негативні тенденції розвитку споживчої кооперації, серед яких основними є її недостатня адаптація до ринкових форм і методів господарювання, істотне руйнування економічного й ресурсного потенціалу, проблема неефективного використання наявних ресурсів і ліквідного майна, структурної закритості, проблеми соціального характеру. Для зупинення цих процесів у споживчій кооперації проводяться глибокі реформи і перетворення, широкомасштабні заходи, які базуються на сучасних кооперативних теоріях, наукових рекомендаціях і прогнозах. Зазначене зумовлює активізацію маркетингової діяльності у сфері споживчої кооперації, необхідність науково обґрунтованого підходу до формування та вдосконалення організаційно-економічного механізму управління маркетинговими комунікаціями в організаціях споживчої кооперації з урахуванням їх внутрішніх особливостей і динамічності зовнішнього середовища.

Для досягнення високих економічних результатів сучасним підприємствам та організаціям необхідно постійно адаптовуватися до мінливих умов ринку, оскільки ускладнюються процеси формування попиту й уподобань споживачів, здійснення комунікаційного впливу на них. Реалізувати вищезазначене неможливо без застосування механізму управління комунікаційною діяльністю в організаціях споживчої кооперації.

Автор розробив рекомендації щодо формування та вдосконалення організаційно-економічного механізму управління маркетинговими комунікаціями в організаціях споживчої кооперації України.

- 45. Тітенко, Л. В. Формування та оцінка ресурсів організацій споживчої кооперації [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Л. В. Тітенко ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі» (ПУЕТ). – Полтава, 2012. – 286 с.
ББК 65.9(4Укр)421.8 Т45**

В умовах трансформаційних зрушень і розвитку української економіки на ринкових засадах закономірним є посилення інтересу сучасної вітчизняної економічної науки до проблем функціонування такої соціально значущої системи, як споживча кооперація. Однією з найважливіших функцій, реалізація якої суттєвим чином визначатиме можливості та перспективи розвитку споживчої кооперації України, є формування ресурсів її первинних ланок – районних організацій. Удосконалення механізму формування ресурсів споживчої кооперації на рівні її районних організацій є винятково актуальним завданням. Його вирішення має забезпечити стратегічне закріплення споживчої кооперації, перш за все, у ніші сільського ринку, як організуючої ланки і провідного суб'єкта у сфері соціального партнерства, пропозиції товарів і послуг місцевому населенню та контрагента особистих підсобних і фермерських господарств.

Система споживчої кооперації спрямована на соціально зорієнтовану суспільну місію, метою якої є поліпшення добробуту й умов життя її учасників (пайовиків, найманих працівників і споживачів) за рахунок кооперативного партнерства та результатів ефективної фінансово-господарської діяльності. Досягнення зазначеної мети безпосередньо залежить від ефективності формування ресурсів організацій споживчої кооперації, що є стратегічною задачею в умовах активізації ринкової кон'юнктури.

У цій науковій роботі дисертант запропонував концептуальні принципи формування та оцінки ресурсної бази установ споживчої кооперації на основі положень комплексного ресурсно-цільового підходу.

- 46. Трайно, В. М. Маркетингове управління споживачами послуг підприємств ресторанного господарства [Текст] : дис. ... канд. екон. наук. : 08.00.04 / В. М. Трайно ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі» (ПУЕТ). – Полтава, 2012. – 340 с.
ББК 65.9(4Укр)431.14-211.1 Т65**

На сучасному етапі економічного розвитку маркетингові підходи до управління підприємствами стають все більш поширеними. Посилення конкуренції на ринку ресторанних послуг, наслідки економічної кризи, що зумовлюють зниження рівня попиту, спонукають підприємства ресторанного господарства здійснювати системні заходи, щоб утримувати споживачів послуг і залучати нових клієнтів за рахунок повнішого задоволення

їх потреб. Перед зазначеними підприємствами постає необхідність активізувати маркетингові зусилля, адекватні складності та мінливості послуг у цій сфері. З огляду на це, важливого значення набуває маркетингове управління споживачами ресторанних послуг.

Однак залишаються недостатньо вивченими питання дослідження ринку ресторанних послуг з позиції з'ясування та задоволення попиту споживачів, маркетингового управління ними. Зазначене доводить актуальність теми, зумовлює формування мети, завдань, структуру роботи, наукове й практичне значення проведеного дослідження.

Метою дисертаційної роботи є наукове обґрунтування теоретичних і методичних положень та розробка практичних рекомендацій щодо вдосконалення маркетингового управління споживачами послуг підприємств ресторанного господарства.

47. Тягунова, З. О. Управління маркетинговим потенціалом торговельних підприємств споживчої кооперації України [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / З. О. Тягунова. – Полтава, 2012. – 248 с. ББК 65.9(4Укр)421.8 Т99

Формування інноваційно-орієнтованої економіки передбачає активізацію наукових досліджень щодо розвитку маркетингових можливостей торговельних підприємств споживчої кооперації, оцінки їх потенціалу з метою зміцнення конкурентних позицій на основі використання сучасних технологій управління.

Підприємства споживчої кооперації володіють значними виробничими, технологічними, трудовими ресурсами. Разом з тим, обмеженість факторів їх розвитку в конкурентному середовищі обумовлює незбалансованість маркетингових можливостей з ринковими вимогами. Як наслідок, маркетинговий потенціал підприємств споживчої кооперації реалізується не в повній мірі, а їх маркетингова активність залишається низькою, що не дозволяє підприємствам ефективно вирішувати маркетингові проблеми, кількість яких зростає одночасно з розвитком конкурентного середовища.

Однак, незважаючи на існуючі теоретичні розробки щодо становлення та розвитку маркетингової діяльності на підприємствах споживчої кооперації України, залишається ряд невирішених проблем. Зокрема, недостатньо уваги приділено питанням управління маркетинговим потенціалом торговельних підприємств, а окремі теоретико-методичні розробки їх оцінки та напрямів підвищення конкурентоспроможності є фрагментарними та дискусійними.

У даній роботі автором визначено сутність маркетингового потенціалу торговельних підприємств споживчої кооперації України.

- 48. Шаповалов, В. О. Державне регулювання розвитком акціонерного сектора національної економіки України [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 / В. О. Шаповалов ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі» (ПУЕТ). – Полтава, 2012. – 220 с. ББК 65.9(4Укр)291.6 Ш24**

В умовах поглиблення процесів глобалізації особливої актуальності набуває проблема підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Щоб її розв'язати необхідно активізувати інноваційно-інвестиційну діяльність суб'єктів господарювання та підвищити роль у цих процесах акціонерного сектора. Тому економічне зростання національної економіки безпосередньо залежить від стану акціонерного сектора в цілому і функціонування його окремих компонентів, оскільки саме він здатний швидко концентрувати фінансові ресурси, що необхідні для удосконалення структури виробництва та підвищення конкурентоспроможності національної економіки.

Незважаючи на певні позитивні зміни, підприємства акціонерного сектора України переважно перебувають у критичному стані: низький рівень конкурентоспроможності продукції більшості акціонерних товариств, спрацьованість і технічна застарілість основного капіталу, значна кількість збиткових підприємств. Наявне макросередовище та нормативно-правова база, недієвість внутрішніх інструментів корпоративного управління, нерозвиненість фондового ринку недостатньо сприяють нагромадженню акціонерного капіталу та не створює умови для ефективного господарювання більшості товариств.

Подальший розвиток національної економіки України залежить від адекватної системи державного регулювання, яка формує економічні, правові й соціальні передумови, що необхідні для залучення інвестиційних ресурсів у сферу діяльності акціонерних товариств. Лише оптимальне поєднання ринкових і державних регуляторів дасть можливість реалізувати економічний потенціал акціонерного сектора України, недостатній розвиток якого стримує інвестиційні процеси, гальмує структурну перебудову національної економіки, унеможливорює підвищення її конкурентоспроможності.

У цьому дисертаційному дослідженні автор виокремив фактори економічної безпеки акціонерного сектора та механізми її забезпечення.

- 49. Шимановська-Діанич, Л. М. Управління розвитком персоналу організацій споживчої кооперації [Текст] : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04 / Л. М. Шимановська-Діанич ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі» (ПУЕТ). – Полтава, 2012. – 445 с. ББК 65.9(4Укр)421.8-640 Ш61**

Становлення нової моделі соціально-економічного розвитку України й інтенсивність глобальних процесів зумовили необхідність змін у теоре-

тичних і науково-практичних поглядах на забезпечення розвитку систем будь-якого рівня та виду діяльності, у тому числі і споживчої кооперації. Серед факторів, які визначають умови підвищення ефективності їх розвитку, особливе місце належить людському, а рівень розвитку людей, у свою чергу, забезпечує розвиток систем.

Актуальність дисертаційної роботи посилюється тим, що науково-технічні досягнення, які сприяють і забезпечують розвиток будь-якої соціально-економічної системи та супроводжують перехід до «нової економіки» в суспільстві, примушують організації створювати цілісні системи з управління розвитком їх персоналу. Сучасна наука управління все більше орієнтується на зміну поглядів щодо місця людини у суспільному виробництві. Фактично відбувається трансформація органічного підходу в гуманістичний, коли управляють не працівником, а саме людиною. На зміну поглядам, коли персонал організації розглядають як витрати, що потрібно скорочувати, поширюється підхід до людини як до капіталу, яким треба грамотно управляти, створювати умови для розвитку та розглядати його як об'єкт інвестицій. Це потребує зміни всієї парадигми управління персоналом організації та його розвитком. Вищезазначена обставина і визначила те виняткове значення, якого набуло сьогодні ефективне управління розвитком персоналу, що забезпечує розвиток організації в цілому.

Метою дисертаційної роботи є розробка теоретико-методологічних засад і практичних рекомендацій щодо управління розвитком персоналу організацій споживчої кооперації України.

**50. Шукатко, В. В. Рефлексивне управління страхувальниками у маркетинговій діяльності страхової компанії [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / В. В. Шукатко ; Ін-т економіки промисловості НАНУ. – Донецьк, 2012. – 190 с.
ББК 65.271.11 Ш95**

Розвиток національної системи страхування та формування цивілізованих страхових відносин – одне з важливих макроекономічних завдань у галузі створення інфраструктури ринку. Сучасний етап розвитку страхового ринку в Україні характеризується зростанням конкуренції між вітчизняними страховими компаніями, а також активізацією діяльності іноземних страхових компаній.

Розроблена концепція рефлексивного управління страхувальниками у маркетинговій діяльності страхової компанії створює умови для забезпечення конкурентних переваг страхової компанії неціновими методами. Запропонована модель процесу прийняття страхувальниками споживчого рішення дозволяє визначити ключові етапи процесу прийняття рішення споживачем з метою розробки рефлексивних дій. У дисертації адаптовано методичний апарат рефлексивного управління для потреб моделювання взаємодії у страхуванні. Запропоновано методику формування вектора особис-

тих переваг страхувальників, інформаційні моделі рефлексивного управління страхувальниками, засновані на використанні методології моделювання потоків даних.

**51. Яременко, О. В. Механізм управління інвестиційною діяльністю підприємств споживчої кооперації [Текст] : дис. ... канд. екон. наук. : 08.00.04 / О. В. Яременко ; Вищ. навч.заклад Укоопспілки «Полт. ун-т економіки і торгівлі». – Полтава, 2012. – 217 с.
ББК 65.208-56 Я72**

До початку фінансово-економічної кризи на підприємствах споживчої кооперації спостерігалася позитивна динаміка зростання обсягів інвестицій, збільшення масштабів і джерел їх формування, прискорення темпів інвестиційної діяльності. Проте сучасний етап діяльності підприємств споживчої кооперації України характеризується обмеженим обсягом інвестиційних ресурсів для їхнього розвитку.

Однак здійсненню інвестиційної діяльності на підприємствах споживчої кооперації перешкоджає не лише брак фінансових та інвестиційних ресурсів, але й відсутність комплексної політики та дієвого механізму управління інвестиційною діяльністю підприємств, що пояснюється, зокрема, недостатньою відповідністю існуючого наукового інструментарію потребам підприємств. Ураховуючи ситуацію, що склалася у вітчизняній сфері споживчої кооперації, а також світовий досвід розвитку інвестування, обрана тема пов'язана з розробкою теоретичних і практичних положень щодо обґрунтування рішень у системі управління інвестиційною діяльністю підприємств споживчої кооперації України.

Дисертацію виконано відповідно до планів науково-дослідних робіт у ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» за темами: «Статистичний аналіз та інформаційне забезпечення систем моніторингу соціально-економічних процесів», «Інформаційно-аналітична підтримка управління логістикою підприємств торгівлі» у яких запропоновано науково-методичний підхід до обґрунтування напрямів інвестиційної діяльності підприємств споживчої кооперації та запропоновано науково-методичний підхід до прогнозування наслідків інвестиційної діяльності підприємств споживчої кооперації.

2013

**52. Давидова, О. Г. Державне регулювання розвитку туристичної діяльності в Україні [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 / О. Г. Давидова ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – 2013. – 220 с.
ББК 65.433-21 Д13**

На державному рівні у більшості країн світу туристична діяльність розглядається як активізатор валютних надходжень до країни, фактор під-

вищення попиту на товари національного виробництва та збільшення робочих місць. Відтак у країнах-лідерах туристичної сфери накопичено значний досвід застосування різноманітних інструментів державного стимулювання розвитку туристичної діяльності. Географічне розташування України, її природні ресурси, клімат, історико-культурний та рекреаційний потенціал, населення з високим рівнем освіти є головними передумовами розвитку туристичної діяльності на внутрішньому і зовнішніх ринках. Утім населення України формує попит переважно на зовнішніх ринках туристичних послуг. Лише впродовж 2000–2011 рр. чисельність туристів України, які виїжджали за кордон, збільшилася у 3,5 рази, тоді як внутрішні туристичні потоки скоротилися майже на половину. При цьому різні види рекреаційної діяльності, у тому числі туристичну, провадять понад п'ять тисяч вітчизняних підприємств, що спроможні прийняти українських та іноземних туристів. Водночас внесок туристичної сфери до ВВП України не досягає 2 %, а проблеми розвитку туристичної діяльності поки що не увійшли до кола державних пріоритетів.

Дисертаційна робота є складовою науково-дослідної роботи кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності, що виконана у межах наукових досліджень економічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка за держбюджетною темою: «Модернізація економіки України на засадах сталого соціально-економічного розвитку: закономірності, протиріччя, ризики» де автором узагальнено теоретичні основи державного регулювання розвитку туристичної діяльності в Україні та розроблено методичний підхід до оцінювання туристичної привабливості регіонів з позицій кластерного підходу.

**53. Захарченко, В. Ю. Механізм індикативного управління економічною безпекою національної економіки [Текст] : дис. ... докт. екон. наук : 08.00.03 / В. Ю. Захарченко ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі» (ПУЕТ). – Полтава, 2013. – 395 с.
ББК 65.050.17 3-38**

Особливістю сучасного етапу розвитку світової економіки і національної економіки України є високий рівень невизначеності і нестабільності. Нестабільність економіки України проявляється через часту зміну тенденцій розвитку як національної економіки в цілому, так і окремих її галузей. Так, якщо до 2008 року базові макроекономічні показники демонстрували стійку тенденцію до росту (в 2003–2004 році зростання промислового виробництва було рекордним для економіки України 15,8 % і 12,5 % відповідно), то в 2009 році тенденція різко змінилася (спад промислового виробництва досяг 29,6 %), наступні два роки 2010 та 2011 також не принесли визначеності й характеризувалися нестійкими і мінливими тенденціями.

Однією з причин такого розвитку подій є виняткова складність національної економіки з точки зору управління нею, обумовлена необхідністю її представлення як сукупності економічних суб'єктів, галузей, видів і форм економічної діяльності і зв'язків між ними. Більш того, істотний вплив на розвиток національної економіки чинять географічне положення України, тенденції розвитку світової економіки, що визначає рівень економічної безпеки національної економіки.

Для вирішення цієї проблеми доцільно скористатися ідеями індикативного підходу до управління економічною безпекою національної економіки, який дозволить за результатами аналізу ключових чинників, їх зв'язків і динаміки розвитку своєчасно виявляти негативні тенденції в зовнішньому і внутрішньому середовищах, які здатні значною мірою вплинути на рівень економічної безпеки національної економіки.

Тому постановка і вирішення нової актуальної проблеми розробки методології та інструментів індикативного управління економічною безпекою національної економіки через поєднання формальних і організаційно-управлінських механізмів і інструментів управління для підвищення ефективності програм і заходів соціально-економічного розвитку на рівні національної економіки є актуальною, що і визначило вибір теми дисертації, її мету і задачі.

54. Курлейко, Б. А. Ринки в системі споживчої кооперації: організаційно-економічний аспект розвитку [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Б. А. Курлейко ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі». – Полтава, 2013. – 244 с. ББК 65.422.8 К93

Дисертація присвячена обґрунтуванню теоретико-методичних та розробці науково-практичних рекомендацій з організаційно-економічного розвитку ринків споживчої кооперації в економіці ринкового типу.

Уточнено сутнісну характеристику ринків, зміст поняття «торговий ринок». Досліджено соціально-економічну роль та шляхи трансформації споживчої кооперації в економіці ринкового типу. Обґрунтовано основи, соціально-економічне значення та тенденції розвитку кооперативних ринків як суб'єктів торговельної діяльності.

Розкрито організаційно-економічні передумови адаптації ринків споживчої кооперації до конкурентного середовища. Досліджено вплив економічних трансформацій в аграрному секторі економіки на функціонування ринків споживчої кооперації. Проаналізовано стан та основні тенденції розвитку кооперативних ринків. Дана організаційно-економічна характеристика матеріально-технічній базі.

55. Лазур, П. Ю. Трансформація системи державного регулювання малого і середнього бізнесу в економіці України [Текст] : дис. ... докт. екон. наук : 08.00.03 / П. Ю. Лазур ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі» (ПУЕТ). – Полтава, 2013. – 437 с.

ББК 65.290.31-212 Л17

Малий і середній бізнес мав визначальне значення для розвитку макросоціумів в усі часи. Ця сфера, сформувавшись багато століть назад, у сучасному історичному періоді набула новітніх функцій і зазнала змін відповідно до тих соціально-економічних тенденцій, які притаманні нинішньому цивілізаційному розвитку. Зміни форм існування малого та середнього бізнесу пов'язані з трансформацією соціально-економічних систем.

Зазначена проблематика, яка охоплює як науково-дослідницький (теоретико-методологічний), так і практичний аспекти, має велике значення з погляду інтересів національного економічного розвитку. Її актуальність полягає передусім у тому, що в сучасних умовах, коли світ усе більше глобалізується, жодна з країн (навіть з наявністю істотно специфічних ознак її макроекономічної системи) не може уникнути впливу загально визначальних чинників трансформації світового економічного життя. Україна має долучатися до процесів постіндустріальних змін, які детермінують сучасний розвиток людства. При цьому суттєвою важливою є відповідна перебудова державного регулювання (у тому числі в сфері малого та середнього підприємництва). За ігнорування значимості та нагальності названих трансформацій, Україна може опинитись на узбіччі магістральних процесів світогосподарського розвитку, оскільки відповідність таким імперативам визначає одночасно досконалість економічних процесів відтворення, стійкість господарської системи в умовах економічної нестабільності, добробут суспільства, паритет країни у міжнародних відносинах тощо.

У дослідженні обґрунтовано теоретико-методологічні засади, удосконалено науково-методичне забезпечення та запропоновано практичні рекомендації щодо трансформації системи державного регулювання малого і середнього бізнесу в економіці України.

Методологічною основою дослідження є використання загальнонаукових методів пізнання, зокрема: системного методу для аналізу механізму державного регулювання у взаємозв'язку всіх його елементів, історико-логічного для ретроспективного та перспективного аналізу розвитку малого та середнього бізнесу в Україні. Сутність державного регулювання малого та середнього підприємництва, а також інших ключових категорій досліджено на підставі методу наукової абстракції. Застосування методу наукової логіки створило можливість виявити причини і наслідки впливу державного регулювання на розвиток малого та середнього підприємництва в Україні та світі.

- 56. Лисенко, М. О. Управління знаннями організацій споживчої кооперації України [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / М. О. Лисенко ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі». – Полтава, 2013.**

ББК 65.208-21 Л63

Дисертація присвячена дослідженню проблем формування теоретичних, методичних і практичних засад управління знаннями організацій споживчої кооперації України в сучасних умовах господарювання. У роботі вдосконалено категорійний апарат теорії управління знаннями. Систематизовано теоретико-методологічні підходи до управління знаннями організацій. Обґрунтовано доцільність дотримання холістичного підходу як основи розвитку системи управління знаннями організацій. Подано результати дослідження діагностики стану управління знаннями організацій споживчої кооперації України.

На основі сформованої системи показників проведено діагностику сучасного стану управління знаннями, оцінку організаційно-економічного забезпечення та аналіз стану інформаційно-технологічного забезпечення управління знаннями організацій споживчої кооперації України.

- 57. Лозова, О. В. Прогнозування та оцінювання соціально-економічного розвитку національної економіки України [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 / О. В. Лозова ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі». – Полтава, 2013. – 276 с.**

ББК 65.054.3 Л72

Розвиток світової економіки засвідчує, що єдиний природний шлях розвитку національного господарства – це побудова соціальної держави на принципах соціально орієнтованої ринкової економіки як однієї з головних умов соціально-економічного розвитку. Досягнення високого соціально-економічного розвитку не можливе без державного втручання у соціальну сферу, оскільки саме вона здатна надати економічному розвитку належного соціального спрямування. Лише за умови стабільного економічного зростання та підвищення суспільного та індивідуального добробуту населення можна досягти високого соціально-економічного розвитку країни.

Соціальна функція української держави постійно зазнає трансформації та потребує адаптації до нових економічних та політичних змін. Створення умов для соціально-економічного розвитку національної економіки належить до пріоритетів внутрішньої політики країни. Разом з тим, за результатами багатьох наукових досліджень, сучасна соціально-економічна політика не задовольняє соціальні потреби населення. Удосконалення на-

прямів соціальної політики зумовлює необхідність здійснення зважених, цілеспрямованих, ефективних управлінських рішень, які б ґрунтувалися на розумінні загальнонаціональних пріоритетів. Реалізація цих завдань потребує обґрунтування концептуальних підходів до оцінювання соціально-економічних процесів на основі розробки інструментарію вимірювання, оцінки та прогнозування соціально-економічного розвитку національної економіки, оскільки у ринкових відносинах саме воно є основою при обґрунтуванні довгострокових програм, індикативних і директивних планів та великих національних проектів безпеки в країні (довідка про впровадження № 45-122/12 від 3.09.2012 р.).

Метою дисертаційної роботи є розробка теоретико-методичних засад і практичних рекомендацій щодо формування системи прогнозування та оцінювання соціально-економічного розвитку національної економіки України.

58. Педченко, Н. С. Потенціал розвитку підприємств і організацій споживчої кооперації при стратегічному управлінні [Текст] : дис. ... докт. екон. наук : 08.00.04 / Н. С. Педченко ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі». – Полтава, 2013. – 497 с.

У сучасних умовах розвитку національної економіки та суттєвого впливу на неї глобалізації світової економіки перед машинобудівними підприємствами постають принципово нові завдання щодо забезпечення ефективності функціонування. Це викликає необхідність системного дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища з метою попередження зниження темпів виробництва, забезпечення конкурентоспроможності продукції і досягнення конкурентних переваг.

У цьому сенсі оцінка ресурсних можливостей підприємства, яка є інструментом їх досягнення, має важливе значення для прийняття управлінських рішень щодо стратегії й тактики його розвитку, які можуть бути реалізовані за умови досягнення переваги порівняно з іншими конкурентами за рахунок використання найбільш ефективної комбінації ресурсного потенціалу. Саме ті підприємства, які підтримують достатній потенціал і темпи його зростання порівняно з ресурсним потенціалом основних конкурентів, є прибутковими і конкурентоспроможними, а їх успішність залежить від того, наскільки забезпечено відповідність потенціалу зовнішньому середовищу функціонування. Така відповідність досягається завдяки стратегічному управлінню.

Дисертаційна робота виконана відповідно до плану науково-дослідних робіт Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля за темами: «Організаційно-економічні механізми управління розвитком та конкурен-

тоспроможністю вітчизняних підприємств в умовах глобалізаційних викликів», де автору належать рекомендації щодо визначення стратегічної відповідності ресурсного потенціалу, проведення за його оцінкою типологізації машинобудівних підприємств і «Обґрунтування стратегій розвитку організації й підприємств в умовах конкурентного середовища», у межах якої автором розроблено рекомендації щодо оцінки ресурсного потенціалу, що є підґрунтям вибору стратегії машинобудівного підприємства.

59. Роскладка, А. А. Моніторинг, діагностика та контроль процесів діяльності вищого навчального закладу [Текст] : дис. ... докт. екон. наук : 08.00.04 / А. А. Роскладка ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі». – Полтава, 2013. – 455 с. ББК 74.480.4в6 Р75

Провідні країни світу за останнє десятиліття практично перейшли до так званої «нової економіки». На думку спеціалістів Вищої школи економіки, основу «нової економіки» або економіки знань становлять галузі з високою питомою вагою нематеріального капіталу, до яких відносяться інформаційно-комунікаційні технології, освіта, наука та інтелектуальні послуги. Саме тому у найближчому майбутньому економіка світу в першу чергу буде залежати від рівня вищої освіти та науки.

Важливу роль у впровадженні наукового підходу до моніторингу та системного аналізу процесів вищого навчального закладу відіграють методи статистичного управління процесами, рекомендації до застосування яких містяться у Міжнародному стандарті ISO 9001. Використання цих методів забезпечує дотримання принципів: системного підходу до управління; прийняття рішень, заснованого на фактах; постійного вдосконалення процесів.

Системний аналіз процесів діяльності вищого навчального закладу в умовах інформаційної невизначеності, формування ефективної системи моніторингу процесів діяльності ВНЗ, а також практичне впровадження моніторингу й діагностики процесів і контролю ключових показників їх ефективності з метою удосконалення процесів ВНЗ є актуальною і, водночас, складною проблемою, що зумовила вибір теми дисертаційного дослідження, його мету і завдання.

Автором проведено статистичний аналіз процесів діяльності ВНЗ, здійснено моделювання системи моніторингу процесів діяльності вищого навчального закладу, розроблено експертну систему моніторингу, діагностики та контролю процесів діяльності ВНЗ.

- 60. Тараненко, О. О. Організаційно-економічний механізм забезпечення економічної стійкості торговельних підприємств [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / О. О. Тараненко ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі». – Полтава, 2013. – 213 с.
ББК 65.9(4Укр)421.1 Т19**

Дисертація присвячена дослідженню проблем забезпечення економічної стійкості торговельних підприємств. У роботі виконано низку завдань щодо забезпечення економічної стійкості: запропоновано організаційно-економічний механізм забезпечення економічної стійкості на основі самоорганізації внутрішнього середовища підприємства; вдосконалено методичний підхід до діагностики економічної стійкості, яким передбачено узагальнену оцінку та поглиблену діагностику економічної стійкості; вдосконалено методичний підхід до прогнозування економічної стійкості на основі методу аналізу ієрархій; розроблено комплекс організаційно-економічних заходів забезпечення економічної стійкості; запропоновано підхід до оцінювання ефективності забезпечення економічної стійкості.

ІМЕННИЙ ПОКАЖЧИК ДИСЕРТАНТІВ

Антоненко, О. Б.	15
Артюшина, О. Л.	16
Бакало, Н. В.	7
Бєлов, О. В.	17
Боїн, В. О.	18
Бондаренко, В. М.	30
Гончар, Л. А.	19
Григораш, О. М.	20
Гринь, В. П.	31
Давидова, О. Г.	52
Дейнека, О.Є.	32
Джаферова, С. Е.	21
Димитрова, С. М.	1
Жмуденко, В. О.	39
Загорулькін, О. М.	2
Захарченко, В. Ю.	53
Зінченко, О. М.	40
Іванов, Ю. В.	8
Кальченко, О. М.	41
Карпенко, Є. А.	33
Карпенко, Ю. В.	22

Клемпарська, М. М.	34
Краснокутська, Н. С.	28
Кузьменко, О. К.	35
Курлейко, Б. А.	54
Куценко, А. В.	3
Лазур, П. Ю.	55
Лисенко, М. О.	56
Лозова, О. В.	57
Лубенченко, О. Е.	4
Нікілєва, Л. О.	42
Олійник, В. П.	9
Остряніна, С. В.	23
Павленко, И. Г.	24
Педченко, Н. С.	58
Пожар, А. А.	5
Поканевич, Ю. В.	25
Рибалко, Л. А.	6
Роскладка, А. А.	59
Свічкарь, В. А.	43
Селезньова, О. О.	36
Сененко, І. А.	29
Соколова, А. М.	37

Соколовська, В. В.	10
Стеценко, В. В.	44
Тараненко, О. О.	60
Тітенко, Л. В.	45
Трайно, В. М.	46
Тягунова, З. О.	47
Худолей, В. Ю.	11
Черниш, І. В.	12
Шаповалов, В. О.	48
Швед, В. В.	26
Шимановська-Діанич, Л. М.	49
Штапаук, С. С.	27
Шукатко, В. В.	50
Юр'єва-Юрій, А. В.	38
Яловега, Н. І.	13
Яременко, О. В.	51
Ярова, І. І.	14

ПОКАЖЧИК НАЗВ ДИСЕРТАЦІЙ

Державне регулювання розвитком акціонерного сектора національної економіки України	48
Державне регулювання розвитку туристичної діяльності в Україні	52
Економічний механізм формування контрактних імпорتنих цін підприємств на споживчі товари	26
Економічні та організаційні особливості розвитку кредитної кооперації в Україні	5
Ефективність економічних відносин підприємств і організацій роздрібної торгівлі споживчої кооперації	9
Ефективність функціонування підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації на сільському споживчому ринку	40
Інноваційно-інвестиційний механізм підвищення ефективності підприємств туристичної галузі	41
Маркетинг заготівельної діяльності підприємств споживчої кооперації на ринку дикорослої та лікарсько-технічної сировини	30
Маркетингове управління споживачами послуг підприємств ресторанного господарства	46
Механізм індикативного управління економічною безпекою національної економіки	53
Механізм управління інвестиційною діяльністю підприємств споживчої кооперації	51
Механізм управління конкурентоспроможністю підприємств на ринку молокопродуктів	23
Механізм управління потенціалом розвитку торговельних підприємств системи споживчої кооперації	35
Моніторинг, діагностика та контроль процесів діяльності вищого навчального закладу	59

Національний кооперативний рух в економіці ринкового типу: стан та перспективи розвитку	37
Організаційне проектування інвестиційного процесу на торговельному підприємстві	27
Організаційно-економічний механізм забезпечення економічної стійкості торговельних підприємств	60
Організаційно-економічний механізм стимулювання персоналу підприємств туристичної сфери	38
Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємства	3
Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства	18
Організаційно-економічний механізм управління маркетинговими комунікаціями в організаціях споживчої кооперації	44
Організаційно-економічний механізм управління ринковою діяльністю роздрібних підприємств	36
Оцінка ефективності маркетингової стратегії підприємства на основі бренд-підходу	1
Оцінка ефективності менеджменту торговельного підприємства	25
Підвищення ефективності комерційної логістики на підприємствах роздрібно́ї торгівлі	19
Потенціал розвитку підприємств і організацій споживчої кооперації при стратегічному управлінні	58
Прогнозування та оцінювання соціально-економічного розвитку національної економіки України	57
Процесно-орієнтоване управління підприємствами роздрібно́ї торгівлі	33
Рефлексивне управління страхувальниками у маркетинговій діяльності страхової компанії	50

Ринки в системі споживчої кооперації: організаційно-економічний аспект розвитку	54
Розвиток підприємств вуглеводного сектору паливно-енергетичного комплексу України	11
Соціально-економічний механізм управління підприємствами та організаціями споживчої кооперації	29
Стратегічне управління товарним асортиментом та якістю товарів в системі споживчої кооперації України	20
Стратегія ціноутворення підприємств сфери індивідуальних побутових послуг	10
Трансформація системи державного регулювання малого і середнього бізнесу в економіці України	55
Управление развитием предприятий рекреационного комплекса	24
Управління знаннями організацій споживчої кооперації України	56
Управління інтелектуальним капіталом споживчої кооперації України	43
Управління маркетинговим потенціалом торговельних підприємств споживчої кооперації України	47
Управління матеріальними ресурсами в торговельних підприємствах на ринку будівельних матеріалів	21
Управління персоналом акціонерних товариств торгівлі	16
Управління потенціалом торговельного підприємства	28
Управління прибутком енергопостачальних компаній від надання послуг з передачі та постачання електроенергії	15
Управління просуванням товаропотоків підприємств засобами Інтернет-технологій	14
Управління розвитком малих підприємств під впливом факторів макросередовища	7

Управління розвитком персоналу організацій споживчої кооперації	49
Управління створенням інвестиційної привабливості туристично-рекреаційного комплексу Полтавської області	12
Формування економічної безпеки аграрної сфери на регіональному рівні	39
Формування інноваційної стратегії сталого розвитку підприємства	2
Формування і оцінка науково-технічного потенціалу зовнішнього середовища підприємств на ринку послуг	17
Формування конкурентних переваг аудиторських фірм	4
Формування конкурентних переваг вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг України	8
Формування маркетингової стратегії розвитку роздрібного мережевого підприємства	32
Формування системи маркетингових комунікацій на підприємствах споживчої кооперації	13
Формування системи управління якістю аудиторських послуг	31
Формування системи управління якістю споживчої кооперації України	6
Формування та використання потенціалу торговельних підприємств	22
Формування та оцінка ресурсів організацій споживчої кооперації	45
Формування та розвиток закладів і підприємств соціального обслуговування	42
Шляхи та резерви підвищення ефективності використання інвестицій для розвитку рекреаційних підприємств АР Крим	34

Інформаційне видання

ДИСЕРТАЦІЙНІ РОБОТИ, ЗАХИЩЕНІ У НАУКОВИХ РАДАХ ПОЛТАВСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Бібліографічний анований покажчик літератури
(2007–2013)

*Головний редактор М. П. Гречук
Комп'ютерна верстка Г. А. Бжікян*

*Формат 60×84/8. Ум. друк. арк. 6,4.
Тираж 10 пр. Зам. № 571.*

*Видавець і виготовлювач
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,
кімн. 115, вул. Ковалю, 3, м. Полтава, 36014; ☎ (0532) 50-24-81*

*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 3827 від 08.07.2010 р.*