

**УКРАЇНСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ
ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ**

Зубенко Вікторія Олексіївна

УДК 658.152:656.2

**ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ**

08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Харків – 2008

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Українській державній академії залізничного транспорту Міністерства транспорту та зв'язку України.

Науковий керівник: доктор економічних наук, професор
Дикань Володимир Леонідович,
Українська державна академія залізничного транспорту,
завідувач кафедри економіки, організації і управління
підприємством.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Яковлєв Анатолій Іванович,
Національний технічний університет «Харківський
політехнічний інститут»,
завідувач кафедри економіки та маркетингу;

кандидат економічних наук, доцент
Щербак Валерія Геннадіївна,
Харківський національний економічний університет,
доцент кафедри економіки та маркетингу.

Захист відбудеться „23,, травня 2008 року о 13-00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 64.820.05 Української державної академії залізничного транспорту за адресою: 61050, м. Харків, майдан Фейєрбаха, 7, ауд. 3.501.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Української державної академії залізничного транспорту за адресою: 61050, м. Харків, майдан Фейєрбаха, 7, ауд.2.209.

Автореферат розісланий „ 18” квітня 2008 року.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

І.В.Чорнобровка

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Розширення господарських зв'язків та міжнародна економічна кооперація зумовлюють постійне зростання транснаціональних потоків і міжнародного транзиту пасажирів та вантажів з метою вільного переміщення товарів, послуг, капіталів, робочої сили тощо. В умовах розвиненої мережі шляхів сполучення в Україні, наявності великої кількості перевізників, реструктуризації залізничного транспорту України, широкого включення його в систему світових господарських зв'язків відбувається значне посилення конкуренції як в межах країни, так і на міжнародному ринку. Необхідно врахувати і той факт, що клієнти, в умовах наявності великої кількості перевізників, підвищують свої вимоги до якості та безпеки транспортного обслуговування.

Для повноцінного задоволення потреб споживачів на ринку необхідно, щоб залізниці України працювали у злагодженому синхронному режимі з більшою відповідальністю щодо дотримання графіків роботи. Все це поступово і неухильно змушуватиме залізничний транспорт працювати в режимі і на рівні функціонування міжнародних транспортних коридорів. Отже, рівень техніки, технології, організації, нормативно-правового забезпечення має відповідати міжнародному.

Однак статистичні дані останніх років свідчать про те, що залізничний транспорт України функціонує з основними фондами, спрацювання яких складає майже 78%; застарілими і недосконалыми є засоби та методи ремонту і технічного обслуговування рухомого складу, залізничної колії та інших основних фондів; постійно відчувається необхідність в удосконаленні організації процесу перевезень та системи управління ним. Як бачимо, залізничний транспорт відчуває гостру необхідність в підвищенні ефективності використання транспортних засобів, нарощувані техніко-експлуатаційних можливостей, удосконаленні рівня сервісного обслуговування. Все це пов'язано з пошуком дієвих організаційно-економічних механізмів інноваційного розвитку підприємств залізничного транспорту.

Зростання деяких обсягових та якісних показників діяльності залізниці за своїм характером є відновлювальним, оскільки переважно забезпечується раніше створеними виробничими потужностями і підготовленою робочою силою. Вичерпування джерел відновлювального економічного зростання залізничного транспорту висуває на перший план проблему забезпечення подальшого економічного розвитку галузі.

Все це вимагає розробки нових методологічних підходів, принципів та форм організації інноваційних процесів на підприємствах залізничного транспорту. У зв'язку з цим проблема організації, розвитку та забезпечення ефективності інноваційного процесу на підприємствах залізничного транспорту набуває визначального характеру для виходу галузі з критичного стану та забезпечення її конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому транспортних ринках.

Останнім часом проблема забезпечення ефективності інноваційної діяльності знаходить своє відображення в численних наукових публікаціях, що зумовлено її трансформацією в один з вирішальних факторів підвищення ефективності діяльності господарюючих суб'єктів.

Теоретичним і методологічним основам інноваційної діяльності, питанню забезпечення ефективності інноваційної діяльності та її активізації в межах країни, галузей економіки та окремих підприємств присвятили свої праці вітчизняні та зарубіжні вчені: С.Г.Галуза, Л.Ю.Гордієнко, В.Л.Дикань, О.Г.Дейнека, П.Н.Завлін, О.С.Іванілов, С.М.Ілляшенко, М.А.Йохна, Д.І.Ковальов, Ю.Ф.Кулаєв, В.П.Куренков, Л.Н.Матросова, І.А.Павленко, В.І.Пасічник, А.А.Пересада, Н.В.Поповенко, Є.М.Сич, Б.Санто, Л.О.Українська, Е.А.Уткін, В.Г.Федоренко, В.Г.Щербак, В.Г.Шинкаренко, Й.Шумпетер, А.І.Яковлев та багато інших.

Проте у вищезгаданих наукових працях недостатньо уваги було приділено проблемі ефективного відновлення матеріально-технічної бази залізничного транспорту, не в повному обсязі визначено теоретичні основи проведення інноваційних перетворень галузі, а також залишається малодослідженою проблема розробки механізмів комплексного забезпечення ефективності інноваційних процесів саме підприємств залізничного транспорту. Крім того, існуючі підходи до вирішення даної проблеми, як правило, мають різноспрямований характер і являють собою рекомендації, пов'язані з рішенням окремих питань щодо забезпечення ефективності інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту. Актуальність зазначеної проблеми та недостатній рівень її вивчення зумовили вибір теми, формування мети і завдань дисертаційного дослідження, головною метою якого є забезпечення прискореного інноваційного розвитку підприємств залізничного транспорту.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота є ініціативною і одночасно складовою частиною досліджень, виконаних відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» № 40-IV від 04.07.2002р., Закону України «Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в Україні» №433 - IV від 16.01.2003р., Концепції Державної програми реформування залізничного транспорту, а також до Програми розвитку національної мережі міжнародних транспортних коридорів в Україні на 2006 – 2010 роки. Напрямок дисертаційного дослідження відповідає плану наукових робіт кафедри економіки, організації та управління підприємством Української державної академії залізничного транспорту.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є наукове обґрунтування і розробка теоретико-методологічних та методичних підходів до забезпечення ефективності інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту.

Для реалізації поставленої мети в дисертаційному дослідженні вирішуються такі завдання:

- визначити сутність поняття «внутрішня потреба підприємства в інноваціях» та окреслити види внутрішніх потреб підприємства в інноваціях в залежності від впливу зовнішнього середовища;
- обґрунтувати методологічні основи визначення внутрішніх потреб підприємства в інноваціях підприємств залізничного транспорту;
- визначити зміст поняття «інновація» та притаманні йому основні характеристики;

- класифікувати інновації щодо виникнення потреби по відношенню до підприємства;
- удосконалити принципи функціонування маркетингового забезпечення інноваційного процесу на підприємствах залізничного транспорту;
- покращити модель інноваційного процесу на підприємствах залізничного транспорту;
- розробити методіку планування маркетингових витрат на реалізацію інноваційного проекту в залежності від очікуваних результатів;
- удосконалити методичний підхід до визначення пріоритетності реалізації інноваційних проектів на підприємствах залізничного транспорту.

Об'єктом дослідження є інноваційні процеси на підприємствах залізничного транспорту в умовах реформування галузі.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методологічних і практичних положень і методів комплексного забезпечення ефективності інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту.

Методи дослідження. Теоретичною і методологічною основою дисертаційної роботи є системний комплексний підхід, методи статистичного і фінансово-економічного аналізу обробки статистичної інформації, абстрактно-логічний метод та методи економіко-математичного моделювання. Системний комплексний підхід було використано при визначенні основних чинників макро- та мікросередовищ залізниці для визначення основних умов функціонування підприємств залізничного транспорту, що, в свою чергу, безпосередньо впливають на їх внутрішні потреби в інноваціях; абстрактно-логічний — при теоретичному узагальненні та формуванні висновків; методи статистичного і фінансово-економічного аналізу — при аналізі стану українських залізниць та визначенні кола головних внутрішніх потреб підприємств залізничного транспорту в інноваціях; методи економіко-математичного моделювання — для побудови інтегрального показника визначення пріоритетності впровадження інноваційних проектів, що враховує результати інноваційної діяльності і основні завдання стратегії розвитку підприємства.

Інформаційною основою дисертаційної роботи є закони, нормативні та правові акти Президента України, Верховної Ради України та Кабінету Міністрів України, матеріали Державного комітету статистики, Міністерства транспорту та зв'язку України, Національного Банку України, монографічні та періодичні, українські та зарубіжні видання, інформація із всесвітньої мережі Інтернет, результати власних досліджень автора.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у наступному:

вперше:

- введено у науковий обіг поняття «внутрішня потреба підприємства в інноваціях» як необхідність у створенні, удосконаленні або реорганізації виробничих, управлінських, маркетингових та інших процесів усередині самого підприємства і його організаційних структур та класифіковано внутрішні потреби підприємства в інноваціях в залежності від впливу зовнішнього середовища, що дозволяє створювати механізми забезпечення ефективності інноваційного процесу;

удосконалено:

- визначення економічного поняття «інновація» як джерела одержання ефекту і задоволення нових чи підвищених потреб споживачів, в ролі яких виступають як зовнішні споживачі, так і самі підприємства-новатори;
- методологічні основи визначення внутрішніх потреб в інноваціях підприємств залізничного транспорту шляхом урахування виду внутрішньої потреби підприємства в інноваціях, що суттєво уточнює, поглиблює та доповнює напрями забезпечення ефективності інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту;
- принципи функціонування маркетингового забезпечення інноваційного процесу на підприємствах залізничного транспорту шляхом включення до їх складу принципу врахування внутрішніх потреб підприємства в інноваціях;
- модель інноваційного процесу через виділення внутрішніх джерел інноваційних ідей і визначення особливостей їх впливу на інноваційний процес та врахування принципів функціонування маркетингового забезпечення, що створює умови для ефективного розвитку підприємств залізничного транспорту;
- методику планування маркетингових витрат на реалізацію інноваційного проекту в залежності від очікуваних результатів, що дозволить підвищити ефективність інноваційної діяльності підприємств за рахунок зменшення недоцільних витрат;
- методичний підхід до визначення пріоритетності реалізації інноваційних проектів на підприємствах залізничного транспорту на базі інтегрованого показника, що враховує результати їх інноваційної діяльності і завдання стратегії розвитку підприємства;

дістало подальшого розвитку:

- класифікація інновацій за рахунок їх групування по виникненню потреби стосовно відношення до підприємства з урахуванням виду потреби споживача, що дозволяє ще на ранніх стадіях створення нововведення орієнтуватися на задоволення конкретного виду потреби з метою досягнення максимального комерційного успіху нововведення.

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробці методичних підходів і конкретних практичних рекомендацій щодо комплексного забезпечення ефективності інноваційної діяльності на підприємствах залізничного транспорту, а саме: ефективної організації інноваційного процесу; зменшення кількості недоцільних маркетингових витрат на реалізацію інноваційного проекту; визначення пріоритетності реалізації інноваційних проектів, що дозволить впроваджувати на підприємствах інноваційні проекти, які забезпечують не тільки попередньо розрахований економічний ефект, а й економічно вигідні інноваційні проекти, що відповідають довгостроковим стратегічним цілям підприємства. Окремі пропозиції дисертаційного дослідження розглянуті технічною службою Південної залізниці та службою перевезень Південно-Західної залізниці, що підтверджується актами впровадження.

Методичні розробки, запропоновані у дисертації, використовуються у навчальному процесі Інституту перепідготовки та підвищення кадрів Української державної академії залізничного транспорту при проведенні занять у групах

факультету підвищення кваліфікації, при викладанні дисциплін "Економіка залізничного транспорту", "Економіка та організація інноваційної діяльності", "Стратегічне управління підприємством" та у дипломному проектуванні, що підтверджується актом впровадження.

Особистий внесок здобувача. Основні висновки і результати дисертаційного дослідження виконані автором самостійно на основі аналізу, систематизації та узагальнення теоретичних досліджень і практичного досвіду з питань забезпечення ефективності інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту. Особистий внесок здобувача в наукові та практичні результати, що виконані у співавторстві, є такими: у роботі [1] здобувачем виявлені основні закономірності інвестування в матеріальну сферу процесу виробництва, у роботі [3] здобувачем досліджені і систематизовані існуючі підходи до визначення поняття «інновація» та удосконалено його визначення.

Апробація результатів дисертації. Основні положення, результати дослідження, висновки і пропозиції доповідалися і обговорювалися на Першій та Другій Міжнародних науково-практичних конференціях „Проблеми міжнародних транспортних коридорів та єдиної транспортної системи України" (Коктебель — 2004, 2006); 18-ій Міжнародній науково-практичній конференції „Перспективні системи управління на залізничному, промисловому і міському транспорті" (Алушта — 2005); I-ій Міжнародній науково-практичній конференції «Наукова індустрія європейського континенту - 2006» (Дніпропетровськ - 2006); Першій та Другій Міжнародних науково-практичних конференціях «Проблеми економіки і управління на залізничному транспорті» (Судак — 2006, 2007); 69-ій Міжнародній науково-технічній конференції кафедр Академії залізничного транспорту та спеціалістів транспорту і підприємств (Харків — 2007).

Публікації. Основні результати дисертації опубліковані у 15 наукових працях, зокрема 9 у фахових виданнях, і 6 тез доповідей на науково-практичних конференціях. Загальний обсяг публікацій становить 4,7 друк.арк.

Структура і об'єм роботи. Дисертація складається із вступу, трьох розділів, висновку, списку використаних джерел і додатків. Повний обсяг дисертації 210 сторінок, робота містить 25 рисунків, 16 таблиць та 9 додатків. Список використаних джерел нараховує 152 найменування.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЙНОЇ РОБОТИ

У вступі обґрунтовано актуальність теми дисертації, сформульовано головну мету і завдання, визначено об'єкт, предмет, теоретичні і методологічні основи дисертаційного дослідження, відображено його наукову новизну і практичне значення, наведено інформацію про публікації, апробацію і впровадження результатів дисертаційного дослідження.

У першому розділі «Теоретичні основи дослідження інноваційного розвитку підприємств залізничного транспорту» узагальнено теоретичні підходи щодо визначення сутності і класифікації інновацій; виконано аналіз джерел і умов виникнення інновацій на підприємствах залізничного транспорту; удосконалено визначення поняття «інновація»; дістала подальшого розвитку класифікація інновацій; проведено аналіз існуючих моделей інноваційного процесу; вперше

визначено поняття «внутрішня потреба підприємства в інноваціях» та класифіковано їх в залежності від впливу зовнішнього середовища.

Вичерпування джерел відновлювального економічного зростання та забезпечення конкурентоспроможності залізничного транспорту в умовах жорстокої конкурентної боротьби як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках транспортних послуг спонукує керівників підприємств залізничного транспорту підвищувати технічний рівень виробництва, поліпшувати якість надання послуг, знижувати витрати виробництва і прагнути до підвищення ефективності інноваційної діяльності.

Аналіз чинників, що стримують інноваційний розвиток підприємств залізничного транспорту, зіставлення його з аналізом фінансово-господарської діяльності галузі та порівняння з результатами конкуренції на ринку транспортних послуг дозволили дійти висновку, що можливості економічного зростання підприємств залізничного транспорту суттєво знижуються через відсутність досконалої методики забезпечення ефективності інноваційної діяльності.

Доведено, що головною умовою забезпечення ефективності інноваційної діяльності є спрямування інноваційної діяльності на задоволення потреб споживачів новим, інноваційним способом. Самі по собі винаходи, технічні рішення, ідеї та інші результати науково-дослідної діяльності містять лише потенційну можливість одержання певного ефекту, що буде мати місце тільки у випадку практичного споживання інноваційного продукту споживачами.

В результаті аналізу існуючих в економічній теорії визначень сутності і природи інновацій в роботі було виявлено, що головною особливістю інновацій є зміна, а основною рисою – отримання ефекту (соціального, економічного, науково-технічного, екологічного) від задоволення нових чи підвищених потреб споживачів. Суттєвим недоліком існуючої практики є те, що при визначенні інновацій не враховано спрямування на потреби в інноваціях підприємств-новаторів. З'ясовано, що інновація — це джерело одержання ефекту і задоволення нових чи підвищених потреб споживачів, в ролі яких виступають як зовнішні споживачі, так і самі підприємства-новатори.

Важливою відмінною рисою інноваційної діяльності є двоїста роль суб'єктів інноваційного ринку, яка полягає в тому, що підприємства залізничного транспорту є одночасно споживачами науково-технічної продукції, а також його продавцями, що взаємодіють із споживачами на ринку. Як наслідок, і спрямованість інноваційної діяльності має двоїстий характер: спрямованість на потреби зовнішніх споживачів (споживачів на ринку), що є закономірною, та спрямованість на подолання своїх слабких сторін, що є помилковою, адже вони орієнтовані лише на вимоги зовнішнього середовища підприємства і не враховують при цьому потреби внутрішнього середовища, а тому не здатні забезпечити підприємству значний комерційний успіх. Визначені основні характеристики цих показників (табл.1.) доводять цей факт.

В результаті наукових досліджень з'ясовано, що тільки внутрішні потреби підприємства в інноваціях спроможні бути основою для ефективного інноваційного розвитку підприємств залізничного транспорту.

Під «внутрішньою потребою підприємства в інноваціях» слід розуміти необхідність у створенні, удосконаленні або реорганізації виробничих, управлінських, маркетингових та інших процесів усередині самого підприємства і його організаційних структур з метою забезпечення ефективності його функціонування.

Таблиця 1

Основні характеристики показників „аналіз внутрішнього середовища підприємства” та „внутрішня потреба підприємства в інноваціях”

Характеристика	Аналіз внутрішнього середовища підприємства	Внутрішня потреба підприємства в інноваціях
1	2	3
Мета	- виявити резерви і можливості підприємства; - визначити напрями адаптації внутрішніх можливостей підприємства до змін умов зовнішнього середовища	- визначити внутрішні потреби підприємства в інноваційних змінах; - пошук шляхів максимального задоволення існуючих потреб інноваційним способом з метою підвищення ефективності діяльності підприємства
Орієнтований	на вимоги зовнішнього середовища підприємства	на вимоги і зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства
Відповідальні за виконання	функціональні служби підприємства	функціональні служби підприємства

Залежно від впливу зовнішнього середовища внутрішні потреби підприємства в інноваціях слід класифікувати на первинні (виникають всередині підприємства без впливу на те зовнішніх споживачів) та вторинні (виникають всередині підприємства, на основі аналізу потреб споживачів на ринку).

Для досягнення максимального комерційного успіху інноваційної діяльності необхідно вже на ранніх стадіях створення нововведення орієнтуватися на задоволення тієї або іншої потреби. З цією метою в роботі запропоновано класифікувати інновації залежно від виду потреби, що задовольняється:

1. Зовнішні інновації — виникають в результаті орієнтації інноваційної діяльності підприємства на задоволення потреб зовнішніх споживачів.

2. Внутрішні інновації — виникають в результаті орієнтації інноваційної діяльності підприємства на задоволення своїх внутрішніх потреб в інноваціях, які, в свою чергу, слід поділяти на внутрішні первинні (задоволення своїх первинних внутрішніх потреб в інноваціях) та на внутрішні вторинні (на задоволення вторинних внутрішніх потреб в інноваціях).

Розроблений класифікатор дозволить проводити цілеспрямовану роботу по розробці та освоєнню нововведень, виявляти їх сильні та слабкі сторони, відбирати найбільш ефективні варіанти можливих рішень.

В результаті аналізу існуючих на сьогоднішній день моделей інноваційного процесу було з'ясовано, що головною перешкодою ефективного інноваційного розвитку підприємств залізничного транспорту є те, що інноваційна діяльність зорієнтована тільки на потреби зовнішнього споживача, ігноруючи при цьому

внутрішні потреби самого підприємства-новатора в інноваціях. Це є грубою помилкою, здатною призвести до значних втрат. Особливо актуальним і важливим стає це питання щодо інноваційного розвитку такої технологічно і організаційно складної галузі, як залізниця.

Сформульовані висновки та пропозиції стали основою для розробки комплексної обґрунтованої методики забезпечення ефективності інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту.

У другому розділі «Основні напрямки здійснення інноваційних процесів на підприємствах залізничного транспорту» проведено аналіз економічних умов здійснення інноваційної діяльності в Україні, наведено методологічні основи визначення внутрішніх потреб підприємства в інноваціях, визначено основні напрямки інноваційних процесів на підприємствах залізничного транспорту.

Для забезпечення ефективності інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту виняткового значення набуває спрямування інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту на потреби зовнішніх споживачів транспорту та на задоволення внутрішніх потреб підприємства в інноваціях.

В результаті аналізу з'ясовано, що зовнішні споживачі залізничного транспорту дещо стабілізували своє фінансове становище і, як наслідок, підвищили свою транспортну активність та значно ускладнили потреби до якості та безпеки надання транспортних послуг. Для їх максимального задоволення підприємствам залізничного транспорту необхідно перейти на інноваційний тип розвитку.

Останнім часом відбувається збільшення обсягів міжнародних та магістральних перевезень переважно несировинних вантажів, які в свою чергу успішно освоюються автомобільним транспортом, а залізниці замикаються на масових перевезеннях сировини. Крім того, втрачає свої позиції залізниця і на пасажирському русі. У цьому напрямку пасажирообіг автомобільного транспорту виріс на 82% і досяг рівня залізничного транспорту, який незначно виріс (1,7%). З розвитком магістральних автошляхів конкурентні позиції автомобільного виду транспорту стануть міцнішими.

Спеціалізація залізничного транспорту переважно на сировинних вантажних перевезеннях зменшує його конкурентоспроможність на ринку транспортних послуг як в межах країни, так і поза нею. Особливо це стає актуальним сьогодні, коли збільшуються обсяги несировинних вантажів, а перевезення сировинних товарів втрачає свої лідируючі позиції, тобто стає малодоходним.

Основою стабільного ефективного інноваційного розвитку підприємств залізничного транспорту є внутрішні потреби підприємства в інноваціях. В основу запропонованої моделі визначення внутрішніх потреб підприємства в інноваціях були покладені основні принципи, що відповідають сучасним умовам господарювання (рис.1.).

В результаті дисертаційного дослідження з'ясовано, що головними внутрішніми потребами залізничного транспорту України на сьогодні є велика енергоємність галузі; значний фізичний та моральний знос основних фондів; необхідність в удосконаленні або створенні нових засобів та методів ремонту і технічного обслуговування рухомого складу залізниці, залізничної колії та інших основних фондів залізниці; необхідність в удосконаленні експлуатаційної роботи

залізниць, а також в удосконаленні та створенні нових методів і форм організації перевізного процесу.

Рис. 1. Модель визначення внутрішніх потреб підприємства в інноваціях

На сучасному етапі розвитку залізничного транспорту внутрішні потреби залізниць здебільшого співпадають з їх слабкими сторонами, однак задовольнивши їх інноваційним способом та перейшовши на вищий рівень розвитку, залізниці матимуть змогу задовольняти внутрішні потреби в інноваціях, які будуть з кожним разом зміцнювати конкурентні позиції залізниці на ринку транспортних послуг.

У третьому розділі «Економічний механізм забезпечення ефективності інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту» запропоновано концептуальні засади забезпечення ефективності інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту; подано методичку планування маркетингових витрат на реалізацію інноваційного проекту; удосконалено методичний підхід визначення пріоритетності впровадження інноваційних проектів на підприємствах залізничного транспорту.

Маркетингове забезпечення інноваційної діяльності є важливою складовою інноваційного процесу та загальної методики забезпечення ефективності інноваційної діяльності.

Доведено, що до основних принципів функціонування маркетингового забезпечення інноваційного процесу, крім вивчення потреб і попиту зовнішніх споживачів, створення сприятливих умов для найкращого пристосування підприємства до використання найкращих з інноваційних можливостей та забезпечення взаємозв'язку всіх етапів інноваційного процесу, повинний бути включений принцип врахування внутрішніх потреб підприємства в інноваціях як одного із головних джерел виникнення ідей для інновацій.

Удосконалена модель інноваційного процесу (див. рис.2.) дозволить врахувати принципи організації маркетингового забезпечення та всі можливі джерела інноваційного процесу, а також особливості їх впливу на інноваційний процес, спрямувати інноваційні проекти на задоволення потреб споживачів. Це свою чергу дозволить знизити можливі ризики пов'язані з розробкою та реалізацією інноваційних проектів, а також створить умови для ефективного розвитку підприємств залізничного транспорту.

Для повноцінного забезпечення інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту, окрім повної і всесторонньої оцінки ефективності, необхідно в повному обсязі врахувати і спланувати всі можливі витрати на реалізацію цих проектів.

З'ясовано, що найбільші маркетингові витрати пов'язані з формуванням попиту споживачів, мотивуванням їх та просуванням товару на ринок. Особливу увагу слід приділити формуванню маркетингових витрат, що пов'язані з реалізацією зовнішніх та внутрішніх вторинних інновацій. Доведено, що саме по

цих видах інноваційних проєктів витрати можуть значно перевищити запланований рівень, що спричинить збитковість інноваційного проєкту, отже і підприємства.

В дисертаційній роботі було запропоновано методику планування маркетингових витрат для реалізації інноваційного проєкту на підприємствах залізничного транспорту в залежності від очікуваних результатів.

Згідно запропонованої методики у випадку, коли в результаті реалізації інноваційного проєкту та проведення відповідних маркетингових заходів по забезпеченню інноваційної діяльності планується зростання ціни на одиницю інноваційної продукції і зменшення обсягу реалізації даної продукції в натуральному виразі, питому вагу маркетингових витрат у розмірі постійних витрат підприємства слід визначати за формулою:

$$\Omega < \frac{\tau \times Ц \times O(1 - \gamma)}{B_{\text{пост}}} - \frac{O \times \gamma(Ц - B_{\text{зм}})}{B_{\text{пост}}}, \quad (1)$$

де Ω — питома вага маркетингових витрат, пов'язаних з маркетинговим забезпеченням інновації у розмірі постійних витрат підприємства, %;

$Ц$ — ціна одиниці інноваційної продукції, грн;

O — обсяг реалізованої інноваційної продукції, од.;

$B_{\text{зм}}$ — змінні витрати на одиницю інноваційної продукції, грн;

$B_{\text{пост}}$ — постійні витрати підприємства за період, грн;

γ — зміна обсягу реалізації інновації, %;

τ — зміна ціни реалізації інновації, %.

Рис. 2. Модель інноваційного процесу на підприємствах залізничного транспорту

У випадку, коли після реалізації інноваційного проєкту і проведення відповідних маркетингових заходів планується збільшення ціни на одиницю інноваційної продукції і збільшення обсягу її реалізації, маркетингові витрати слід визначати за формулою:

$$\Omega < \frac{O \times Ц \times \tau(1 + \gamma)}{B_{\text{пост}}} + \frac{O \times \gamma(Ц - B_{\text{зм}})}{B_{\text{пост}}}. \quad (2)$$

Якщо планується зменшення ціни на одиницю продукції і зростання обсягу реалізації, маркетингові витрати слід визначати за формулою:

$$\Omega < \frac{O \times \gamma(Ц - B_{\text{зм}})}{B_{\text{пост}}} - \frac{\tau \times Ц \times O(1 + \gamma)}{B_{\text{пост}}}. \quad (3)$$

В ситуації, коли ціни на одиницю інноваційної продукції залишаються незмінними, маркетингові витрати слід визначати за формулою:

$$\Omega \prec \frac{O \times \gamma(C - B_{зм})}{B_{пост}}. \quad (4)$$

Якщо в результаті реалізації інноваційного проекту і проведення відповідних маркетингових заходів планується збільшення ціни одиниці продукції при незмінному обсязі реалізації інноваційної продукції, маркетингові витрати слід визначати за формулою:

$$\Omega \prec \frac{O \times C \times \tau}{B_{пост}}. \quad (5)$$

Запропонована комплексна методика забезпечення ефективності інноваційного проекту веде до формування портфеля інноваційних проектів, що становить перед підприємством проблему визначення пріоритетності їх впровадження. З одного боку, це можуть бути інноваційні проекти, спрямовані на задоволення потреб зовнішнього середовища, тобто споживачів ринку (зовнішні інновації), з іншого — на внутрішні потреби підприємства в інноваціях, споживач — саме підприємство (внутрішні інновації).

В якості вирішального показника в роботі запропоновано використовувати інтегральний показник визначення пріоритетності реалізації інноваційних проектів, в основі якого положено твердження, що безумовно пріоритетним інноваційним проектом буде вважатися проект, який має найкраще поєднання таких важливих складових, як економічна ефективність та урахування пріоритетності інноваційних проектів з позиції відповідності завданням обраної стратегії розвитку підприємства:

$$L_i = \kappa_i \times W_i, \quad (6)$$

де L_i - інтегральний показник визначення пріоритетності впровадження інноваційних проектів;
 κ_i - пріоритетність інноваційного проекту згідно з ранжуванням за індексом доходності;
 W_i - пріоритетності інноваційних проектів з позиції відповідності завданням обраної стратегії розвитку підприємства.

Найбільш пріоритетним для реалізації буде проект, що має найменше значення показника L_i :

$$L_i \rightarrow \min. \quad (7)$$

Запропонована методика визначення пріоритетності впровадження інноваційних проектів дозволить впроваджувати на підприємстві не тільки інноваційні проекти, що забезпечують попередньо розрахований ефект, а й не менш економічно вигідні інноваційні проекти, які відповідають довготривалим стратегічним цілям, що дозволить забезпечити конкурентоспроможність та ефективність підприємств залізничного транспорту.

ВИСНОВКИ

Отримані результати дисертаційної роботи у комплексі покликані вирішити важливе наукове завдання — забезпечення ефективності інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту. При узагальненні отриманих результатів виконаної роботи можна зробити наступні висновки та пропозиції:

1. В результаті проведеного дослідження доведено, що спрямованість інноваційної діяльності має двоїтий характер: спрямованість на потреби зовнішніх споживачів (споживачів на ринку) та на потреби підприємства в інноваціях. Вперше в дисертаційній роботі визначено економічне поняття «внутрішня потреба підприємства в інноваціях» як необхідність в створенні, удосконаленні або реорганізації виробничих, управлінських, маркетингових та інших процесів усередині самого підприємства і його організаційних структур. Залежно від впливу зовнішнього середовища внутрішні потреби підприємства в інноваціях було класифіковано на первинні (виникають всередині підприємства без впливу зовнішніх споживачів) та вторинні (виникають всередині підприємства на основі аналізу потреб споживачів на ринку).

2. В результаті аналізу існуючих в економічній теорії визначень сутності і природи інновацій в роботі було виявлено, що головною особливістю інновацій є зміна, а основною рисою – отримання ефекту (соціального, економічного, науково-технічного, екологічного) від задоволення нових чи підвищених потреб споживачів. Суттєвим недоліком існуючої практики є те, що при визначенні інновацій не враховано спрямування на потреби в інноваціях підприємств-новаторів. З'ясовано, що інновація — це джерело одержання ефекту і задоволення нових чи підвищених потреб споживачів, в ролі яких виступають як зовнішні споживачі, так і самі підприємства-новатори.

3. Розроблено методологічні основи визначення внутрішніх потреб в інноваціях, які суттєво уточнюють, поглиблюють та доповнюють напрями забезпечення ефективності інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту.

4. На основі аналізу підходів до класифікації інновацій розроблений класифікатор, що дозволяє згрупувати інновації по виникненню потреби по відношенню до підприємства з урахуванням її виду. Це дозволяє ще на ранніх стадіях створення нововведення орієнтуватися на задоволення внутрішньої (первинної чи вторинної) або зовнішньої потреби в інноваціях з метою досягнення максимального комерційного успіху інновації.

5. Важливою складовою інноваційного процесу та загальної методики забезпечення ефективності інноваційної діяльності є його маркетингове забезпечення. До основних принципів функціонування маркетингового забезпечення інноваційного процесу, крім вивчення потреб і попиту зовнішніх споживачів, створення сприятливих умов для найкращого пристосування підприємства до використання найкращих з інноваційних можливостей та забезпечення взаємозв'язку всіх етапів інноваційного процесу, повинний бути включений принцип врахування внутрішніх потреб підприємства в інноваціях як одного з головних джерел виникнення ідей для інновацій.

6. Роль і значення інноваційної діяльності повною мірою проявляється у відтворювальному процесі підприємств залізничного транспорту. Сучасні умови економічного розвитку вимагають від підприємств залізничного транспорту не тільки активізації інноваційної діяльності, але й удосконалення методів її організації, зокрема інноваційного процесу. Саме тому в роботі запропоновано удосконалену модель інноваційного процесу на підприємствах залізничного транспорту, що дозволить врахувати принципи функціонування маркетингового забезпечення, всі можливі джерела інноваційного процесу та особливості їх впливу на інноваційний процес, спрямувати інноваційні проекти на задоволення потреб споживачів. Це, в свою чергу, створює умови для ефективного розвитку підприємств залізничного транспорту.

7. Для повноцінного забезпечення ефективності інноваційної діяльності, окрім повної і всесторонньої оцінки ефективності, необхідно в повному обсязі врахувати і спланувати всі можливі витрати на реалізацію цих проектів. В дисертаційній роботі було запропоновано методику планування маркетингових витрат для реалізації інноваційного проекту на підприємствах залізничного транспорту в залежності від очікуваних результатів.

8. Запропоновано методику визначення пріоритетності впровадження інноваційних проектів, в основу якої покладено використання запропонованого інтегрального показника, що враховує результати інноваційної діяльності і відповідність завданням обраної стратегії розвитку підприємства, дозволить впроваджувати на підприємстві не тільки інноваційні проекти, які забезпечують попередньо розрахований ефект, а і не менш економічно вигідні інноваційні проекти, які відповідають довготривалим стратегічним цілям, що дозволить забезпечити конкурентоспроможність та ефективність роботи підприємств залізничного транспорту.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях:

1. Дикань В.Л. Влияние тенденций мирового рынка на инвестиционную деятельность Украины / В.Л.Дикань, В.А.Зубенко // Вісник Криворізького економічного інституту. – 2005. – № 2. – С.23-26.

2. Зубенко В.А. Инвестиционные процессы в Украине и экономическое положение предприятий / В.А.Зубенко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2005. – № 9-10. – С.240-244.

3. Дикань В.Л. Инновации в условиях рыночной экономики / В.Л.Дикань, В.А.Зубенко // Економіка: проблеми теорії та практики. – Вип. 218 : Том I. – 2006. – С.100 – 105.

4. Зубенко В.А. Инновационная деятельность в условиях рыночной экономики / В.А.Зубенко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2006. – № 15-16. – С.198-201.

5. Зубенко В.А. Основы концепции маркетингового обеспечения инновационного процесса на предприятиях железнодорожного транспорта / В.А.Зубенко // Вісник національного технічного університету «ХПІ». – 2006. – № 41(1). – С.73-83.

6. Зубенко В.А. Развитие инновационного потенциала персонала предприятия на основе маркетингового обеспечения / В.А.Зубенко // Вісник національного технічного університету «ХПІ». – 2006. – № 13 (1). – С.202-206.

7. Зубенко В.О. Визначення пріоритетності впровадження інноваційних проектів на підприємствах залізничного транспорту в умовах обмеженості ресурсів / В.О.Зубенко // Економіка: проблеми теорії та практики. – Вип. 224 : Том II. – 2007. – С.465 – 475.

8. Зубенко В.О. Планування маркетингових витрат на реалізацію інноваційного проекту / В.О.Зубенко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2007. – № 19-20. – С.216-220.

9. Зубенко В.О. Потреби споживачів – головне джерело інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту / В.О.Зубенко // Економіка: проблеми теорії та практики. – Вип. 234 : Том III. – 2007. – С.728 – 735.

Матеріали конференцій:

10. Зубенко В.О. Проблеми та перспективи фінансування інноваційного розвитку залізничного транспорту / В.О.Зубенко // Проблеми міжнародних транспортних коридорів та єдиної транспортної системи України : матеріали 1-ї Міжн. наук.-практ. конф., 3-5 червня 2004р., с.м.т. Коктебель. / М-во транспорту та зв'язку України, Укр. держ. акад. зал. тр. – Х. : УкрДАЗ, 2004. – №7. – С. 99-100.

11. Зубенко В.А. Государственное управление инвестиционным процессом: проблемы и методы их преодоления / В.А.Зубенко // Перспективні системи управління на залізничному, промисловому і міському транспорті : матеріали 18-ї Міжн. наук.-практ. конф. – ІКСЗТ, 2005. – №5. – С.130-132.

12. Зубенко В.А. Стратегическое планирование инновационной деятельности предприятий железнодорожного транспорта на основе концепции маркетинга / В.А.Зубенко // Научная индустрия европейского континента – 2006 : материалы I Междун. научн.-практ. конф., 1-15 дек. 2006г., Том I. – Днепропетровск: Наука и образование, 2006. – С.63-66.

13. Зубенко В.А. Применение инструментов современного маркетинга - главное условие повышения инновационной активности предприятий / В.А.Зубенко // Проблеми міжнародних транспортних коридорів та єдиної транспортної системи України: матеріали 2-ї Міжн. наук.-практ. конф., 7-11 червн. 2006р., с.м.т. Коктебель. / М-во транспорту та зв'язку України, Укр. держ. акад. зал. тр. – Х. : УкрДАЗТ, 2006. – №14. – С.38.

14. Зубенко В.А. Концепция маркетингового обеспечения инновационного процесса / В.А.Зубенко // Проблемы экономики и управления на железнодорожном транспорте: материалы Междун. научн.-практ. конф., 20-22 июня 2006г., г. Судак. / Гос. админ. ж-д. тр. (Укрзалізниця), Киевск. ун-т эк-ки и техн. тр. [и др.] – К. : КУЭТТ, 2006. – С.47-48.

15. Зубенко В.О. Основні аспекти технологічного розвитку залізничного транспорту / В.О.Зубенко // Проблемы экономики и управления на железнодорожном транспорте: материалы 2-й Междун. научн.-практ. конф., 19-22 июня 2007г., г.Судак., Том 1. / Гос. админ. ж-д. тр. (Укрзалізниця), Киевск. ун-т эк-ки и техн. тр. [и др.] – К. : КУЭТТ, 2007. – С.211-212.

АНОТАЦІЯ

Зубенко В.О. Забезпечення ефективності інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 - економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Українська державна академія залізничного транспорту, Харків, 2008.

Дисертаційне дослідження присвячене теоретичному обґрунтуванню та розробці методичних підходів до комплексного забезпечення ефективності інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту.

Доведено, що спрямованість інноваційної діяльності має двоїстий характер: спрямованість на потреби зовнішніх споживачів (споживачів на ринку) та на потреби підприємства в інноваціях.

Вперше визначено економічне поняття «внутрішня потреба підприємства в інноваціях» як необхідність у створенні, удосконаленні або реорганізації виробничих, управлінських, маркетингових та інших процесів усередині самого підприємства і його організаційних структур та класифіковано внутрішні потреби підприємства в залежності від впливу зовнішнього середовища.

З'ясовано, що інновацію необхідно розуміти як джерело одержання ефекту і задоволення нових чи підвищених потреб споживачів, в ролі яких виступають як зовнішні споживачі, так і самі підприємства-новатори. Розроблений класифікатор інновацій, що дозволяє згрупувати інновації по виникненню потреби по відношенню до підприємства з урахуванням її виду.

Обґрунтовані методологічні основи визначення внутрішніх потреб в інноваціях підприємств залізничного транспорту. Удосконалено принципи організації маркетингового забезпечення та модель інноваційного процесу на підприємствах залізничного транспорту. Розроблено методику планування маркетингових витрат на реалізацію інноваційного проекту в залежності від очікуваних результатів. Запропоновано методику визначення пріоритетності впровадження інноваційних проектів на підприємствах залізничного транспорту.

Ключові слова: інновація, інноваційний процес, інноваційний проект, ефективність інноваційної діяльності, внутрішня потреба підприємства в інноваціях, маркетингове забезпечення інноваційного процесу, маркетингові витрати, пріоритетність впровадження інновацій.

АННОТАЦИЯ

Зубенко В.А. Обеспечение эффективности инновационной деятельности предприятий железнодорожного транспорта. - Рукопись.

Диссертация на соискание научной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 - экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности). Украинская государственная академия железнодорожного транспорта, Харьков, 2008.

Диссертационное исследование посвящено теоретическому обоснованию и разработке методических подходов к комплексному обеспечению эффективности инновационной деятельности предприятий железнодорожного транспорта.

Основой обеспечения эффективности инновационной деятельности предприятия любого вида деятельности является его способность выявить реально существующие или потенциальные потребности потребителей в инновациях и удовлетворить их более эффективным, чем конкуренты, способом.

В результате анализа существующих в экономической теории определений сущности и природы инноваций в работе было выявлено, что главной особенностью инноваций является изменение, а основной чертой - получение эффекта (социального, экономического, научно-технического, экологического) от удовлетворения новых или повышенных потребностей потребителей. Существенным недостатком современной практики является тот факт, что при определении инновации не учтена ее направленность на потребности в инновациях предприятий-новаторов. Доказано, что инновация - это источник получения эффекта и удовлетворения новых или повышенных потребностей потребителей, в роли которых выступают как внешние потребители, так и сами предприятия-новаторы.

Важной отличительной особенностью инновационной деятельности является двойственная роль субъектов инновационного рынка, которая заключается в том, что предприятия железнодорожного транспорта являются одновременно потребителями научно-технической продукции, а также продавцами инновационного продукта, взаимодействующие с потребителями на рынке. Как следствие и направленность инновационной деятельности имеет двойственный характер: на потребности внешних потребителей (потребителей на рынке) и на внутренние потребности предприятия в инновациях.

Определено экономическое понятие «внутренняя потребность предприятия в инновациях» как необходимость в создании, усовершенствовании или реорганизации производственных, управленческих, маркетинговых и других процессов внутри самого предприятия и его организационных структур.

Классифицированы внутренние потребности предприятия в зависимости от влияния внешней среды на первичные (возникают внутри предприятия без влияния на то внешних потребителей) и вторичные (возникают внутри предприятия, на основе анализа потребностей потребителей на рынке).

Разработана классификация инноваций за счет их группирования по возникновению потребности по отношению к предприятию с учетом вида удовлетворяемой потребности:

1. Внешние инновации - возникают в результате ориентации инновационной деятельности предприятия на удовлетворение потребностей внешних потребителей.

2. Внутренние инновации - возникают в результате ориентации инновационной деятельности предприятия на удовлетворение своих внутренних потребностей в инновациях, которые, в свою очередь, необходимо разделять на внутренние первичные (удовлетворение своих первичных внутренних потребностей в инновациях) и на внутренние вторичные (на удовлетворение вторичных внутренних потребностей в инновациях).

Данная классификация позволяет еще на ранних стадиях создания нововведения ориентироваться на удовлетворение потребности с целью достижения максимального коммерческого успеха нововведения.

Маркетинговое обеспечение инновационной деятельности является важной составляющей инновационного процесса и общей методики обеспечения эффективности инновационной деятельности предприятий железнодорожного транспорта.

Доказано, что к основным принципам организации маркетингового обеспечения инновационного процесса, кроме изучения потребностей и спроса внешних потребителей, создания благоприятных условий для наилучшего приспособления предприятия к использованию наилучших из инновационных возможностей и обеспечения взаимосвязи всех этапов инновационного процесса, должен быть включен принцип учета внутренних потребностей предприятия в инновациях как одного из главных источников возникновения идей для инноваций.

Предложена усовершенствованная модель инновационного процесса на предприятиях железнодорожного транспорта, которая позволяет учесть усовершенствованные принципы организации маркетингового обеспечения, а также все возможные источники инновационного процесса и особенности их влияния на инновационный процесс, направить инновационные проекты на удовлетворение потребностей потребителей, что, в свою очередь, создаст условия для эффективного развития предприятий железнодорожного транспорта.

Определено, что наибольшие маркетинговые расходы связаны с формированием спроса потребителей, их мотивацией и продвижением товара на рынок. Особое внимание необходимо уделить формированию маркетинговых расходов, что связано с реализацией внешних и внутренних вторичных инноваций.

Разработанная методика планирования маркетинговых расходов на реализацию инновационного проекта в зависимости от ожидаемых результатов позволит повысить эффективность инновационной деятельности предприятий за счет уменьшения нецелесообразных маркетинговых расходов.

Предложена методика определения приоритетности внедрения инновационных проектов на предприятиях железнодорожного транспорта, в основе которой положено использование интегрального показателя, который учитывает результаты инновационной деятельности и задачи стратегии развития предприятия.

Ключевые слова: инновация, инновационный процесс, инновационный проект, эффективность инновационной деятельности, внутренняя потребность предприятия в инновациях, маркетинговое обеспечение инновационного процесса, маркетинговые расходы, приоритетность внедрения инноваций.

ANNOTATION

Zoobenko V.A. Maintenance of efficiency of innovational activity of the enterprises of a railway transport. - Manuscript.

The dissertation for a university degree of candidate in economics, specialty 08.00.04 - economy and management of the enterprises (due to the types of economic activities). The Ukrainian State Academy of Railway Transportation, Kharkov, 2008.

The dissertational research is devoted to a theoretical substantiation and development of methodical approaches to complex maintenance of efficiency of innovational activity of the enterprises of a railway transportation.

The proved, that the orientation of innovational activity has dual character: an orientation on requirement of external consumers (consumers in the market) and on requirement of the enterprise for innovations. The economic concept «internal need of the enterprise in innovations» as a basis of innovational development of manufacture, administrative and other processes of the enterprises of a railway transportation and its organizational structures and internal requirements of the enterprise are classified depending on influence of an environment is determined. The qualifier of innovations which allows to group innovations on occurrence of need in relation to the enterprise in view of a kind requirements is developed. It is proved, that to main principles of the organization of marketing maintenance of innovational process, except for studying needs and demand of external consumers, creation of favorable conditions for the best adaptation of the enterprise to use of best of innovational opportunities and maintenance of interrelation of all stages of innovational process, the principle of the account of internal requirements of the enterprise in innovations as one of the main sources of occurrence of ideas for innovations should be included. The method of planning of marketing charges on realization of the innovational project is developed, depending on influence of factors. The method of definition priority introductions of innovational projects at the enterprises of a railway transportation in which basis it is necessary uses of the suggested integrate parameter which takes into account results of innovational activity and a problem of strategy of development of the enterprise is offered.

Keywords: an innovation, innovational processes, innovational projects, efficiency of innovational activity, internal requirement of the enterprise for innovations, marketing maintenance of innovational activity, marketing charges, priority introductions of innovations.

Зубенко Вікторія Олексіївна

**ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ**

08.00.04 – економіка і управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Надруковано згідно з оригіналом автора

Відповідальний за випуск

Н.Є. Каличева

Підписано до друку 15.04.2008р. Формат паперу 60x84 1/16. Друк різнограф.
Папір офсетний. Обсяг 0,9 ум. друк. арк. Наклад 100 прим.
Зам. № 225. Безкоштовно.

Видавництво УкрДАЗТ.
Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 2874 від 12.06.2007 р.
61050, Харків, майдан Фейєрбаха, 7
Друкарня УкрДАЗТу, 61050, м.Харків, майдан Фейєрбаха,7