

В цій публікації ми узагальнили дослідження різних вчених, які стосуються кількісної та якісної оцінки впливу ОК на діяльність підприємства. У тому числі ми запропонували розрізнити вплив ОК на процеси, що відбуваються на підприємстві, на організаційну поведінку та на конкурентоспроможність. Також ми сформуваємо вимоги, яким повинна відповідати позитивна ОК.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Компанієць В.В. Управління розвитком соціально-економічних систем у духовно-моральному та соціокультурному вимірі. Частина II. Якість управління соціально-економічними системами: духовно-моральні та культурні пріоритети (на прикладі залізничного транспорту) [Текст]: монографія / В.В. Компанієць. – Харків: УкрДАЗТ, 2012. – 296 с.
2. Daniel R. Denison, William S. Neale. Organizational culture [Електронний ресурс] / D.R. Denison, W.S. Neale – Режим доступу: <http://www.denisonconsulting.com/>
3. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство [Текст] / Э.Х. Шейн; пер. с англ. под ред. В.А. Спивака. – СПб.: Питер, 2002. - 336 с.
4. Rousseau D. M. Assessing Organizational Culture: The Case for Multiple Methods // Organizational Climate and Culture. Oxford: JosseyBass, 1990. P. 158.
5. Соломанидина Т.О. Организационная культура в таблицах, тестах, кейсах и схемах [Текст]: учебно-методические материалы / Т.О. Соломанидина. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 395 с.
6. Kotter J.P., Heskett J.L. Corporate Culture and Performance [Електронний ресурс] / J.P. Kotter, J.L. Heskett N.Y.. – Режим доступу: www.denisonculture.com.
7. Воронкова А.Е. Корпоративная культура [Текст] / А.Е. Воронкова, М.М. Баб'як, Є.Н. Коренев, І.В. Мажура; під ред. А.Є. Воронкової.- Дрогобич: Вимір, 2006. - 367 с.
8. Дяків О.П., Островерхов В. М, Іванюк М.В. Особливості формування корпоративної культури та її вплив на розвиток трудового потенціалу підприємства. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2011_14_1/Dyakiv2.pdf
9. Дюк А.А. Взаємозв'язок організаційної культури та організаційного розвитку та позитивний їх вплив на стратегічний розвиток підприємства. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2010_33/Zmist/23PDF.pdf
10. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера : навч. посібник / Чайка Г. Л. – К. : Знання, 2005. – 442 с.

Аннотація. В статті розглянуто вплив організаційної культури на діяльність підприємства на основі комплексного підходу.

Ключевые слова: організаційна культура, організація, ділова репутація, мотивація, конкурентоспроможність.

Summary. The paper considers the impact of organizational culture on the activities of the company with an integrated approach.

Keywords: organizational culture, organization, business reputation, motivation, competitiveness.

*Рецензент д.е.н., професор УкрДАЗТ Кірдіна О.Г.
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Полякова О.М.*

УДК 658.7:656.2.001.76

КОНЦЕПЦІЯ СТВОРЕННЯ ЛОГІСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНО-МАРКЕТИНГОВОГО ЦЕНТРУ «ПРОМЗАЛІННОВАТИКА»

Корінь М.В., аспірант (УкрДАЗТ)

В статті розкрито концептуальні основи формування логістично-інформаційно-інноваційно-маркетингового центру, визначено функції його основних підрозділів та запропоновано алгоритм формування інноваційної ідеї в межах даного центру.

Ключові слова: інноваційний розвиток, логістично-інформаційно-інноваційно-маркетинговий центр, залізничний транспорт.

Актуальність теми дослідження. В умовах високотехнологічної, інформаційної епохи потужним інструментом забезпечення прискореного розвитку підприємств та головним фактором підвищення їх конкурентоспроможності виступає здатність до акумулювання інноваційних розробок, заснованих на власному інтелектуальному потенціалі. Однак, поява інновацій чи виникнення наукової ідеї є результатом копіткої праці цілої низки висококваліфікованих працівників (працівників науково-дослідних лабораторій, конструкторських бюро, вчених-теоретиків) і неможлива без належно розвинутої інноваційної інфраструктури, яка сприяє дифузії інновацій у всі сфери національної економіки [1].

Забезпечуючи життєдіяльність всіх галузей економіки, залізничний транспорт на етапі свого реформування, виявився не готовим до жорсткої конкурентної боротьби – боротьби інноваційних технологій та інструментарію інноваційно-орієнтованого управління. Адже сьогочасні тенденції його функціонування ще раз підтверджують відсутність в існуючій моделі управління інноваційним процесом в галузі стійких організаційних форм інноваційної діяльності, які б сприяли не тільки впровадженню транспортних технологій нового покоління, але й забезпечили взаємозв'язок сфери виробництва та комерціалізації інновацій зі сферою їх споживання.

На сьогоднішній день до складу Державної адміністрації залізничного транспорту України входить ряд підприємств одним із основних напрямків діяльності яких є проведення робіт в сфері науково-технічних розробок. Серед таких можна виділити Державне підприємство «Державний науково-дослідний центр залізничного транспорту України» (ДНДЦ УЗ), Дніпрзалізничпроект, Львівтранспроект, Одеськзалізничпроект, Полтавське проектно-конструкторсько-технологічне бюро по ремонту локомотивів, Проектно-конструкторське бюро рухомого складу Укрзалізниці, Проектно-конструкторське технологічне бюро по вагонах Укрзалізниці та Укрзалізничпроект. Однак, незважаючи на це, інноваційна діяльність Укрзалізниці й досі обмежується реалізацією виключно окремих інноваційних проектів, не маючи в своїй структурі конкретних інституцій, здатних належним чином продукувати інновації та забезпечувати їх впровадження в серійне виробництво.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Питання інноваційного розвитку залізничного транспорту та формування його ефективних організаційних форм приділяється увага в працях вітчизняних науковців. Так, В.Л. Диканя та Н.В. Якименко [2] для зміцнення конкурентних позицій транспортно та промислового секторів пропонують створення промислово-логістичного інтелектуального об'єднання, що створить замкнуту систему діяльності

від створення наукових розробок до їх реалізації. Кондратюк М.В. [3] основу інноваційного розвитку залізничного транспорту України вбачає в створенні науково-інноваційної групи, організація якої сприятиме відновленню в залізничній галузі механізму взаємодії промислових підприємств з науково-дослідними організаціями. Спільно з Дикань В.Л. Толстова А.В. [4] забезпечення конкурентоспроможності МТК вбачають в створенні інноваційного конгломерату «Інноваційно-технологічний центр розвитку транспортної системи України» з метою координації взаємодії різних видів транспорту та досягнення синергетичного ефекту в процесі інтеграції інтелектуальних, інноваційних, інвестиційних та інших ресурсів. Поряд з цим, потребують подальшого дослідження питання організаційної взаємодії таких складових інноваційного розвитку залізничного транспорту як інформація, інновація, логістика та маркетинг.

Саме тому, **метою даної статті** є розробка концептуальних основ формування логістично-інформаційно-інноваційно-маркетингового центру (ЛІМЦ) як організаційної форми забезпечення взаємозв'язку між сферою виробництва, комерціалізацією інноваційних розробок та сферою їх споживання на основі взаємодії чотирьох складових: логістики, інформації, інновацій та маркетингу.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Оскільки запропонований у [5] ЛІМЦ є технологічно активним комплексом, сформованим на базі провідних підприємств вітчизняного промислового виробництва, який об'єднує воедино потенціал конструкторських бюро, виробничі потужності промисловості та провідні спроможності транспорту, а також університети, науково-виробничі фірми та ряд функціональних підрозділів, діяльність яких спрямована на підтримку стійкого взаємозв'язку, обмін інформацією та формування каналів збуту продукції. Концепція створення ЛІМЦ «ПРОМЗАЛІННОВАТИКА» дозволяє розкрити мету та завдання, особливості функціонування, функції основних підрозділів, які забезпечують інноваційний процес, та висвітлити особливості формування інноваційної ідеї.

Створення ЛІМЦ обумовлено необхідністю відновлення зв'язку між сферою науково-дослідних розробок, сферою виробництва і комерціалізації інновацій й спрямовано на привернення уваги держави до наукових досліджень в сфері високих технологій з метою сприяння проведення інноваційних реформ та відновлення виробничих можливостей вітчизняних підприємств залізничного транспорту і промисловості, зміцнення їх конкурентних позицій на світовому ринку.

Саме тому, місія ЛІМЦ «ПРОМЗАЛІННОВАТИКА» полягає в підвищенні рівня інноваційної активності підприємств залізничного транспорту та промисловості, створення умов для використання інноваційних досягнень з

метою техніко-технологічного оновлення всіх сфер їх діяльності, що реалізується шляхом гармонійного поєднання наукових досліджень і передового світового досвіду, маркетингу та логістики.

Метою ЛПМЦ є сприяння активізації інноваційних процесів на основі використання потенціалу вітчизняної промисловості та транспорту через освоєння передового досвіду, налагодження власного виробництва сучасної високотехнологічної продукції, наукоємних технологій та інших організаційно-технічних рішень для задоволення внутрішніх потреб і нарощення експортного потенціалу країни.

Основні завдання ЛПМЦ полягають:

- здійснення повного комплексу заходів, спрямованих на техніко-технологічне оновлення матеріально-технічної бази підприємств транспорту і промисловості;

- аналіз передового світового досвіду в сфері виробництва техніки, технологій, а також організаційно-технічних рішень;

- формування бази даних про найновітніші світові зразки техніки, технологій;

- проведення власних наукових досліджень, вивчення технічних характеристик вузлів, агрегатів, деталей, вироблених іноземними компаніями з доведенням їх до стадії проекту виробництва;

- виявлення власних можливостей щодо виробництва тієї чи іншої частини деталі, вузлу, агрегату;

- вивчення попиту на інноваційні розробки;

- налагодження виробництва та збуту продукції на внутрішньому та зовнішньому ринку.

Найважливішим завданням даного центру є забезпечення тісного взаємозв'язку між програмою науково-дослідних, дослідно-конструкторських робіт і виробництвом, скорочення тривалості циклу від моменту виникнення наукової ідеї до її впровадження у серійне виробництво.

Однак, забезпечити ефективність інноваційних процесів в галузі не можливо виключно за рахунок активізації окремих напрямів інноваційної політики. В першу чергу, як вважає П.П. Микитюк ефективність будь-яких НДДКР та їх результати в значній мірі визначаються сформованою організаційною структурою інноваційного процесу. Відповідно до цього цим автором виділено ряд вимог, яким повинна відповідати організаційна структура НДДКР [6]:

- бути адекватною основним цілям НДДКР і її стратегії;

- орієнтуватись на перспективи розвитку інновацій і вивчення світових тенденцій попиту;

- володіти гнучкістю, здібністю адаптуватись до нових цілей і завдань;

- сприяти підвищенню якості виконання дослідних і проектних програм, рівню стандартизації

та уніфікації створюваних об'єктів нової техніки, продукту;

- створювати умови для найраціональнішого розподілу і кооперації праці між підрозділами й окремими виконавцями НДДКР;

- не допускати необгрунтованого паралелізму і дублювання роботи;

- забезпечити можливість використання раціональної технології досліджень і розробок (пошук нових ідей, методів проведення експериментів тощо);

- забезпечити можливість раціонального і рівномірного завантаження всіх основних категорій виконавців НДДКР;

- сприяти економії всіх видів ресурсів у сфері як створення нових

товарів, так і виробництва й реалізації.

На нашу думку, організаційна структура ЛПМЦ повинна гарантувати ефективне функціонування двох взаємодоповнюючих сфер – сфери наукових досліджень та сфери виробництва. Відповідно до цього організаційну структуру центру можна представити наступним чином (див. рис. 1).

До організаційної структури ЛПМЦ, в першу чергу, ставляться вимоги, що забезпечують його здатність адаптуватись до мінливого ринку нововведень без розривів в отриманні прибутку[7].

Запропонована автором організаційна структура центру представлена відділами та конструкторським бюро, що обслуговують відповідний напрям діяльності в сфері реалізації інновацій.

Координацію роботи центру здійснює директор, який підпорядковується Міністерству інфраструктури та Міністерству економічного розвитку та торгівлі України.

На директора ЛПМЦ покладається виконання ряду стратегічних та оперативних функцій, головними серед яких є:

- забезпечення координації інноваційної діяльності ЛПМЦ з підприємствами промислового та транспортного секторів економіки, вищими навчальними закладами, науково-дослідними лабораторіями, органами державного управління і місцевого самоврядування;

- організація роботи учасників центру та контроль за виконання інноваційних проектів;

- розробка координаційних та стратегічних планів діяльності ЛПМЦ;

- забезпечення своєчасності та якості створюваних інноваційних продуктів;

- забезпечення рентабельності ЛПМЦ.

Керівництву центру безпосередньо підпорядковуються конструкторське бюро, логістичний, інформаційний, маркетинговий, юридичний відділи, відділ управління фінансами, бухгалтерського обліку та звітності, відділ контролю та управління якістю й відділ роботи з персоналом та соціального забезпечення, діяльність яких спрямована

на забезпечення єдності інноваційного процесу в середині ЛПМЦ.

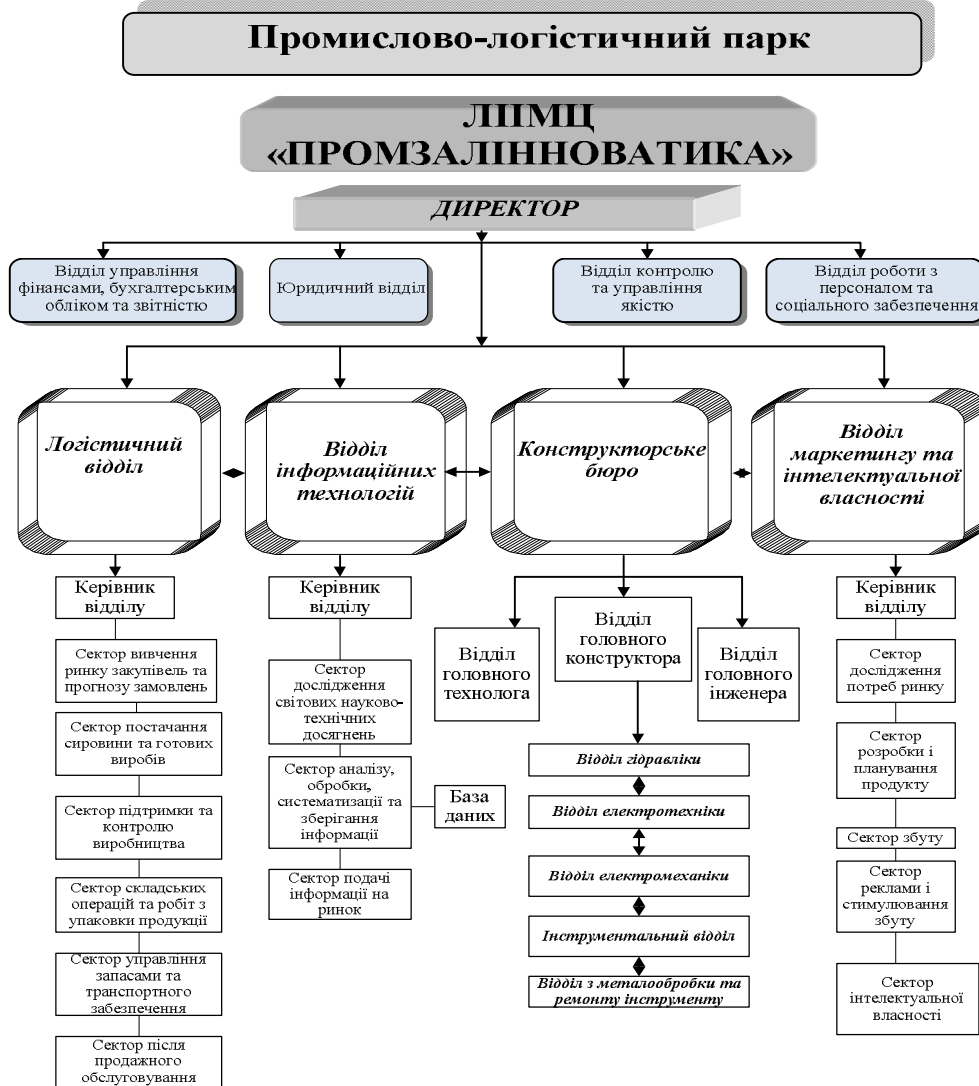


Рис. 1. Організаційна структура ЛПМЦ «ПРОМЗАЛІННОВАТИКА» Джерело: розробка автора

Розглянемо більш детально функції чотирьох відділів, які на нашу думку відіграють вирішальну роль в ефективності діяльності центру, а саме: конструкторського бюро, логістичного, інформаційного та маркетингового відділів.

Логістичний відділ (ЛВ) очолює керівник відділу, який безпосередньо підпорядковується директору ЛПМЦу та координує діяльність п'яти секторів, що забезпечують реалізацію ряду задач ЛВ:

- вивчення ринку закупівель та прогнозування обсягу потенційних замовлень;
- проведення необхідних заходів з метою встановлення ділових контактів та укладання угод з вітчизняними й іноземними компаніями, розробка спільних планів дій;
- забезпечення своєчасності виконання зобов'язань щодо укладених угод;
- планування та організація схем та маршрутів постачання сировини, матеріалів та готової

продукції на ринок відповідно до потреб споживачів: необхідний товар – в необхідній кількості – необхідної якості – в необхідний час – в необхідному місці з мінімальними витратами;

- контроль за виконанням постачальниками зобов'язань за укладеними договорами та управління запасами;

- організація та планування діяльності складського господарства, контроль за правильністю зберігання сировини, матеріалів та готової продукції;

- виконання заходів щодо організації, планування і контролю за зовнішньоекономічною діяльністю підприємства на стадіях укладання угод, постачання продукції відповідно до укладених угод, митного оформлення товарів; ведення обліку і звітності на складах;

- проведення комплексу робіт з розробки планів-графіків транспортних перевезень на основі

планів одержання матеріалів і сировини, а також відвантаження готової продукції;

- організація процесу перевезень готової продукції та забезпечення її після продажного обслуговування.

Відділ інформаційних технологій проводить заходи щодо забезпечення інформаційної підтримки інноваційного процесу в рамках ЛПМЦу. Виробнича діяльність даного функціонального підрозділу заснована на використанні інформаційних систем, баз даних та безпосередньо пов'язана з:

- дослідженням світових науково-технічних досягнень в галузі машинобудування, верстатострою та приладобудування, електроенергетики та металургії з детальним вивченням їх вихідних технічних характеристик;

- систематизацією та обробкою отриманої в результаті досліджень інформації;

- формуванням бази даних світових наукових розробок та інновацій;

- організацією та координацією робіт по захисту інформації в автоматизованій базі даних;

- проведенням програмно-технічного та інформаційного забезпечення відділів ЛПМЦу, координацією робіт по впровадженню нових інформаційних технологій у всіх секторах організації;

- контролем та забезпеченням безперебійної роботи комп'ютерних мереж;

- формування вихідного пакету інформації про інноваційний продукт для подачі на ринок.

Конструкторське бюро проводить діяльність в сфері створення нових та модернізації діючих конструкцій виробів, наділяючи їх високим технічними можливостями та підвищуючи рівень їх конкурентоспроможності відповідно до досягнень науки та техніки, вимогам технічної естетики і економічної технології виробництва. Конструкторське бюро об'єднує роботу трьох відділів: відділу головного конструктора, відділу головного технолога та головного інженера, які спільними зусиллями забезпечують:

- розробку нових та модернізацію діючих конструкцій виробів (комплексів, апаратів, механізмів, машин);

- вивчення конструктивних елементів потенційного інноваційного виробу, розробленого закордонними компаніями;

- аналіз спроможностей вітчизняної промисловості щодо можливості виробництва на її власних потужностях складових елементів виробу (КБ через відповідні відділи тісно взаємодіє з вітчизняними підприємствами);

- проектування, складання, узгодження та затвердження креслень, іншої технічної документації на конструкторську розробку;

- розробку технічних завдань, ескізних та робочих проектів, встановлення технологічних режимів виготовлення виробів;

- виготовлення дослідного зразка, його експериментальна перевірка з доведенням до встановленого технологічною документацією рівня якості, надійності, технологічності, екологічності виробу;

- встановлення недоліків, допущених в процесі виробництва експериментального зразка з внесенням змін в технічну документацію по конструкторській підготовці виробництва;

- запуск у виробництво перших промислових одиниць виробу;

- проведення робіт з монтажу, випробування, наладки та пуску виробу чи його конструкцій;

- здача конструкторської розробки у серійне виробництво.

Відділ маркетингу та інтелектуальної власності забезпечує виконання комплексу робіт щодо організації і збуту готової продукції відповідно до сформованого рівня попиту споживачів на основі моніторингу й прогнозування ринку, вивчення конкурентних позицій, а також проведення заходів по захисту прав інтелектуальної власності, комерціалізації результатів науково-технічної діяльності ЛПМЦу, стимулювання збуту інноваційних продуктів та технологій. Відповідно до цього основними завданнями відділу є:

- комплексне дослідження ринку з встановленням його кон'юнктури, визначенням для кожного сегменту рівня насиченості, еластичності сформованих цін, потенційної і реальної місткості з подальшою розробкою на його основі довгострокових, середньострокових і короткострокових прогнозів потреб;

- виявлення сильних та слабких сторін центру по відношенню до конкурентів з позиції виробництва інноваційної продукції, її якості, рівня науково-дослідної діяльності даної організації, збутовій політиці та рівня після продажного обслуговування;

- розробка стратегії розвитку на основі розроблених прогнозів розвитку ринку та оцінки потенційних ризиків;

- вивчення потреб споживачів (рівень платоспроможності, потреба в інноваційній продукції) та імовірності розширення кола споживачів інноваційної продукції з розробкою стратегії поведінки на ринку;

- вивчення сильних і слабких сторін конкурентів з визначенням рівня конкуренції в секторі продукції, що розробляється ЛПМЦ;

- оцінка рівня ризику виробництва інноваційного продукту з визначенням фази та тривалості його життєвого циклу, проведення економічного аналізу асортименту продукції;

- дослідження існуючих каналів збуту продукції з розробкою стратегії розширення даної мережі;

- подача пакету інформації про інноваційних продукт на зовнішній ринок;

- забезпечення стабільного обсягу реалізації продукції на ринок з розробкою активної стратегії рекламних заходів на основі дослідження рекламних проблем і виробітку рекомендацій по ефективному стимулюванню продажів, дизайну, упаковуванню продукції;

- здійснення заходів з впровадження сучасних методів управління у сфері захисту прав інтелектуальної власності;

- забезпечення комерціалізації об'єктів права інтелектуальної власності та майнові права ЛПМЦ, включаючи: рекламу на інноваційний продукт і науково-дослідну діяльність центру, коло його ділових партнерів; потенційних споживачів тощо;

- захист прав та законних інтересів ЛПМЦу його працівників як носіїв об'єктів права інтелектуальної власності;

- виконання комплексу заходів щодо присвоєння права на володіння об'єктом інтелектуальної власності;

- координація діяльності в сфері набуття, здійснення та використання прав інтелектуальної власності, що належить ЛПМЦу;

- аналіз стану науково-дослідної діяльності ЛПМЦу у сфері інтелектуальної власності.

Поряд з цим, питання відбору та реалізації перспективних з точки зору конструкторів інноваційних проектів вирішуються виключно шляхом визначення їх здатності сприяти відновленню технологічної бази вітчизняного залізничного транспорту та можливістю в майбутньому перевершувати конкурентів на міжнародному ринку в питаннях якості продукції, цінній політиці, методам просування товару на ринок та збутовій політиці. Відповідно до цього алгоритм процесу руху ідеї до отримання інноваційного продукту в межах центру можна представити наступним чином (див.рис.2).

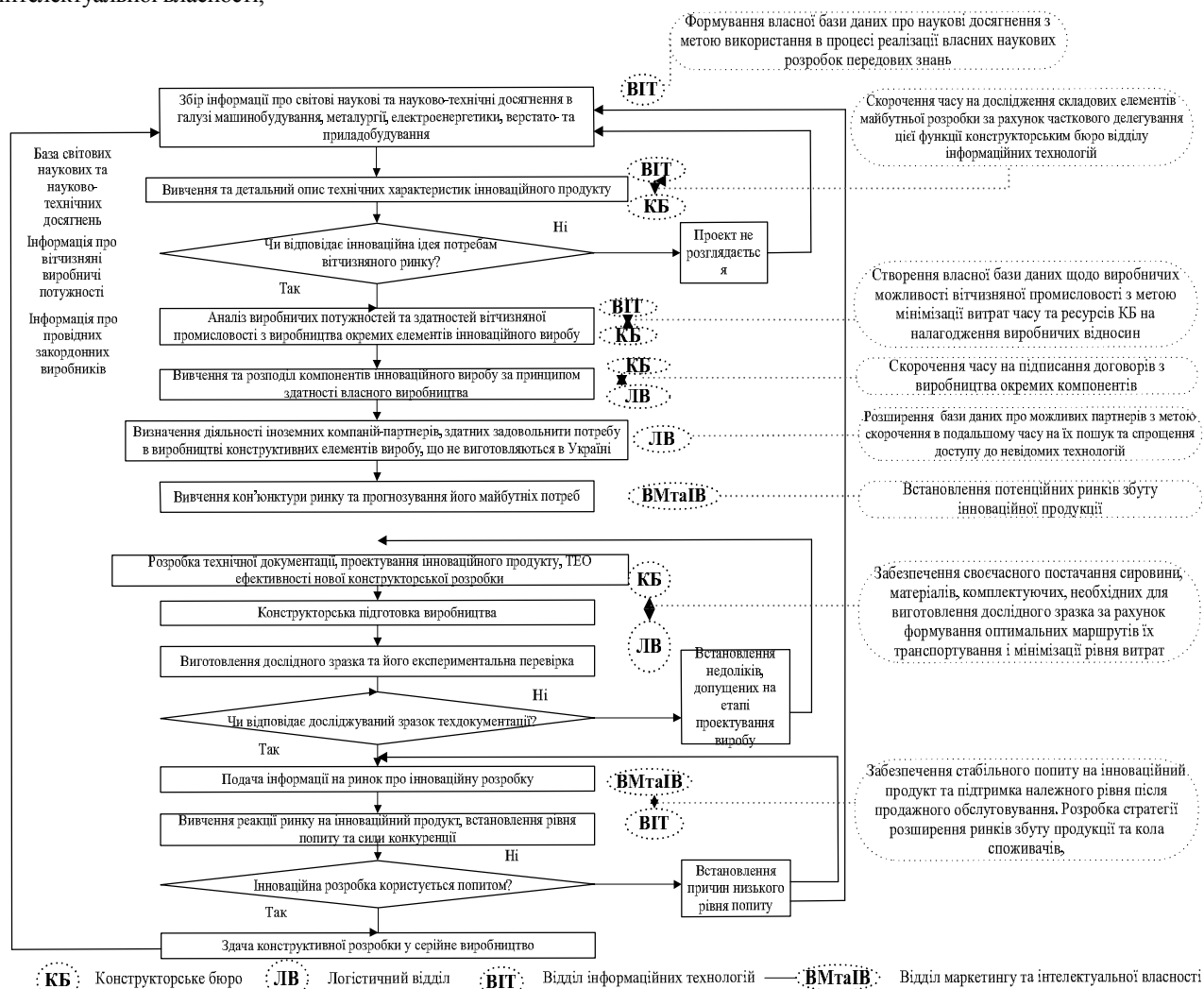


Рис. 2. Алгоритм процесу руху ідеї до отримання інноваційного продукту в межах ЛПМЦу «ПРОМЗАЛІННОВАТИКА»
Джерело: розробка автора

Характерною особливістю запропонованого алгоритму процесу руху інноваційної ідеї до отримання інноваційного продукту в межах центру виступає безперервна здатність ЛПМЦу забезпечувати реалізацію всіх нових інноваційних проектів, оскільки при послідовному проходженні ідеї на чотирьох етапах її реалізації відбувається або повернення до початкового етапу – збору інформації з формулювання нових конструктивних розробок, або проводиться аналіз причин невідповідності розробки встановлених вихідним конструктивним характеристикам.

Саме тому, відбір інноваційних проектів повинен проводитися з врахуванням науково-технічних, ринкових та виробничих критеріїв, які визначені Міністерству економічного розвитку та торгівлі України і передбачають [8]:

- науково-технічні - враховують перспективність упровадження науково-технічних рішень, патентну чистоту продукції і патентоспроможність технічних рішень, що використовуються, перспективність застосування очікуваних результатів у майбутніх розробках;

- виробничі – забезпеченість виробництва сировиною, матеріалами і необхідним устаткуванням, рівень технологічних нововведень при реалізації проекту, забезпеченість виробництва кваліфікованим персоналом, можливість використання відходів виробництва;

- ринкові критерії передбачають відповідність проекту потребам ринку, комерційний успіх підприємства при реалізації проекту, рівень реклами для просування запропонованого продукту на ринок, конкурентоспроможність продукції за ціною та якістю, захищеністю від старіння та ін.

Висновок. Таким чином, розкриті в концепції місія, мета завдання ЛПМЦу «ПРОМЗАЛІННОВАТИКА» та встановлені функції його структурних підрозділів дозволяють судити про можливість забезпечення цим об'єктом інноваційної інфраструктури взаємозв'язку між сферою виробництва, комерціалізацією інноваційних розробок та сферою їх споживання на основі взаємодії чотирьох складових: логістики, інформації, інновацій та маркетингу, що сприятиме посиленню здатності галузі в боротьбі, заснованій на «інноваційних технологіях». Перспективами подальших досліджень у цьому напрямку може стати розробка інформаційної та

методологічної бази діяльності ЛПМЦ «ПРОМЗАЛІННОВАТИКА».

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Дудар Т. Г., Мельниченко В. В. Інноваційний менеджмент [Текст]: навч. посібник / Т. Г. Дудар. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 250 с.
2. Дикань В. Л. Консолідація можливостей промисловості та транспорту в умовах міжнародних транспортних як шлях призупинення кризових явищ в економіці країни [Текст] / В. Л. Дикань, Н. В. Якименко // Вісник економіки транспорту та промисловості. Збірник наукових праць. – Харків: УкрДАЗТ. - №30. – 2010. – С. 11-15.
3. Кондратюк М. В. Створення науково-інноваційної групи на залізничному транспорті України [Текст] / М. В. Кондратюк // Вісник економіки транспорту та промисловості. Збірник наукових праць. – Харків: УкрДАЗТ. - №33. – 2011. – С. 49-51.
4. Дикань В. Л. Модель інноваційного конгломерату, як інструменту забезпечення конкурентоспроможності національної мережі МТК [Текст] / В. Л. Дикань, А. В. Толстова // Вісник економіки транспорту і промисловості. Збір наук. праць – Харків, УкрДАЗТ, 2010. - № 31. - с. 13-18.
5. Дикань В. Л. Забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах функціонування мережі міжнародних транспортних коридорів [Текст] / В. Л. Дикань, М. В. Корінь // Вісник економіки транспорту і промисловості. Збір наук. праць – Харків, УкрДАЗТ, 2012. - № 38. - с. 159-162.
6. Микитюк П. П. Інноваційний менеджмент: [Текст]: Навчальний посібник. – Тернопіль: Економічна думка, 2006. – 295 с. С. 105
7. Польова Н. М. Напрямки активізації інноваційної діяльності в машинобудівному виробництві [Електронний ресурс] / Н. М. Польова. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/>
8. Наказ Міністерства промислової політики України від 30 травня 2006 року № 194 «Про затвердження Порядку конкурсного відбору інноваційних проектів в промисловості» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0736-06>.

Анотація. В статті раскрыты концептуальные основы формирования логистически-информационно-инновационно-маркетингового центра, определены функции его основным подразделением и предложен алгоритм формирования инновационной идеи в рамках данного центра.

Ключевые слова: инновационное развитие, логистически-информационно-инновационно-маркетинговый центр, железнодорожный транспорт.

Summary. In the article the conceptual basis of the formation of logistics and information and innovative marketing center, the functions of its main divisions and the algorithm of formation of innovative ideas within this center.

Keywords: innovation development, logistics and information and innovative marketing center rail.

*Рецензент к. е. н., доцент УкрДАЗТ Воловельська І. В.
Експерт редакційної колегії к. е. н., доцент УкрДАЗТ Назаренко І. Л.*