

2. Бакунов О. О. Стратегічне управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства : моногр. / О. О. Бакунов, Є. М. Смирнов. – Донецьк : Східний видавничий дім, 2012. – 208 с.
3. Беленький П. Ю. Дослідження проблем конкурентоспроможності / П. Ю. Беленький // Вісник НАН України. – 2007. – № 5. – С. 9–18.

Артемчук Є. В., Курінна І. Г.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**НАУКОВІ МЕТОДИ АНАЛІЗУ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ
ПРОСТОРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОСПОДАРСТВА
Й ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ**

Усі методи дослідження діляться на загальнонаукові та спеціальні. До загальнонаукових відносяться такі методи: картографічний, системний, порівняльний, графічний, історичний та ін. До спеціальних – соціологічний, економіко-математичний, геоінформаційний та інші. Також виділяють традиційні та нові методи. Традиційними методами називають «ті методи, які постійно використовуються при наукових дослідженнях, а новими – ті, які включають в себе дослідження нових розробок та вивчення проблем, які пов'язані з територіальною організацією господарства та регіональною економікою» [1].

Для подальшого аналізу методів, розглянемо деякі з них:

Картографічний метод дослідження полягає у тому, що карта використовується як модель досліджуваного об'єкта та проміжної ланки між об'єктом та дослідником. Цей метод призначений для будування двовимірного зображення об'єктів на площині.

Системний метод дослідження – метод, який формується на основі дослідження об'єкта як системи. Через системний підхід створюється можливість всебічно оцінити стан регіону, його ресурсний та інтелектуальний потенціал, можливості для становлення та розвитку.

Історичний метод – один з найвідоміших загальнонаукових методів. Його вигідно використовувати під час регіональних дослідженнях, оскільки зміни у господарстві, населенні та природі є пасивними, тобто їх можливо визначити тільки по закінченню певного проміжку часу (як правило, 5 років).

Економіко-математичний метод описує економічні процеси та явища у вигляді математичних моделей та рівнянь. Для економічного аналізу просторової організації господарства найчастіше використовуються наступні методи: економіко-статистичний; кореляційний; регресійний; метод індексів; балансовий; оптимізаційні (методи найефективнішого рішення). Сфера застосування цього метода дуже широка.

Соціологічні методи дослідження використовують при «дослідженні соціальних аспектів регіональної економіки здебільшого для аналізу проблем формування регіональних споживчих ринків, зайнятості населення, розвитку соціальної інфраструктури. Основними з них є методи опитування населення, формулювання яких вимагає обов'язкового виконання правил: надійності, репрезентативності, стандартизації» [2].

Технології геоінформаційних систем – найновіший метод, який аналізує регіональні проблеми. Він використовується в розвинених країнах для прийняття рішень щодо освіти, туризму, створенні інформаційних банків, у бізнесі, освіті тощо.

У регіональних дослідженнях до спеціальних можна віднести три групи методів: економіко-математичні, соціологічні та технології геоінформаційних систем [3].

Оцінювання регіонального рівня розвитку регіону відбувається за багатьма видами показників, які умовно можна поділити на політичні, соціальні, екологічні та економічні.

Політичні показники відображають можливість існування різноманітних політичних партій та громадських організацій, наявність політичних та релігійних свобод у суспільстві тощо. Як правило, вони використовуються для оцінювання рівня розвитку країн. Але їх також можуть використовувати при присутності міжконфесійних та внутрішньо регіонально-політичних суперечностей.

Соціальні – показують рівень життя населення. До них належать такі показники: сукупні доходи на одну особу, харчування населення (рівень якості продукції, яким закупається споживач), рівень освіти, тривалість життя, природний приріст, стан ринку праці тощо.

Спільність екологічних показників характеризує рівень екологічного стану регіону (рівень забрудненості, наявність небезпечних виробництв та ін.).

Отже, вирішення питань щодо будь-якого регіону, району та організації просторового господарства неможливе без розуміння та правильного вміння використовувати методи аналізу, тому це необхідна умова не тільки для економістів, а ще й для людей інших спеціальностей. Загальнонаукові та традиційні методи мають тісний зв'язок та можуть переплітатися між собою. Як бачимо з наведеного вище аналізу, єдиного універсального методу аналізу просторової організації господарства не існує, а зазначені методи доцільно використовувати згідно поставлених задач.

Список використаних джерел:

1. Качан Є. П. Регіональна економіка [Електронний ресурс] / Є. П. Качан. – Режим доступу : <http://westudents.com.ua/glavy/83630-rozdl-3-naukov-metodi-analzu-ta-obruntuvannya-prostorovo-organizats-gospodarstva-y-ekonomichno-rozvitku-regionv.html>
2. Качан Є. П. Регіональна економіка [Електронний ресурс] / Є. П. Качан. – Режим доступу : <http://westudents.com.ua/glavy/83633-312-spetsaln-metodi-dosljdjenya.html>
3. Наукові методи аналізу просторової організації господарства й економічного розвитку регіонів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.com/1418111138544/rps/naukovi_metodi_analizu_organizatsiyi_gospodarstva_ekonomichno_rozvitku_regioniv

Бугрім Д. С., к. психол. н. Крупський О. П.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Спираючись на міжнародний досвід, можна заявити, що головною складовою можливості національної економіки витримувати конкуренцію на зовнішньому ринку є підприємництво. Його розвиток має залежність від середовища зовнішнього ринку, в якому відбулося багато суттєвих змін:

- виділення індивідуальної споживацької поведінки;
- розвиток нових інформаційних та комунікаційних технологій;
- поширення конкуренції на світовому ринку.

Сьогодні присутня тенденція появи більш доступних товарів та підвищення рівню інформованості населення. Це призводить до значного зміни попиту, та змушує робити вироби індивідуальними. Наслідками цього процесу є зниження виробництва товарів за певними стандартами і збільшення на ринку частки товарів з особливими характеристиками.