МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний технічний університет
«Харківський політехнічний
інститут»

Вісник Національного технічного університету «ХПІ»

(економічні науки)

№ 48 (1324) 2018

Збірник наукових праць

Видання засноване у 1961 р.

Харків
НТУ «ХПІ», 2018

MINISTRY OF EDUCATION AND
SCIENCE OF UKRAINE

National Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute"

Bulletin of the National Technical University "KhPI"

(economic sciences)

No. 48 (1324) 2018

Collection of Scientific papers

The edition was founded in 1961

Kharkiv
NTU "KhPI", 2018

Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) Збірник наукових праць. – Х. : НТУ «ХПІ». – 2018. – № 48 (1324). – 131 с.

У збірнику представлені результати досліджень та узагальнення актуальних тенденцій вітчизняної та світової економічної системи, стану і перспективи розвитку економіки регіонів, підприємств та організацій; особливості управління інвестиційною діяльністю, інноваціями, бізнесом, економічними ризиками, маркетинговою діяльністю, правове забезпечення підприємств, бізнес-планування, управління фінансами, проблеми обліку й аудиту, соціального прогресу.

Для науковці, викладачі вищої школи, аспірантів, студентів, фахівців різноманітних галузей

The collection presents the results of research and generalization of current trends of the domestic and world economic system, the state and prospects of economic development of regions, enterprises and organizations; features of investment management, innovation, business, economic risks, marketing activities, legal support of enterprises, business planning, financial management, accounting and auditing, social progress.

For scientists, teachers of higher education, postgraduates, students, specialists of various industries

Державне видання.
Свідоцтво Держкомітету з інформаційної політики України
КВ № 5256 від 2 липня 2001 року.

Мова статей – українська, російська, англійська.

Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки) внесено до «Переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук», затверджено наказом Міністерства освіти і науки України від 09.03.2016 р., № 241.

Вісник Національного технічного університету «ХПІ», серія «Технічний прогрес та ефективність виробництва» перереєстровано, відповідно з наказом МОН України від 09.03.2016 р., № 241, в Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки) , індексується в наукометричній базі Google Scholar.

Офіційний сайт видання: http://journals.uran.ua/index.php/2519-4461 /

Засновник
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Головний редактор
Сокол Є. І., д-р техн. наук, чл.-кор. НАН України, НТУ «ХПІ», Україна
Заст. головного редактора
Марченко А. П., д-р техн. наук, проф. , НТУ «ХПІ», Україна
Секретар
Горбунов К. О., доц., НТУ «ХПІ», Україна
Редакційна колегія серії
Відповідальний редактор:
Перерва П.Г., проф., НТУ «ХПІ» , Україна
Заступник відповідального редактора:
Погорєлов М.І., проф., НТУ «ХПІ» , Україна
Погорєлов С.М., проф., НТУ «ХПІ» , Україна
Відповідальний секретар:
Круглов О.А., НТУ «ХПІ» , Україна
Члени редколегії:
Ілляшенко С.М., проф., СумДУ, Україна
Косенко О.П., проф., НТУ «ХПІ», Україна
Краснокутська Н.С., проф., НТУ «ХПІ», Україна
Кузьмин О.Є., проф., І-т «Львівська політехніка», Україна
Манойленко О.В., проф., НТУ «ХПІ», Україна
Маслак О.І., проф., Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, Україна
Посохов І.М., проф., НТУ «ХПІ», Україна
Райко Д.В., проф., НТУ «ХПІ», Україна
Сисоєв В.В., проф., НТУ «ХПІ», Україна
Кобелєва Т.О., доц., НТУ «ХПІ», Україна
Mariann Veresné Somosi, , проф., Мішкольцський університет, Угорщина;
Peter Reichling, проф., Магдебургський університет ім. Отто фон Гуерике, Німеччина;;
György Kocziszky, проф., член монетарного комитета Национального банка, Венгрия

Founder
National Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute"

Editor-in-chief
Sokol E. I., dr. tech. sc., member-cor. of National Academy of Sciences of Ukraine, NTU "KhPI", Ukraine
Deputy editor-in-chief
Marchenko A. P., dr. tech. sc., prof., NTU "KhPI", Ukraine
Secretary
Gorbunov K. O., docent, NTU "KhPI", Ukraine
Editorial staff
Vudli editor:
Pererva P.G., prof., NTU "KhPI", Ukraine
Defender of the editor-in-chief:
Pogorelov M. I., prof., NTU "KhPI", Ukraine
Pohorielov S. M., prof, NTU " KhPI " , Ukraine
The remote Secretary:
Kruglov O. A., NTU " KhPI " , Ukraine
Members of the editorial Board:
Ilyashenko S. M., prof., Sumdu, Ukraine
Kosenko O. P., prof., NTU "KHPI", Ukraine
Krasnokutska N.S., prof., NTU "HP", Ukraine
Kuzmin O. E., prof., Institute "Lviv Polytechnic", Ukraine
Manoylenko O. V., prof., NTU " KhPI ", Ukraine
Maslak O. I. prof Kremenchutzky national University imeni Mikhaila Ostrogradskogo, Ukraine
Posokhov I.M., prof., NTU " KhPI ", Ukraine
Raiko D. V., prof., NTU " KhPI ", Ukraine
Sisoev V. V., prof., NTU " KhPI ", Ukraine
Kobeleva So, docent., NTU " KhPI ", Ukraine
Mariann Veresné Somosi, , prof, University Mxcalcse, Porsena;
Peter Reichling, prof., Magdeburg University im. Otto von Guericke, Germany;;
György Kocziszky, prof., member of the monetary Committee of the National Bank, Hungary

Рекомендовано до друку Вченою радою НТУ «ХПІ».
Протокол № 9 від 30 листопада 2018 р.

© НТУ «Харківський політехнічний інститут», 2018

УДК 657471.12

А.П. КОСЯК, І.В. РЯБИХ

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНА ІНФОРМАЦІЯ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ФОНДУ ОПЛАТИ ПРАЦІ У ЦУКРОВОМУ ВИРОБНИЦТВІ

У статті висвітлено теоретичні питання щодо поняття «оплата праці» та «заробітна плата» – з позицій економічної теорії, «заробітна плата» – це економічна категорія, що відображає відносини між роботодавцем і найманим працівником з приводу розподілу новоствореної вартості. В цьому розумінні доречнішим є поняття «оплата праці», яка, крім заробітної плати, включає й інші витрати роботодавця на робочу силу Досліджено та узагальнено відомості про практичну діяльність товариства з додатковою відповідальністю – в колективному договорі товариства встановлюються умови організації виробництва та праці, забезпечення зайнятості, режим роботи, тривалість робочого часу, охорона й безпека праці, нормування та оплата праці, умови преміювання, розвиток соціальної сфери, соціально-трудові пільги, обов'язкові гарантії та компенсаційні виплати, компетенції, гарантії діяльності представницьких організацій працівників, строки виплати заробітної плати, а на працівників покладаються зобов'язання виконувати всі вимоги охорони праці, підтримувати трудову дисципліну. Розглянуто модель бізнес-процесу розрахунків з оплати праці працівників цукрового виробництва та її учасників, а також порядок ініціалізації бізнес-процесу з обліку оплати праці працівників відповідно до Регламенту товариства, організацію обліку оплати праці. Обґрунтовано основні форми та системи оплати праці, які використовуються при виборі системи оплати праці за допомогою нормування праці. Охарактеризовано почасову форму за місячними окладами та її системи: проста погодинна і погодинно-преміальна; відрядну форму та системи: проста відрядна та відрядно-преміальна, що застосовуються у період сезону виробництва цукру з цукрового буряку та цукру-сирцю. Розглянуто організацію оплати праці працівників, яка базується на тарифній системі оплати та включає тарифні ставки, тарифні сітки, схеми посадових окладів, тарифно-кваліфікаційні характеристики. Досліджено аналітичну інформацію формування фонду оплати праці.

Ключові слова: оплата праці, заробітна плата, організація оплати праці, форми і системи оплати праці, фонд оплати праці, фонд основної заробітної плати, фонд додаткової заробітної плати, інші заохочувальні та компенсаційні виплати, облік оплати праці працівників цукрового виробництва.

А.П. КОСЯК, И.В. РЯБЫХ

УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОТНОСИТЕЛЬНО ФОРМИРОВАНИЯ ФОНДА ОПЛАТЫ ТРУДА В САХАРНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ

В статье отражено теоретические вопросы относительно понятия «оплата труда» и «заработная плата» – с позиций экономической теории, «заработная плата» – это экономическая категория, отражающая отношения между работодателем и наемным работником по поводу распределения вновь созданной стоимости. В этом смысле уместным является понятие «оплата труда», которая, кроме заработной платы, включает и другие расходы работодателя на рабочую силу. Исследовано и обобщены сведения о практической деятельности общества с дополнительной ответственностью – в коллективном договоре общества устанавливаются условия организации производства и труда, обеспечения занятости, режим работы, продолжительность рабочего времени, охрана и безопасность труда, нормирования и оплата труда, условия премирования, развитие социальной сферы, социально-трудовые льготы, обязательные гарантии и компенсационные выплаты, компетенции, гарантии деятельности представительных организаций работников, сроки выплаты заработной платы, а на работников возлагаются обязательства выполнять все требования охраны труда, поддерживать трудовую дисциплину. Рассмотрена модель бизнес-процессу расчетов из оплаты труда работников сахарного производства и ее участников, а также порядок инициализации бизнес-процессу из учета оплаты труда работников в соответствии с Регламентом общества, организацию учета оплаты труда. Обоснованы основные формы и системы оплаты труда, которые используются при выборе системы оплаты труда с помощью нормирования труда. Охарактеризована почасовая форма за месячными окладами и ее системы: простая почасовая и почасовая-премиальная; сдельная форма и системы: простая сдельная и сдельно-премиальная, что применяются в период сезона производства сахара из сахарной свеклы и сахара-сырца. Рассмотрена организация оплаты труда работников, которая базируется на тарифной системе оплаты и включает тарифные ставки, тарифные сетки, схемы должностных окладов, тарифно-квалификационные характеристики. Исследована аналитическая информация формирования фонда оплаты труда.

Ключевые слова: оплата труда, заработная плата, организация оплаты труда, формы и системы оплаты труда, фонд оплаты труда, фонд основной заработной платы, фонд дополнительной заработной платы, другие поощрительные и компенсационные выплаты, учет оплаты труда работников сахарного производства.

A. KOSYAK, I. RIABYKH

REGISTRATION-ANALYTICAL INFORMATION ON FORMING OF FUND OF REMUNERATION OF LABOUR IN SACCHARINE PRODUCTION

In the article it is reflected theoretical questions in relation to a concept "Remuneration of labour" and "salary" – from the standpoint of economic theory, "wages" is an economic category that reflects the relationship between the employer and the employee in relation to the distribution of the newly created value. In this sense, the term "wages" is more appropriate, which, besides wages, includes other expenses of the employer to the workforce. Investigational and generalized taking about practical activity of society with additional responsibility – he collective agreement of the partnership establishes the conditions for the organization of production and labor, the provision of employment, the working conditions, the length of working time, the protection and safety of work, the normalization and payment of labor, bonus conditions, the development of social sphere, social and labor privileges, compulsory guarantees and compensatory payments , competence, guarantees of activity of representative organizations of employees, payment periods, and employees are obliged to comply with all requirements of labor protection, to support labor discipline. A model is considered to the business process of calculations from the remuneration of labour of workers of saccharine production and her participants, and also order of initialising to the business process from the account of remuneration of labour of workers in accordance with Regulation of society, organization of account of remuneration of labour. Basic forms and systems are reasonable remunerations of labour, that is used for the choice of the system of remuneration of labour by means of setting of norms of labour. A potasova form after monthly salaries and her systems are described: simple почасовая and почасовая-премиальная; piece-rate form and systems : simple piece-rate and сдельно-премиальная, that are used in the period of season of production of sugar from a sugar beet and sugar-raw. Organization of remuneration of labour of workers is considered, that is based on the tariff system of payment and includes tariff rates, tariff nets, charts of post salaries, тарифно-квалификационные descriptions. Analytical information of forming of fund of remuneration of labour is investigational.

Keywords: wages, wage organization, forms and wages, salary fund, basic wage fund, additional wage fund, other incentive and compensatory payments, payroll accounting for sugar producers.

© А.П. Косяк, І.В. Рябих, 2018

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями: У зв'язку зі зміною законодавчо-нормативної бази України належну увагу необхідно приділити питанням організації та порядку ведення обліку розрахунків з оплати праці працівників занятих у цукровому виробництві, особливостям обліку розрахунків з працівниками по оплаті праці та формуванню фонду оплати праці. Розглянути форми і системи оплати праці, які використовуються товариством з додатковою відповідальністю.

Аналіз останніх досягнень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор: Питання обліково-аналітичної інформації з оплати праці працівників підприємств та її організації, а також формування фонду оплати праці є досить актуальними. Теоретичні та практичні проблеми, питання організації бухгалтерського обліку розрахунків з оплати праці досліджувалися у працях провідних вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як: Бутинець Ф. Ф., Білуха М. Т., Ведерніков М. Д., Грішнова О. А., Голов С. Ф., Грабова Н. М., Завгородній В. П., Івахненков С. В., Колот А. М., Кліяненко Б. Т., Кузьминський А. Н., Левенсон М. А., Лишиленко А. В., Левицька С. О., Маляревський Ю. Д., Потриваєва Н. В., Покропивного С. Ф., Палій В. Ф., Сопко В. В., Сопко О. В., Сависька Г. П., Савченко В. Я., Спирин В.С., Садовніков О. А., Ревко А.М., Ткаченко Н. М., Усач Б. Ф., Хома Д. М.

Формування цілей статті (постановка завдання): Основною метою статті є дослідження поняття «оплата праці» та «заробітна плата», модель бізнес-процесу розрахунків з оплати праці, організації бухгалтерського обліку розрахунків з оплати праці працівників цукрового виробництва та формування фонду оплати праці.

Виклад основного матеріалу дослідження: Порядок організації оплати праці ТДВ «Новоіванівський цукровий завод» здійснюється відповідно до «Регламенту з обліку оплати праці цукрового виробництва» (далі – Регламент), який базується на законодавчій та нормативно-правовій базі України, а саме: Конституції України [1], Господарського кодексу України [2], Кодексу законів про працю України [3], Податкового кодексу України [4], Закону України «Про оплату праці» [5], Закону України «Про відпустки» [6], Закон України «Про пенсійне забезпечення» [7], Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [8], Закону України Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень [9], Закону України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» [10], Закону України «Про охорону праці» [11], Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій [12], Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій [13], Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку обчислення середньої заробітної плати» [14], Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання» [15], Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [16], Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 26 «Виплати працівникам» [17] та ін.

За результатами дослідження законодавчо-нормативної бази, яка регулює організацію і порядок ведення бухгалтерського обліку розрахунків по оплаті праці товариством, а також розглянувши праці провідних вітчизняних вчених поняття «оплата праці» та «заробітна плата» трактується науковцями і практиками в Україні по-різному.

Згідно статті 94 «Заробітна плата» глави VII «Оплата праці» Кодексу закону про працю України, заробітна плата – це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу [3].

Відповідно до статті 14 «Визначення понять» п. 1.48 Податкового кодексу України визначено «заробітна плата» – це основна та додаткова заробітна плата, інші заохочувальні та компенсаційні виплати, які виплачуються (надаються) платнику податку у зв'язку з відносинами трудового найму згідно із законом [4].

Згідно статті 1 Закону України «Про оплату праці» термін заробітна плата – це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором роботодавець виплачує працівникові за виконану ним роботу [5].

Зокрема, вітчизняні економісти пропонують свої визначення поняття «заробітна плата». Так, Покропивний С. Ф. вважає, що «заробітна плата» як економічна категорія відображає відносини між найманими працівниками і роботодавцями щодо розподілу новоствореної вартості (доходу) [18].

З точки зору Ведернікова М. Д. поняття «заробітна плата» є первинним доходом домашніх господарств, який передбачає винагороду в грошовій або натуральній формі, що має бути виплачена роботодавцем найманому працівнику за роботу, виконану у звітному періоді.

Але найбільш повне визначення поняття «заробітна плата» запропонувала Грішнова О. А., з кількох позицій: з позицій економічної теорії; ринкової економіки; економіки праці; найманого працівника та підприємця [19].

Отже, з позицій економічної теорії, «заробітна плата» – це економічна категорія, що відображає відносини між роботодавцем і найманим працівником з приводу розподілу новоствореної вартості. В цьому розумінні доречнішим є поняття «оплата праці», яка, крім заробітної плати, включає й інші витрати роботодавця на робочу силу.

В умовах ринкової економіки «заробітна плата» – це елемент ринку праці, що складається в результаті взаємодії попиту на працю та її пропозиції та виражає ринкову вартість використання найманої праці. В цьому розумінні найчастіше вживаються усереднені показники ставок оплати одиниці (наприклад, людино-години) праці певної якості.

З позицій економіки праці, «заробітна плата» – це винагорода або заробіток, обчислений у грошовому виразі, який за трудовим договором роботодавець сплачує працівникові за роботу, яку виконано або має

бути виконано. Це загальновизнане визначення, що найточніше відповідає трактуванню зарплати в Законі України «Про оплату праці».

З позиції найманого працівника, «заробітна плата» – це основна частина його трудового доходу, який він отримує в результаті реалізації здатності до праці і який має забезпечити об'єктивно необхідне відтворення робочої сили.

З позицій підприємця, поняття «заробітна плата» – це елемент витрат виробництва і водночас головний чинник забезпечення матеріальної зацікавленості працівників у досягненні високих кінцевих результатів праці.

Якщо для перших «оплата праці» є основною формою доходу, то для інших – елементом витрат на виробництво, чинником конкурентоспроможності продукції, складовою доходу підприємства.

Деякі науковці визначають «оплату праці» та «заробітну плату» як тотожні поняття. Наприклад, Лукашевич В. вважає, що ці поняття – рівноцінні, хоча між ними і є певна відмінність: видатки на заробітну плату здійснюють із фонду оплати праці, а інші заохочувальні виплати проводять за рахунок підприємства або «коштів спеціального призначення та цільових надходжень».

Чанишева Г. та Болотіна Н. вважають, що термін «оплата праці» ширший, і тому його цільове призначення спрямоване на організацію оплати праці, регламентацію її окремих елементів та всієї системи правових засобів у цій сфері, тоді як поняття «заробітна плата» спрямоване на право окремого працівника отримувати грошову винагороду.

Оплата праці працівників, які знаходяться в трудових відносинах з ТДВ «Новоіванівський цукровий завод» регулюється шляхом розробки, затвердження та застосування внутрішніх нормативних документів, зокрема: Колективним договором; Регламентом з обліку оплати праці цукрового виробництва; штатним розписом; Положенням про оплату праці; Положенням про преміювання за виконання виробничих завдань та функцій; Положенням про винагороду за підсумками роботи за рік; Положенням про охорону праці включаючи норми забезпечення спецодягом, засобами індивідуального захисту, норми видачі молока, мийних засобів; Положенням про відрядження та ін. нормативними документами.

Положення про оплату праці, про преміювання та про винагороду за підсумками роботи за рік розробляється відділом організації праці та заробітної плати і затверджується наказом керівника підприємства.

В колективному договорі товариства встановлюються умови організації виробництва та праці, забезпечення зайнятості, режим роботи, тривалість робочого часу, охорона й безпека праці, нормування та оплата праці, умови преміювання, розвиток соціальної сфери, соціально-трудові пільги, обов'язкові гарантії та компенсаційні виплати, компетенції, гарантії діяльності представницьких організацій працівників, строки виплати заробітної плати, а на працівників покладаються зобов'язання виконувати всі вимоги охорони праці, підтримувати трудову дисципліну.

Окрім законодавчих актів, колективний договір повинен ураховувати норми, гарантії та права, що передбачені генеральною або галузевою (регіональною) угодою, адже ці угоди є нормативними актами більш високого рівня, ніж колективний договір. Так, до норм та гарантій, передбачених законодавством, генеральною та галузевою (регіональною) угодами, колективним договором, зокрема, належать:

а) норми оплати за роботу: у надурочний час, у святкові, неробочі, вихідні дні, у нічний час; у разі виконання норм виробітку не з вини працівника; за час простою не з вини працівника; працівникам віком до 18 років при скороченій тривалості щоденної роботи;

б) гарантії: оплата щорічних відпусток і відпусток у зв'язку з вагітністю й пологами та до досягнення дитиною трирічного віку; збереження заробітної плати на час виконання державних або громадських обов'язків, направлення на обстеження в медичний заклад, переведення за станом здоров'я на легшу нижче оплачувану роботу, переведення тимчасово на іншу роботу у зв'язку з виробничою необхідністю.

Крім того, встановлено гарантії та компенсації при переїзді на роботу в іншу місцевість, при службових відрядженнях. Важливою гарантією для працівників є встановлення мінімальної заробітної плати, розмір якої визначається Верховною Радою України. Мінімальні розміри ставок (окладів) визначаються генеральною угодою.

У колективному договорі згідно законодавства: встановлюється режим роботи, порядок роботи змінами, перерви у роботі на підприємстві; підсумковий облік робочого часу (календарний рік згідно ст. 61 КЗпП); призначаються святкові дні; встановлюється кількість днів щорічної відпустки та відпустки без збереження зарплати; визначаються додаткові відпустки.

Метою Регламенту є уніфікація і стандартизація бізнес-процесу з обліку розрахунків по заробітній платі працівників зайнятих у цукровому виробництві, а метою бізнес-процесу описаного в Регламенті є визначення системи та структури оплати праці працівників цукрового виробництва.

Модель бізнес-процесу розрахунків з оплати праці працівників цукрового виробництва наведена на рис. 1. Відповідно до рис. 1 учасниками моделі бізнес-процесу розрахунків з оплати праці працівників цукрового виробництва і формування обліково-аналітичної інформації щодо фонду оплати праці товариством з додатковою відповідальністю є: генеральний директор товариств; головний інженер; головний механік; головний енергетик; начальник тепло-електро централі; начальник цеху контрольно-вимірювальних приладів та автоматики; начальник відділу (сектору) організації праці та заробітної плати; начальники змін; завідувач майстерні; майстри цехів; інженери з нормування праці; диспетчер; бухгалтер по оплаті праці.

Розглянемо порядок ініціалізації бізнес-процесу з обліку оплати праці працівників цукрового виробництва, який представлено у табл. 1.

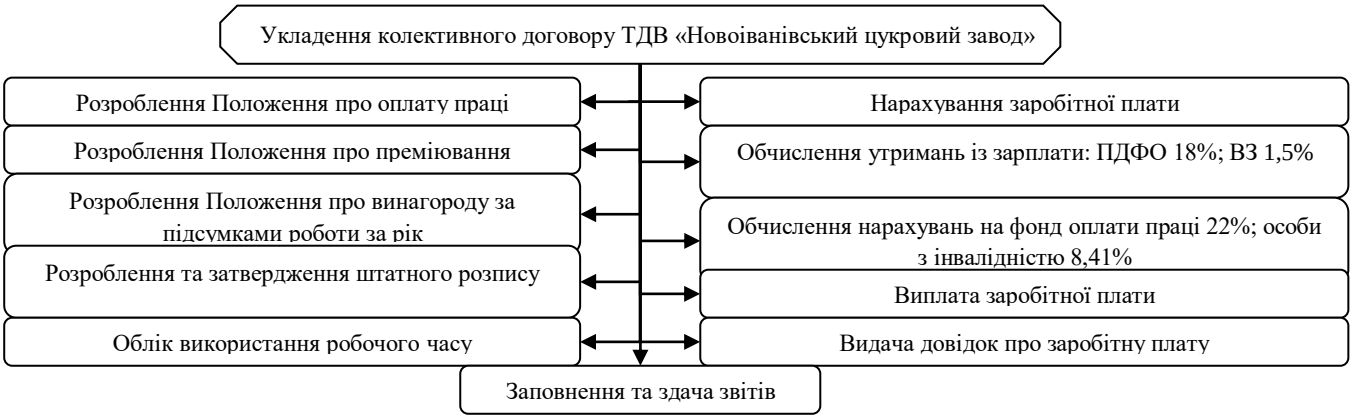


Рисунок 1 – Модель бізнес-процесу розрахунків з оплати праці

Таблиця 1 – Порядок ініціалізації бізнес-процесу з обліку оплати праці працівників цукрового виробництва згідно Регламенту

Етапи бізнес-процесу	Відповідальний	Кому	Термін виконання	Документ	Опис
1	2	3	4	5	6
Облік робочого часу	Начальники змін; Майстри цехів; Завідувач майстерні; Інженери з нормування праці	Бухгалтеру	Заповнюється щоденно подається бухгалтеру для нарахування зарплати два рази на звітний місяць	Табель обліку використання робочого часу форма № П-5	Ведеться облік відпрацьованих за місяць годин, днів, розмір окладу, ЧТС
Облік виконаної роботи	Начальники змін; Майстри цехів; Завідувач майстерні; Інженери з нормування праці	Бухгалтеру	Заповнюється на початку виконання роботи, закривається по закінченні роботи, подається бухгалтеру для нарахування зарплати	Наряд на відрядну роботу (для бригади) форма № 70	Ведеться облік виконаної роботи та відпрацьованих годин, днів
	Диспетчер; Начальники змін; Майстри цехів; Завідувач майстерні; Інженери з нормування праці	Бухгалтеру	Щоденно, подається бухгалтеру для нарахування зарплати два рази на звітний місяць	Подорожній лист вантажного автомобіля форма № 2-ТН	Ведеться облік виконаної роботи та вартість виконаної роботи
	Диспетчер; Начальники змін; Майстри цехів; Завідувач майстерні; Інженери з нормування праці	Бухгалтеру	Щоденно, подається бухгалтеру для нарахування зарплати два рази на звітний місяць	Подорожній лист службового легкового автомобіля форма № 3	Ведеться облік виконаної роботи та вартість виконаної роботи
	Диспетчер; Начальники змін; Майстри цехів; Завідувач майстерні; Інженери з нормування праці	Бухгалтеру	В день виконання робіт (при обов'язковій здачі попереднього документа), подається бухгалтеру для нарахування зарплати два рази на звітний місяць	Дорожній лист тракториста форма № 68	Для підтвердження факту виконання роботи, списання пального, нарахування заробітної плати
	Диспетчер	Бухгалтеру	Подекадно, подається бухгалтеру для нарахування зарплати два рази на звітний місяць	Обліковий лист тракториста-машиніста форма № 67	Для узагальнення виконаних робіт як зведена дорожніх листів тракториста-машиніста
Нарахування заробітної плати	Бухгалтер		Два рази на звітний місяць	Розрахунково-платіжна відомість працівника ф. № П-6	Нарахування зарплати (за відпрацьовані дні, години, за виконану роботу, щорічних відпусток, оплати лікарняних), розрахунок утримань із зарплати
	Бухгалтер		Два рази на звітний місяць	Розрахунково-платіжна відомість зведена ф. № П-7	
Виплата заробітної плати	Бухгалтер		Два рази на звітний місяць	Заява-розрахунок на виплату матеріального забезпечення	Для виплати лікарняних за рахунок Фонду соц. страхування
	Бухгалтер			Відомість на виплату грошей	Для виплати зарплати та інших виплат

Закінчення таблиці 1

Заповнення та здача звітів	Бухгалтер		Щомісячно, не пізніше ніж через 20 календарних днів, наступних за останнім календарним днем звітного місяця	Звіт про суми нарахованої зарплати (доходу, грошового забезпечення, допомоги, компенсації) застрахованих осіб та суми нарахованого єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування до органів Пенсійного фонду України	Звіт з утриманого та нарахованого єдиного внеску
	Бухгалтер		Щоквартально	Форма № 1ДФ	Податковий розрахунок сум доходу нарахованого (сплаченого) та сум утриманого (сплаченого) податку
	Бухгалтер		Щоквартально не пізніше 20 числа наступного за звітним кварталом місяця	Звіт по коштах загальнообов'язкового державного соціального страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності та витратами, зумовленими похованням Ф. № Ф4-ФСС з ТВП	
	Бухгалтер		Щоквартально якщо роботодавець одержував або видавав працівникам путівки	Звіт про путівки на санаторно-курортне лікування та путівки до дитячих закладів оздоровлення Ф. № Ф14-ФСС з ТВП	
	Бухгалтер		Один раз на рік до 25 січня до Фонду нещасних випадків	Відомість розподілу чисельності працівників, річного фактичного обсягу реалізації продукції за видами економічної діяльності	
Видача довідок про заробітну плату	Бухгалтер		На день вимоги	Довідки про дохід та середню заробітну плату	

Терміни виконання етапів бізнес-процесу, що наведені в табл. 1 необхідно чітко дотримуватися відповідальними особами.

У розробленому Положенні про оплату праці на основі законодавчих та інших нормативних актів, генеральної, галузевих і регіональних угод, колективних і трудових договорів визначаються: системи оплати праці (відрядна, почасова, акордна); форми організації та оплати праці (індивідуальна, колективна); структура оплати праці (основна заробітна плата, додаткова заробітна плата, премії та заохочення).

Структура заробітної плати включає такі складові:

– основну заробітну плату (визначаються розміри тарифних ставок (окладів), посадових окладів);

– додаткову заробітну плату (встановлені надбавки, доплати, гарантійні і компенсаційні виплати, передбачені чинним законодавством);

– премії, пов'язані з виконанням виробничих завдань, посадових обов'язків (необхідно робити посилання на положення про преміювання);

– заохочувальні та компенсаційні виплати (види надбавок, доплат, заохочень та підстави їх застосування).

Оплата працівників має бути такою, щоб за відпрацьовану місячну (погодинну) норму праці заробітна плата, основу якої становить винагорода за виконану роботу відповідно до встановлених норм праці за тарифними ставками (окладами), відрядними розцінками робітників і посадовими окладами керівників, фахівців, технічних службовців, з урахуванням доплат, надбавок, премій та ін. виплат, крім виплат, які згідно з чинним законодавством не включаються до мінімальної заробітної плати, була не меншою від законодавчо встановленого розміру мінімальної зарплати.

Положення про оплату праці містить порядок перегляду та індексації заробітної плати товариством, а також строки і періодичність виплат заробітної плати, порядок вирішення трудових спорів з питань оплати праці.

Положення про преміювання передбачає показники преміювання і конкретний розмір премій для працівників окремих категорій. Так, у положенні визначаються умови, порядок і терміни виплати премій, порядок розгляду спорів стосовно преміювання, а також обумовлені випадки, коли працівники можуть бути позбавлені премії.

Положення про винагороду за підсумками роботи за рік встановлює джерела фінансування, розмір, умови і порядок виплати винагород.

Згідно ст. 64 Господарського Кодексу України товариство визначає організаційну структуру,

чисельність працівників і штатний розпис. Так, штатний розпис включає список працівників товариства із зазначенням їх посад і посадових окладів, що затверджуються наказом керівника на початку року і діє на протязі року. Зміни в штатний розпис вносяться у разі введення нових співробітників в штат, зміни розмірів або систем оплати праці, розрядів, найменування посад. Якщо на протязі року змінюється структура товариства, тоді доцільнішим буде затвердження нового штатного розпису. За необхідності протягом року на підставі наказу можуть бути внесені необхідні зміни. При складанні або коригуванні штатного розпису необхідно вважати на те, що найменування посад і професій у ньому має відповідати Класифікатору професій ДК 003:2005; у штатному розписі вказуються всі посади, які можуть обіймати працівники: як ті, для кого це місце роботи є основним, так і сумісники; якщо зміни у штатному розписі зачіпають інтереси та права працівників (наприклад, змінюються істотні умови їх праці), то про це їх має бути попереджено не менше ніж за два місяці відповідно до ст. 32 КЗпП [3].

Заробітна плата нараховується за відпрацьований час, тому для обліку робочого часу працівників, у тому числі відрядників, ведеться Табель обліку використання робочого часу (типова форма № П-5). Табель ведеться на весь обліковий склад працівників, прийнятих на постійну, сезонну і тимчасову (на один день і більше) роботу, а також на учнів, прийнятих на період виробничої практики або канікул з оплатою; кожному працюючому присвоюється табельний номер.

Організація оплати праці базується на тарифній системі оплати, призначеній для розділення робіт залежно від їх складності, а працівників – залежно від їх кваліфікації (некваліфікований, малокваліфікований, кваліфікований і висококваліфікований персонал). Тарифна система включає тарифні ставки, тарифні сітки, схеми посадових окладів, тарифно-кваліфікаційні характеристики. Тарифні сітки формує (визначає кількість тарифних розрядів і зв'язок між виконуваними роботами і тарифним розрядом тощо) власник підприємства згідно з чинним Довідником кваліфікаційних характеристик професій працівників. Відповідно до статті 6 Закону України «Про оплату праці» тарифна сітка розробляється на основі: тарифної ставки працівника 1-го розряду, розмір якої повинен перевищувати законодавчо встановлений розмір мінімальної заробітної плати; кваліфікаційних (посадових) співвідношень розмірів тарифних ставок (посадових окладів) [5].

Тарифні сітки формують окремо щодо оплати праці робітників і окремо щодо оплати праці керівників, фахівців і технічних службовців, та загальну для усіх працівників товариства. У тарифній системі існує дві основні форми оплати праці: почасова, за якої оплата праці здійснюється за певну одиницю часу, при цьому діють такі системи оплати праці: проста почасова, коли зарплата нараховується працівникові виходячи із ставки оплати за годину, день або місяць і кількості відпрацьованих годин (днів) за формулою:

$$\mathbf{ЗП} = \boldsymbol{ТС \times Ч}, \qquad (1)$$

де ЗП – заробітна плата;

ТС – тарифна ставка;

Ч – відпрацьований час;

почасово-преміальна, при якій крім зарплати за відпрацьований час виплачується премія за досягнення певних кількісних та якісних показників (наприклад, за перевиконання завдання або перевищення обсягів виконаних робіт, тощо) за формулою:

$$\mathbf{ЗП} = \boldsymbol{ТС \times Ч + П}, \qquad (2)$$

де ЗП – зарплата;

ТС – тарифна ставка;

Ч – відпрацьований час;

П – премія, яка може виплачуватися як у фіксованій сумі, так і у вигляді преміального відсотка, на який має бути збільшено зарплату.

Відрядна, яка передбачає оплату праці залежно від обсягу та якості виконаної роботи, при цьому застосовують такі системи оплати праці, як: пряма (проста) відрядна, коли зарплата нараховується працівникові виходячи з кількості (обсягу) виконаної роботи (виготовлених виробів) та їх складності за формулою:

$$\mathbf{ЗП} = \boldsymbol{Р \times К}, \qquad (3)$$

де ЗП – заробітна плата;

Р – розцінка за одиницю роботи (продукції);

К – кількість виконаної роботи (виробленої продукції).

Відрядна розцінка може визначатися діленням погодинної (денної) тарифної ставки на норму виробітку за годину (день) або множенням зазначеної ставки на норму часу в годинах (днях) на виконання одиниці роботи (виготовлення одиниці продукції) (ст. 90 КЗпП) [3];

Відрядно-преміальна, при якій зарплата нараховується за формулою:

$$\mathbf{ЗП} = \boldsymbol{Р \times К + П}, \qquad (4)$$

де ЗП – заробітна плата;

Р – розцінка за одиницю роботи (продукції);

К – кількість виконаної роботи (виробленої продукції);

П – премія за кількісні та якісні показники, та інші системи (відрядно-прогресивна, акордна).

Так, при виборі системи оплати праці за допомогою нормування праці важливо правильно встановити зв'язок між оплатою і результатом праці, тобто визначити індивідуальний вклад працівників в загальні результати діяльності товариства. У період сезону виробництва цукру з цукрового буряку та цукру-сирцю оплата праці проводиться по формах оплати: 1) почасова за місячними окладами (часовими тарифними ставками) з системами оплати: проста погодинна, погодинно-преміальна; 2) відрядна з системами оплати: проста відрядна, відрядно-преміальна. Працівники, залучені до виробництва цукру з цукрового буряку та цукру-сирцю виконують роботу по графіку змін. Оплата праці таким працівникам розраховується за табелем обліку робочого

часу по окладу або часовій тарифній ставці, з урахуванням: нічних годин (з 22 до 6 години); вихідних та святкових днів; доплат за виконання роботи у важких та шкідливих умовах; за суміщення професій (посад); за розширення зони обслуговування або збільшення обсягів робіт; за виконання обов'язків тимчасово відсутнього працівника.

Для оплати праці робітників у ремонтний період встановлюються форми оплати праці: проста погодинна, відрядна та за місячними окладами (часовими тарифними ставками). Розцінки при відрядній оплаті праці визначаються шляхом множення погодинної тарифної ставки, яка відповідає розряду роботи, що виконується, на встановлену норму часу в годинах згідно ст. 90 КЗпП України [3].

Підставою для нарахування зарплати відрядникам є наряди на виконання робіт, рапорти, відомості про виробіток, тощо; а для водіїв і механізаторів підставою для нарахування заробітної плати є документи, якими підтверджується об'єм виконаних робіт: подорожній лист; наряди на виконання робіт по ремонту техніки; дорожній лист тракториста; облікові листи тракториста-машиніста. Наряд на виконання робіт по ремонту заповнюється в одному екземплярі на початку виконання ремонту, а закривається наряд по закінченні ремонту, підписується особою, відповідальною за його ведення, і керівником підрозділу й здається до відділу організації праці та заробітної плати, а потім до бухгалтерії.

При погодинній системі оплати праці надурочна робота оплачується в подвійному розмірі годинної ставки, а при відрядній проводиться доплата у розмірі 100% тарифної ставки працівника відповідної кваліфікації за всі відпрацьовані надурочні години. Слід пам'ятати, що відповідно до статті 106 КЗпП компенсація надурочної роботи шляхом надання відгулу заборонена [3].

Для узагальнення інформації за розрахунками по оплаті праці з працівниками цукрового виробництва, які належать як до облікового, так і до необлікового складу використовується активно-пасивний рахунок 66 «Розрахунки за виплатами працівникам».

Облік заробітної плати, розрахунки по не отриманих сумах виплат і по інших поточних виплатах працівникам товариства ведеться на активно-пасивному рахунку 66 «Розрахунки за виплатами працівникам» в розрізі наступних субрахунків: 661 «Розрахунки за заробітною платою»; 662 «Розрахунки з депонентами»; 663 «Розрахунки за іншими виплатами» [12; 13]. У бухгалтерському обліку виплати працівникам, які перебувають в трудових відносинах з працедавцем, регулюються положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 26 «Виплати працівникам» [17].

Нарахована працівникам основна та додаткова заробітна плата, премії та інші нарахування відображаються по кредиту субрахунку 661 «Розрахунки за заробітною платою» в розрізі постійних і сезонних працівників. Виплата заробітної плати, премії, допомоги, суми утриманих податків і внесків, суми утриманих платежів по виконавчим документам, інші утримання з сум оплати праці відображаються по дебету рахунку 661 «Розрахунки за заробітною платою». Нарахована заробітна плата, відповідно до наданих документів про відпрацьований час і виконання робіт, визнається витратами відповідно до штатного розпису та виконаної роботи.

Витрати на заробітну плату відображаються в обліку по дебету відповідного рахунку витрат наведено в табл. 2.

Таблиця 2 – Облік витрат на заробітну плату ТДВ «Новоіванівський цукровий завод»

№ з/п	Рахунок бухгалтерського обліку	Вид діяльності	Категорії працівників заробітна плата яких відображається по рахунку
1	2313 «Цукрове виробництво	Виробництво цукру	Виробничого персоналу цукрового заводу під час сезону цукроваріння
2	233 «Обслуговуючі виробництва»	ТЕЦ, призаводський та виносний бурякопункти, сировинна лабораторія, механічна майстерня, будівельний відділ	Виробничий персонал обслуговуючих цехів
3	91 «Загальновиробничі витрати»	Цукрове виробництво 9492 «Інші витрати операційної діяльності»	Головні фахівців цукрових заводів (завідуючих цехами, інженерів, технологів, лаборантів), трактористи та водії при виконанні загальновиробничих робіт, обліковці, диспетчери, оператори обліку, слюсарі, ремонтники, механіки при виконані ремонтних робіт в міжсезоння
4	92 «Адміністративні витрати»	Управління	Керівники підприємства, фахівці фінансово-економічних служб, бухгалтерії, фахівці служби безпеки, фахівці служби персоналу, юристи, інший адміністративний персонал
5	93 «Витрати на збут»	Зберігання готової продукції, товарів, комерційні служби, логістика	Фахівці комерційних служб; працівники складів готової продукції, призначеної для продажу; працівники, здійснюючі навантаження готової продукції при реалізації
6	9492 «Інші витрати операційн. діяльності»	Соціальна сфера	Працівники гуртожитку
7	1522 «Виготовлення основних засобів та модернізація»	Капітальні інвестиції	Працівників задіяних безпосередньо в виготовлені, створенні та ремонтних роботах основних засобів

Відображення господарських операцій із нарахування заробітної плати слюсарю-ремонтнику у

виробничий період зайнятого в процесі цукроваріння наведено на прикладі у табл. 3.

Таблиця 3 – Бухгалтерські проведення з обліку нарахування і утримання із заробітної плати

№ з/п	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків		Сума, грн.
1	Нараховано заробітну плату слюсарю-ремотнику	2313	661	9500,25
2	Нараховано єдиний соціальний внесок на заробітну плату 22 %	2313	651	2090,06
3	Утримано із нарахованої заробітної плати податок на доходи фізичних осіб 18 %	661	6411	1710,05
4	Утримано військовий збір із нарахованої заробітної плати 1,5 %	661	6415	142,50
5	Виплачено заробітну плату працівнику через касу підприємства	661	301	7647,70

Для розрахунку заробітної плати товариство застосовує типові форми: «Розрахунково-платіжна відомість працівника» типова форма № П-6 та «Розрахунково-платіжна відомість (зведена), типова форма № П-7.

Для оцінки розміру заробітної плати найманих працівників застосовується показник фонду оплати праці. До фонду оплати праці включаються нарахування найманим працівникам у грошовій та натуральній формі (оцінені в грошовому вираженні) за відпрацьований та невідпрацьований час, який підлягає оплаті, або за виконану роботу незалежно від джерела фінансування цих виплат. Фонд оплати праці складається з: фонду основної заробітної плати; фонду додаткової заробітної плати; інших заохочувальних та компенсаційних виплат [20].

Фонд оплати праці ТДВ «Новоіванівський цукровий завод» подано у табл. 4.

З аналітичної табл. 4 спостерігаємо динаміку зростання фонду оплати праці по ТДВ на 8922,6 тис.грн. (або 166,3%), за рахунок збільшення фонду основної заробітної плати на 6042,7 тис.грн. (або 172%) та фонду додаткової зарплати на 2903,9 тис.грн. (або 157,7%.). Варто зауважити, що збільшення показника фонду основної та фонду додаткової зарплати свідчить про зростання тарифних ставок (окладів), відрядникам розцінки робітників, посадових окладів для керівників, фахівців, технічних службовців, надбавок, доплат до тарифних ставок, а також гарантій та компенсаційних виплат, премій, пов'язаних з виконанням виробничих завдань та ін. Середньооблікова чисельність працівників за 2015 рік складає 329 осіб, за 2016 рік – 325 осіб, за 2017 рік – 332 особи. Отже, відповідно до вище приведених даних середньомісячна заробітна плата працівника цукрового виробництва за 2015 рік складає 3407,55 грн., за 2016 рік – 4314,67 грн., 2017 рік – 5616,37 грн.

Таблиця 4 – Динаміка та структура фонду оплати праці ТДВ «Новоіванівський цукровий завод»

Показники	2015 рік	Питома вага, %	2016 рік	Питома вага, %	2017 рік	Питома вага, %
Фонд оплати праці, тис.грн.	13453,0	100	16827,2	100	22375,6	100
Фонд основної заробітної плати, тис.грн.	8393,0	62,39	10498,7	62,39	14435,7	64,52
Фонд додаткової заробітної плати, тис.грн.	5036,0	37,43	6328,5	37,61	7939,9	35,48
Інші заохочувальні та компенсаційні виплати, тис.грн.	24,0	0,18	0,0	0,0	0,0	0,0

Висновки: Таким чином, на підставі проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

1) у трудовому законодавстві України для позначення винагороди, яку роботодавець виплачує працівникам за виконану ним роботу, використовуються два терміни: «заробітна плата» та «оплата праці», у буквальному сенсі «заробітна плата» – є об'єктом правовідносин, а «оплата праці» – дія роботодавця щодо виконаної працівниками роботи. На наш погляд, «оплата праці» є більш дієвим інструментом активізації людського чинника та використання трудового потенціалу;

2) оплата праці працівників цукрового виробництва є основним джерелом доходів, тому в сучасних умовах господарювання правильний та достовірний обліку витрат на оплату праці є засобом дотримання вимог нормативно-законодавчої бази України;

3) для товариства витрати на оплату праці займають досить вагоме місце, так, як знаходяться в сукупних витратах на виробництво продукції (робіт, послуг);

4) оплати праці залежить безпосередньо від результатів праці зацікавлених працівників цукрового виробництва, мотивації та стимулювання праці.

Список літератури

1. *Конституція України.* URL: http:// zakon.rada.gov.ua/laws/show /254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80. (дата звернення: 01.11.2018).
2. *Господарський Кодекс України від 16.01.2013 № 436-IV.* URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15 (дата звернення: 01.11.2018).
3. *Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 № 322-VIII..* URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/ show/322-08. (дата звернення: 01.11.2018).
4. *Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI.* URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 (дата звернення: 01.11.2018).
5. *Закон України «Про оплату праці» від 24.03.1995 № 108/95.* URL: http://zakon.rada.gov.ua/ laws/show/ 108/95-%D0%B2%D1%80 (дата звернення: 01.11.2018).
6. *Закон України «Про відпустки» від 15.11.1996 № 504/96.* URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/ show/504/96-%D0%B2%D1 %80 (дата звернення: 01.11.2018).
7. *Закон України «Про пенсійне забезпечення» від 06.12.1991 № 1931-XII.* URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1788-12 (дата звернення: 01.11.2018).
8. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 № 996- URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/ show/996-14 (дата звернення: 01.11.2018).
9. Закон України від 05.10.2017 № 2164-VIII Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» (щодо удосконалення деяких положень) URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2164-19 (дата звернення: 01.11.2018).
10. *Закон України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» від 08.07.2010 № 2464-VI.* URL: http://zakon.rada. gov.ua/laws/show/2464-17 (дата звернення: 01.11.2018).

11. *Закон України «Про охорону праці» від 14.10.1992 № 2695-XII*. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2694-12 (дата звернення: 01.11.2018).
12. *План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 № 291*. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0892-99 (дата звернення: 01.11.2018).
13. *Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 № 291*. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99 (дата звернення: 01.11.2018).
14. *Про затвердження Порядку обчислення середньої заробітної плати: Постанова Кабінету Міністрів України від 08.02.1995 № 100*. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/100-95-%D0%BF (дата звернення: 01.11.2018).
15. *Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання». Наказ Міністерства фінансів України від 31.01.2000 № 20* URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00. (дата звернення: 01.11.2018).
16. *Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати». Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.1999 № 318* URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00 (дата звернення: 01.11.2018).
17. *Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 26 «Виплати працівникам». Наказ Міністерства фінансів України від 28.10.2003 № 601* URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z 102503. (дата звернення: 01.11.2018).
18. Покропивний С. Ф. *Економіка підприємства*. Київ: КНЕУ, 2003, 608 с.
19. Грішнова О. А. *Економіка праці та соціально-трудові відносини*. К.: Знання, 2009. 390 с.
20. *Інструкція зі статистики заробітної плати: наказ Державного комітету статистики України від 13.01.2004 № 5*. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0114-04 (дата звернення: 01.11.2018).
21. Голов С.Ф. *Бухгалтерський облік та фінансова звітність в Україні*. Дніпропетровськ: ТОВ «Баланс-клуб», 2016, 826 с.
22. Сопко В.В., Сопко О.В. *Організація бухгалтерського обліку, економічного контролю та аналізу*. К.: КНЕУ, 2014, 412 с.
23. Ткаченко Н.М. *Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність*. К.: Алерта, 2013, 985 с.

References

1. *Konstytutsiia Ukrainy* [Constitution of Ukraine]. Available at: http:// zakon. rada.gov.ua/ laws/ show/254%D0%BA / 96-%D0%B2%D1%80. (accessed: 01.11.2018).
2. *Hospodarskyi Kodeks Ukrainy* [Economic Code of Ukraine]. Available at: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15 (accessed: 01.11.2018).
3. *Kodeks zakoniv pro pratsiu Ukrainy* [Labor Code of Ukraine]. Available at: http://zakon.rada.gov.ua/laws/ show/322-08. (accessed: 01.11.2018).
4. *Podatkovyi kodeks Ukrainy* [Tax Code of Ukraine] Available at: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 (accessed: 01.11.2018).
5. *Zakon Ukrainy «Pro oplatu pratsi»* [Law of Ukraine "On Labor Remuneration"]. Available at: http://zakon.rada.gov.ua/ laws/show/ 108/95-%D0%B2%D1%80 (accessed: 01.11.2018).
6. *Zakon Ukrainy «Pro vidpustky»* [Law of Ukraine "On Holidays"] Available at: http://zakon.rada.gov.ua/laws/ show/504/96-%D0%B2%D1 %80 (accessed: 01.11.2018).
7. *Zakon Ukrainy «Pro pensiine zabezpechennia»* [Law of Ukraine "On Pension Provision"]. Available at: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ 1788-12 (accessed: 01.11.2018).
8. *Zakon Ukrainy «Pro bukhhalterskyi oblik ta finansovu zvitnist v Ukraini»* [Law of Ukraine "On Accounting and Financial Reporting in Ukraine"]. Available at: http://zakon.rada.gov.ua/laws/ show/996-14 (accessed: 01.11.2018).
9. *Zakon Ukrainy vid 05.10.2017 № 2164-VIII Pro vnesennia zmin do Zakonu Ukrainy «Pro bukhhalterskyi oblik ta finansovu zvitnist v Ukraini» (shchodo udoskonalennia deiakykh polozhen*) [Law of Ukraine of 10.05.2017 № 2164-VIII "On Amendments to the Law of Ukraine" On Accounting and Financial Reporting in Ukraine "(regarding the improvement of certain provisions)]. Available at: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2164-19 (accessed: 01.11.2018).
10. *Zakon Ukrainy «Pro zbir ta oblik yedynoho vnesku na zahalnoobov'iazkove derzhavne sotsialne strakhuvannia»* [The Law of Ukraine "On the Collection and Accounting of the Single Contribution to the Mandatory State Social Insurance"]. Available at: http://zakon.rada. gov.ua/laws/show/2464-17 (accessed: 01.11.2018).
11. *Zakon Ukrainy «Pro okhoronu pratsi»* [Law of Ukraine "On Occupational Safety"]. Available at: http://zakon.rada. gov.ua/laws/show /2694-12 (accessed: 01.11.2018).
12. *Plan rakhunkiv bukhhalterskoho obliku aktyviv, kapitalu, zobov'iazan i hospodarskykh operatsii pidpryiemstv i orhanizatsii* [Plan of accounting of assets, capital, liabilities and business operations of enterprises and organizations]. Available at: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0892-99 (accessed: 01.11.2018).
13. *Instruktsiia pro zastosuvannia Planu rakhunkiv bukhhalterskoho obliku aktyviv, kapitalu, zobov'iazan i hospodarskykh operatsii pidpryiemstv i orhanizatsii* [Instruction on the application of the Plan of Accounts of Accounting for Assets, Capital, Commitments and Business Operations of Enterprises and Organizations]. Available at: http://zakon.rada. gov.ua/laws/show/z0893-99 (accessed: 01.11.2018).
14. *Pro zatverdzhennia Poriadku obchyslennia serednoi zarobitnoi platy: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 08.02.1995 № 100* [On Approval of the Procedure for Calculating the Average Salary: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of February 8, 1995 No. 100]. Available at: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/100-95-%D0%BF (accessed: 01.11.2018).
15. *Polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 11 «Zobov'iazannia»* [Regulation (standard) of accounting 11 "Commitment"]. Available at: http://zakon3.rada. gov.ua/laws/show/z0085-00. (accessed: 01.11.2018).
16. *Polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 16 «Vytraty»* [Regulation (standard) of accounting 16 "Expenses"]. Available at: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00 (accessed: 01.11.2018).
17. *Polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 26 «Vyplaty pratsivnykam»* [Regulation (standard) of accounting 26 "Payments to employees"]. Available at: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z 102503. (accessed: 01.11.2018).
18. Pokropyvnyi S. *Ekonomika pidpryiemstva* [Business Economics]. Kiev, KNEU, 2003, 608 p.
19. Hrishnova O. *Ekonomika pratsi ta sotsialno-trudovi vidnosyny* [Labor economics and socio-labor relations]. Kiev, Znannia, 2009. 390 p.
20. *Instruktsiia zi statystyky zarobitnoi platy* [Instruction on wage statistics]. Available at: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ z0114-04. (accessed: 01.11.2018)
21. Holov S. *Bukhhalterskyi oblik ta finansova zvitnist v Ukraini* [Accounting and financial reporting in Ukraine]. Dnipro, TOV «Balans-klub», 2016, 826 p.
22. Sopko V., Sopko O. Orhanizatsiia bukhhalterskoho obliku, ekonomichnoho kontroliu ta analizu. Kiev, KNEU, 2014, 412 p.
23. Tkachenko N. Bukhhalterskyi finansovyi oblik, opodatkuvannia i zvitnist [Accounting financial accounting, taxation and reporting]. Kiev, Алерта, 2013, 985 c.

Надійшла (received) 15.11.2018

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Косяк Антоніна Петрівна (Косяк Антонина Петровна, Kosyak Antonina Petrovna) – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, доцент кафедри фінансово-економічної безпеки, обліку і аудиту; м. Харків, Україна; ID ORCID: http://orcid.org/0000-0003-1009-4082; e-mail: zima-ant@ukr.net

Рябих Інна Валеріївна (Рябых Инна Валерьевна, Riabykh Inna Valerievna) – Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, студентка; м. Харків, Україна; *e-mail: innariabykh17@gmail.ru*

УДК 339.8 3029

Е.Д. ШЕЯНОВА

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ В ХАРКІВСЬКОМУ РЕГІОНІ

Стаття присвячена аналізу економічної ефективності на підприємствах готельно-ресторанної справи. У статті досліджено та узагальнено теоретичні підходи до визначення сутності ефективності діяльності підприємств. Економічна ефективність – досягнення найбільших результатів за найменших витрат праці. Економічна ефективність- конкретна форма вияву закону економії часу, їх зв'язок здійснюється через зростання продуктивності праці її підвищення означає зростання ефективності сукупної праці, збільшення ефективності всього виробництва, зумовленої насамперед прогресом продуктивних сил.У статті було розглянуто особливості готельно-ресторанної галузі в Україні як вид економічної дослідженння. У статті було досліджено сутність понять «організаційна структура готелю», «менеджмент готельного господарства», «економічна ефективність» і «критерій економічної ефективності». Надано характеристику основних підходів до оцінювання економічної ефективності діяльності підприємств готельно-ресторанної справи. Запропоновані напрями вдосконалення оцінки якості обслуговування в готелях в Харківському регіоні. Запропоновані основні шляхи вдосконалення стратегії і тактики управління цінами на підприємствах сфери послуг гостинності та ресторанної справи в Харківському регіоні.У статті було досліджено формування сучасного вітчизняного туристського ринку,поглиблення спеціалізації і кооперації в роботі туристських підприємств, забезпечення умов для розвитку різних видів внутрішнього і в'їзного туризму, інтеграція України до системи світового туристичного ринку, розвиток міжнародного співробітництва в сфері туризм, а також вирішення цілого комплексу завдань в сфері кадрів в готельно-ресторанної галузі. Розглянуті проблеми ринку готельної справи. Надано характеристику основних підходів до оцінювання економічної ефективності діяльності підприємств; досліджено зв'язок між ресурсами і результатами виробництва. Розглянуто місце готельно-ресторанних послуг в індустрії туризму та підприємства готельного господарства, як важлива складова індустрії туризму.

Ключові слова: ефективність, результативність, раціональне використання, управління, економічні відносини, рішення, переваги, сутність.

Э.Д. ШЕЯНОВА

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО ДЕЛА В ХАРЬКОВСКОМ РЕГИОНЕ

Статья посвящена анализу экономической эффективности на предприятиях гостинично-ресторанного дела. В статье исследованы и обобщены теоретические подходы к определению сущности эффективности деятельности предприятий. Экономическая эффективность - достижение наибольших результатов при наименьших затратах труда. Экономическая эффективность- конкретная форма проявления закона экономии времени, их связь осуществляется через рост производительности труда ее повышение означает рост эффективности совокупного труда, повышение эффективности всего производства, обусловленной прежде всего прогрессом производительных сил.В статье были рассмотрены особенности гостинично-ресторанной отрасли в Украине как вид экономического исследования. В статье были исследованы сущность понятий «организационная структура гостиницы», «менеджмент гостиничного хозяйства», «экономическая эффективность» и «критерий экономической эффективности». Охарактеризованы основных подходов к оценке экономической эффективности деятельности предприятий гостинично-ресторанного дела. Предложенные направления совершенствования оценки качества обслуживания в гостиницах в Харьковском регионе. Предложены основные пути совершенствования стратегии и тактики управления ценами на предприятиях сферы услуг гостеприимства и ресторанного дела в Харьковском регионе. В статье было исследовано формирование современного отечественного туристического рынка, углубление специализации и кооперации в работе туристских предприятий, обеспечение условий для развития различных видов внутреннего и в въездного туризма, интеграция Украины в систему мирового туристического рынка, развитие международного сотрудничества в сфере туризм, а также решения целого комплекса задач в сфере кадров в гостинично-ресторанной отрасли. Рассмотрены проблемы рынка гостиничного дела. Охарактеризованы основные подходы к оценке экономической эффективности деятельности предприятий; исследована связь между ресурсами и результатами производства. Рассмотрены место гостинично-ресторанных услуг в индустрии туризма и предприятия гостиничного хозяйства, как важная составляющая индустрии туризма.

Ключевые слова: эффективность, результативность, рациональное использование, управление, экономические отношения, решения, преимущества, сущность

E.D. SHEIANOVA

ECONOMIC EFFICIENCY OF COMPANIES OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS IN KHARKOV REGION

The article is devoted to the analysis of economic efficiency at the enterprises of the hotel and restaurant business. The article analyzes and generalises theoretical approaches to the definition of the essence of the efficiency of enterprises. Economic efficiency - achievement of the greatest results at the least labor costs. Economic efficiency is a concrete form of manifestation of the law of time saving, their connection is through the growth of labor productivity, its increase means the increase of the effectiveness of cumulative labor, the increase of the efficiency of all production, conditioned primarily by the progress of productive forces. The article considered the features of the hotel and restaurant industry in Ukraine as a kind economic research. The article explored the essence of the concepts of "organizational structure of the hotel", "hotel management", "economic efficiency" and "criterion of economic efficiency". The main approaches to assessing the economic efficiency of the hotel and restaurant business are described. The proposed directions of improving the quality of service evaluation in hotels in the Kharkiv region. The main ways of improving the strategy and tactics of price management at enterprises of the sphere of services of hospitality and restaurant business in the Kharkiv region are proposed. The article examined the formation of a modern domestic tourism market, the deepening of specialization and cooperation in the work of tourist enterprises, provision of conditions for the development of various types of domestic and inward tourism, integration of Ukraine into the system of the world tourism market, development of international cooperation in the field of tourism, as well as solutions of the whole a complex of tasks in the field of personnel in the hotel and restaurant industry. The problems of the hotel business market are considered. The main approaches to assessing the economic efficiency of enterprises' activities are described; The relationship between resources and production results has been investigated. Considered the place of hotel and restaurant services in the tourism industry and enterprises of hotel industry as an important component of the tourism industry.

Keywords: efficiency, effectiveness, rational use, management, relations, solutions, advantages, essence.

© Е.Д. Шеянова, 2018

Introduction. Development of the tourism industry today is extremely important as tourism is one of the important factors in our economy's exit from the crisis, stable and dynamic increase in budget revenues, positive impact on the state of affairs in many sectors of the national economy, increase of employment, development in market relationsTourism plays an important role in the implementation of large-scale tasks for the development of Ukrainian statehood, the entry of Ukraine into the world community, the cultural and spiritual revival of the nation. After all, Ukraine has rich tourist opportunities, developed a network of aviation, rail, road, sea and river routes, has a tourist-friendly location at the crossroads between the West and the East. That is why Ukraine has all the conditions for becoming a world-class tourist country [1].

Meanwhile, the hotel industry is becoming more profitable, and the construction of hotels is mainly based on commercial goals. Such a solution is promoted by the development of tourism. The hotel business and tourist business are inextricably linked. The development of the tourist industry has caused unprecedented growth of the hotel industry. In this regard, many countries began to invest heavily in the development of this branch of the economy. Consequently, in terms of business, the hotel is a commercial production, which offers its marketable product in the market as a service (a set of services). The army of tourists served by hundreds of thousands of hotel workers. In many countries, the hotel industry is becoming one of the most important areas of occupation. At present, the hotel industry in the whole world has become an industrial base and represents an industry that provides significant foreign exchange earnings through the development of foreign tourism. Hotel and restaurant services occupy a huge niche in the tourism industry, and they directly affect the overall quality of travel services.

The problem is presented in general terms and its connection with important scientific or practical tasks. An important element in the maintenance of tourists - hotel and restaurant services. Enterprises of the hotel and restaurant industry serve a rather diverse contingent of tourists visiting both domestic and foreign, both organized and individual. For each category of consumers, you need special methods, receptions of service. This interesting and wide theme is dedicated to my work.

In the process of servicing tourists, the restaurant industry plays a particularly important role and acquires specific features, which allows us to consider restaurant economy in the resort and tourist centers as part of the tourism industry. A characteristic feature of the service of tourists in hotels is to provide them with a full range of services (breakfast, lunch, dinner).

There are two main ways to meet demand - for organized and individual tourists.

Organized vacationers are known to pay money for meals in advance when buying a ticket. However, the costs of organized holidaymakers are not limited to the purchase of a trip. They additionally buy fruits, ice cream, drinks, etc. The satisfaction of these needs is largely contributing to the expansion of the network of restaurant enterprises, the level and quality of service they have.

Unlike organized holidaymakers, tourists-individuals have a need not only for the main services of restaurant enterprises, but also for additional ones, that is, holidays for dinners, dinners to the house, as well as tourist packages of these dishes in a special package suitable for consumption in the bosom of nature and in a car, buying semi-finished products of the maximum degree of readiness, etc.

Enterprises of restaurant management in hotels help to attract the share of incomes of tourists from different regions. Thus, there is a transfer of purchasing funds from one region to another, from one country to another. In addition, meeting needs outside of the permanent residence transforms the costs of consumer funds, in particular, the cost of purchasing goods is replaced by the cost of services. And this helps to mobilize free cash resources of the population.

Restaurant economy creates conditions for the achievement of public goals of tourism development. The restaurants meet and meet people from different countries, creating a favorable environment for mutual understanding, useful, business contacts, development of social and cultural life.

Analysis of recent research. Today there are more than 300 hotel chains in the world. The share of 13 largest of them accounts for 78% of the total number of hotel chains. And each of them covers many countries of the world. But the spread of chains can not meet all the various demands of tourists due to some kind of impersonality, standardization of service, which creates the basis for the development of small independent hotels, which rate the uniqueness and uniqueness. These hotels are considered by the experts as prototypes of the XXI century: comfortable, built in rural style, offer services at a reasonable price and have everything you need for work and relaxation, where customers can get refined personalized service. The uniqueness of such a hotel is the main instrument of market policy.In the struggle for the client, the goals of the group of hotel enterprises and each hotel separately, constantly expanding the range of services, placing on the market new original offers [2].

The rapid development of information technology and software in the sphere of hotel and tourist is due to the effect that can be obtained with their proper use. Only the computer is able to provide the hotel owner with the level of services that is necessary for the activity in the modern market. Due to access to various databases, their correct use and management of hotel lounges have a unique opportunity to attract a person to a specific profile and, as a result, to provide their clients with more personalized services. Technologies also enable access to global databases, browse international websites and Internet pages. Thanks to newer technologies, access to which small lenders is largely due to cooperation with large corporations within the autonomous enterprise, improving the ability to communicate promptly with potential customers in the world market and simplifying the procedure for reserving cities ahead, processing preliminary orders, etc. And this gives the opportunity to send the relevant product to the appropriate customer and the appropriate time at the appropriate price.

Today, the world's hotel economy has about 350 thousand comfortable hotels more than 14 million rooms (26 million seats). At the same time, the number of rooms in the last 20 years annually increases by an average of 3-4%, which indicates a significant dynamics of growth of facilities for tourists. Moreover, the structure of the world hotel industry adequately reflects the tourist flows and the regional principle: the more domestic tourists and foreign visitors in a particular region of the world, the more facilities available to this region [3].

Presentation of the main research material. One of the directions of the hotel industry development is the creation of small hotels. As the foreign experience shows, recently, small hotels with a capacity of 20-30 seats are more popular among tourists. They are usually located in resort areas, where a small influx of tourists allows them closer to nature, and along the most saturated highways.

The construction of small hotels on the routes is due to the fact that 2/3 of tourists in recent years and in the future will travel on road transport. Small hotels provide similar infrastructure. In particular, it can be restaurants for 20-30 places, and for some - "family cuisine". Almost all hotels will have bars that work around the clock.

For example, in the Donetsk region, marketing studies conducted to expand the market of hotel and tourist services, allowed to justify the construction of small hotels in the village of Sedovo and in the district of the transport branch near Donetsk, as a model of integrated services for tourists in small resort areas during travels . They have a specific motivation. During the last summer season, more than 400 thousand people rested in the village of Sedovo, including 10 thousand unorganized. As the questionnaire showed, in the settlement rested up to 90% of people with average income. Of this number, 83.2% indicated a desire to use a small hotel, if the accommodation and food in it did not exceed 25-30 UAH. day. For the guests, a small hotel project for 30 people has been developed. It has a restaurant and bar for 50 people. The restaurant is supposed to realize the complexes of breakfast and lunch. According to the calculations, the profitability of the complex of food companies is 19.5%, and it pays off for 2 years.

The construction of hotels for 30 seats in the transport branch near Donetsk is due to the presence of: the international route Russia-Ukraine-Transcaucasia-Turkey, the republican-Kyiv-Zaporozhye-Donetsk, and the regional-Donetsk-Mariupol.

Studies have shown that about 1200 units of vehicles, including 100 cars and 600 cars, pass through this transport solution for a day. Total passenger traffic - more than 700 people. Nutrition and accommodation for this passenger traffic is not organized.

A small hotel with a total of 40 seats with a complex of food companies, which will include a restaurant, a bar and fast service enterprises, must solve this problem.

Thus, the development data will contribute to the further development of the hotel-tourist complex of Ukraine.

The program of tourism development in Ukraine until 2005 includes the construction of 78 new hotels and other facilities for 15.7 thousand seats, as well as reconstruction of 61 objects for 21.5 thousand seats.

It is not easy to find state funds to solve these issues. The matter is not in place if the managers take care of the proceeds to the local and state budgets. Take at least Kiev, where the funds were found and the reconstruction of the hotels "Dnipro", "Rus" was carried out. By 2010, the capital is scheduled to build five five-star hotels, twenty four stars, four forty three stars.

In general, in 1999, 75 million hryvnias were invested in the development of the material and technical base of tourism in the state, including: from the local budget of Khmelnitsky region. - 4.4 million, time investments in the hotel Dnipro - 6.7 million, Crimea - 3 million, investments from Russia - 6 million, own funds of enterprises - 54.4 million. Of course, this is very modest the numbers for such a country as ours. Construction and reconstruction of the hotel building requires large investments. For example, the cost of reconstruction of the Moscow hotel "Intourist" is $ 120-150 million.

Standards presuppose the presence in hotels, starting with the category of three stars, stationary emergency generator for the constant provision of electric power of hotel services (elevators, refrigerators, etc.). This is especially true for Ukraine in connection with energy supply problems in the regions.

Particular attention is paid to issues of service of disabled tourists [4]. Hotels must have enough wheelchairs, a certain number of special rooms with toilets, baths, equipped for disabled tourists.

WTO recommendations put forward high standards for drinking water quality in hotels. Tourists are not recommended to use water from cranes, so hotels should have special installations to ensure the quality of drinking water. Ice in hotels and restaurants is made only of high-quality drinking water, and we have, as a rule, ice agenerates.

Calculation of raw material costs

Classification of services is a rather serious problem solved in a different way. For example, in OECD countries and UNCTAD publications, services are divided into five categories:

1) financial;
2) information (communication);
3) professional (production);
4) tourist;
5) social.

In practice, the classification of services offered by the IMF is widely used today:

1) sea transportation;
2) other types of transport;
3) travel;
4) other private services;
5) other official services.

The market of services is an extensive system of highly specialized markets, in particular the market of transport services, communications, public utilities, catering, tourist and recreational services.

Hotel business, advertising and consulting services, insurance and financial services, agency and brokerage services, law services, real estate services, franchising, trade in licenses and patents, know-how, industrial designs and utility models, engineering, leasing services,

etc. form a complex of services that are offered in the mentioned market [5]. International statistics indicate that the services market is one of the fastest growing sectors of the world market.

The value of the services market in recent decades has grown - both in the domestic economy and in the world. The service sector in developed countries has reached at least half of the profits earned.

The total market of services in 2003 amounted to 2,10 trillion. USD equivalent to 25% of world exports.

Conclusions. In the non-productive sector, a promising and investment-attractive type of business is the hotel business whose main purpose is to provide accommodation for the servicing of tourists and visitors traveling to meet the cognitive, recreational needs, solving commercial and service affairs.

In recent years, the hotel industry has not been prepared for effective functioning in a market economy. This is due to a number of problems: insufficient legislative and legal framework, high tax rates, insufficient organization of tourist accidents in Ukraine, insufficient investments in hotel business. The main reason behind the lagging behind the hotel industry from the world is the outdated material base of hotels. Hotels were built on projects that are outdated today. The hotels have virtually no modern communications and communication facilities, conference rooms and audiences with audiovisual equipment and technical equipment for simultaneous interpretation. At the same time, tariffs for accommodation in hotels of Ukraine, as a rule, are not lower, and in many cases and do not exceed the tariffs in European hotels of similar discharges.

In order for the hotel base of Ukraine to meet international standards, it is necessary to modernize and reconstruct it. By 2010, it is planned to reconstruct institutions accommodating tourists and vacationers with a capacity of about 28 thousand seats and build a new 20.5 thousand seats. The first steps in this direction have already been made. Thus, in 2018, the enterprises of the branch for the reconstruction and modernization of the material base were used 120 million rn. Construction, repair and finishing works were carried out on 118 objects of the branch. Of these, direct investments amounted to 44.4 million UAH, payables and own funds 55.4 million UAH.

Also, in order to bring the existing material base to the requirements of the WTO, certification of tourist, hotel and catering services is carried out. The certification includes 86 hotels, 67 campuses, 25 sanatoriums, 44 boarding houses and holiday homes, 15 clients, 6 motels, 472 food places.

The development of tourism, industry, trade, economics, as well as culture and sports, leads to increased mobility for people to establish contacts, exchange experiences, recreation and rest. The lack and poor material base of hotels complicates all these processes, but the development of the hotel industry leads to the development of adjacent types of entrepreneurial activity and promotes the revival of all socio-economic contacts, enhances the economic potential of the state.

The proper level of development of the hotel industry will help to enter our country to the leading tourist countries of the world**.**

Список літератури

1. Вихристенко Б.І. Сучасний стан і завдання розвитку туристичної галузі України // *Туристично-краєзнавчі дослідження. Збірник наукових статей* – К.: 2016 р. – Випуск 1 – Ч.2. – 565 с.:
2. *Готельне господарство: основні показники, оцінка якості послуг*. – Київський інститут туризму, економіки і права. – Київ.: 2013 – 76 с.
3. Гресєва І.М. *Класифікація готелів за кордоном і в Україні* // Туристично-краєзнавчі дослідження– К.: 2010 – Випуск 1. – Ч.1 – 565с.
4. Герасименко В.Ц. *Основы туристичекого бизнеса*. – Одесса: “Черноморье”, 2017. – 160 с.
5. Кухар О.В. *Сучасні проблеми готельного господарства Києва* // Туристично-краєзнавчі дослідження. – К.: 2011. – Випуск 1.–Ч.2.–565 с.

References (transliterated)

1. Vy`xry`stenko B.I. Suchasny`j stan i zavdannya rozvy`tku tury`sty`chnoyi galuzi Ukrayiny`. [Current state and problems of the development of the tourism industry of Ukraine] Tury`sty`chno-krayeznavchi doslidzhennya. Zbirny`k naukovy`x statej [Tourist-lore studies. Collection of scientific articles] - Kiev: 2016 - Issue 1 - Part 2. - 565 p.
2. *Gotel`ne gospodarstvo: osnovni pokazny`ky`, ocinka yakosti poslug* [Hotel economy: basic indicators, assessment of service quality]. – Ky`yivs`ky`j insty`tut tury`zmu, ekonomiky` i prava. [Kyiv Institute of Tourism, Economics and Law]. - Kiev: 2013 - 76 p.
3. Gresyeva I.M. Klasy`fikaciya goteliv za kordonom i v Ukrayini [Classification of hotels abroad and in Ukraine] Tury`sty`chno-krayeznavchi doslidzhennya [Tourist-lore studies] - Kiev: 2010 - Issue 1. - Ch.1 – 565p.
4. Gerasy`menko V.Cz. Osnovы tury`sty`chekogo by`znesa [Basics of tourist business]. - Odessa: “Chernomor`e”, 2017. – 160 p.
5. Kuxar O.V. Suchasni problemy` gotel`nogo gospodarstva Ky`yeva [Modern problems of the hotel economy of Kiev] Tury`sty`chno-krayeznavchi doslidzhennya [Tourist-lore studies]. - Kiev: 20118. - Issue 1.-Ch.2.-565 p.

Надійшла (received) 15.11.2018

Відомості про авторів /Сведенияобавторах / About the Authors

Шеянова Еліна Дмитрівна (***Шеянова Элина Дмитриевна Sheianova Elina Dmytrivna***) – a 3-year student at National Technical University «Kharkiv Polytecnhic Institute» (097) 54-63-859, e-mail: sheianovaelina@gmail.com.

УДК 338.242

О. М. ЯЦЕНКО, М. П. ГОРБУНОВ

ІНВЕСТИЦІЇ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ЯК ЕФЕКТИВНА СТРАТЕГІЯ СУЧАСНИХ КОМПАНІЙ-ЛІДЕРІВ

В економічному зростанні визначну роль грає людський фактор. Українська держава сьогодні потребує зміни стереотипів думок стосовно ролі працівників у діяльності підприємства. Цивілізований підхід передбачає прогресивне ставлення до людини як самоцінності й усвідомлення залежності між рівнем інвестицій у людський капітал і рівнем конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Погіршення макроекономічних показників розвитку економіки та суспільства призводять до того, що компанії не мають бажання й достатніх фінансових можливостей здійснювати інвестиції у людський капітал. Актуальними стають питання привернення уваги до необхідності вкладень у формування людського капіталу, його розвиток та збереження. Метою роботи є аналіз сутності поняття «людський капітал» з позиції інвестиційного підходу; визначення видів людського капіталу в які можна здійснювати інвестиції; аналіз досвіду компаній-лідерів щодо інвестицій у людський капітал. У результаті аналізу з'ясовано, що прихильники інвестиційного підходу виокремлюють наступні види капіталу, в які можна здійснювати інвестиції: індивідуальний людський капітал та людський капітал фірми. Визначені відмінності, що відрізняють інвестиції в людський капітал від інших видів інвестицій, а також проаналізовано таке явище, як негативний людський капітал. Наголошено, що в Україні людський капітал складає один з найнижчих відсотків у структурі національного багатства. Проаналізовано досвід американських компаній-лідерів та провідних українських компаній щодо інвестицій у людський капітал. Виявлено, що одним із пріоритетних напрямів інвестицій американських компаній-лідерів є інвестиції у медичне обслуговування і охорону здоров'я. Інвестиції у людський капітал українських компаній є доволі обмеженими. Вбачаємо за необхідне наголосити на тому, що сучасна практика менеджменту передбачає управління людиною як ресурсом, який потребує додаткових витрат, усвідомлення необхідності наявності висококваліфікованих кадрів і боротьби за їх збереження, індивідуального підходу, але з урахуванням інтересів компанії. Компанії, які перетворили робітників у головне джерело добробуту займають лідируючі позиції. У свою чергу такі робітники стають гордістю компаній та запорукою її конкурентоспроможності.

Ключові слова: людський капітал, інвестиції, компанія-лідер, людський ресурс, стратегія, людські якості.

О. Н. ЯЦЕНКО, Н. П. ГОРБУНОВ

ИНВЕСТИЦИИ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ СОВРЕМЕННЫХ КОМПАНИЙ-ЛИДЕРОВ

В экономическом росте решающую роль играет человеческий фактор. Украинское государство сегодня нуждается в изменении стереотипов мнений относительно роли сотрудников в деятельности предприятия. Цивилизованный подход предполагает прогрессивное отношение к человеку как самоценности и осознание зависимости между уровнем инвестиций в человеческий капитал и уровнем конкурентоспособности отечественных предприятий. Ухудшение макроэкономических показателей развития экономики и общества приводят к тому, что компании не имеют желания и достаточных финансовых возможностей осуществлять инвестиции в человеческий капитал. Актуальными становятся вопросы привлечения внимания к необходимости вложений в формирование человеческого капитала, его развитие и сохранение. Целью работы является анализ сущности понятия «человеческий капитал» с позиции инвестиционного подхода; определение видов человеческого капитала в которые можно осуществлять инвестиции; анализ опыта компаний-лидеров по инвестициям в человеческий капитал. В результате анализа установлено, что сторонники инвестиционного подхода выделяют следующие виды капитала, в которые можно осуществлять инвестиции: индивидуальный человеческий капитал и человеческий капитал фирмы. Определены различия, отличающие инвестиции в человеческий капитал от других видов инвестиций, а также проанализировано такое явление, как негативный человеческий капитал. Отмечено, что в Украине человеческий капитал составляет один из самых низких процентов в структуре национального богатства. Проанализирован опыт американских компаний-лидеров и ведущих украинских компаний по инвестициям в человеческий капитал. Выявлено, что одним из приоритетных направлений инвестиций американских компаний-лидеров являются инвестиции в медицинское обслуживание и здравоохранение. Инвестиции в человеческий капитал украинских компаний являются довольно ограниченными. Считаем необходимым подчеркнуть, что современная практика менеджмента предполагает управление человеком как ресурсом, который требует дополнительных затрат, осознание необходимости наличия высококвалифицированных кадров и борьбы за их сохранность, индивидуального подхода, но с учетом интересов компании. Компании, которые превратили сотрудников в главный источник благосостояния занимают лидирующие позиции. В свою очередь такие сотрудники становятся гордостью компании и залогом ее конкурентоспособности.

Ключевые слова: человеческий капитал, инвестиции, компания-лидер, человеческий ресурс, стратегия, человеческие качества.

O. YATSENKO, M. HORBUNOV

INVESTMENTS IN HUMAN CAPITAL AS AN EFFECTIVE STRATEGY OF MODERN LEADERSHIP COMPANIES

The human factor plays an important role in economic growth. The Ukrainian state today needs to change the stereotypes in minds about the role of employees in the enterprise activity. The civilized approach implies a progressive attitude towards the person as a self-value. Also the level of competitiveness of domestic enterprises depends on the level of investment in human capital. Companies don`t have the desire and sufficient financial capacity to invest in human capital because of the deterioration of macroeconomic indicators development of the economic and society. Issues of attracting attention to the necessity of investments in the formation of human capital, development and safety are becoming actual. The purpose of the work is to analyze the essence of the concept of "human capital" from the standpoint of the investment approach; definition of types of human capital in which it's possible to make investments; the analysis of the experience of leading companies in investing in human capital. In the result of the analysis it became clear that the supporters of the investment approach distinguish the following types of capital: individual human capital and human capital of the firm. The differences distinguishing investment in human capital from other types of investments are determined, analyzed such a phenomenon as a negative human capital. It is emphasized that human capital in Ukraine is one of the lowest percentages in the structure of national wealth. The experience of American companies-leaders and the experience of leading Ukrainian companies in investing in human capital has been analyzed. Identify, that one of the priority directions of investments of American companies-leaders is investments in medical services and health care. Identified, that one of the priority directions of investments of American companies-leaders is investments in medical services and health care. Investments into the human capital of Ukrainian companies are rather limited. It is necessary, that the modern management practice involves managing a person as a resource; there are the presence of highly skilled personnel and the struggle for their preservation and the individual approach. The interests of the company must be taken into account. Companies that have turned workers into the main source of well-being occupy leading positions. In turn, such workers become pride of companies and a guarantee of its competitiveness.

Keywords: human capital, investments, leading company, human resource, strategy, human qualities.

© О.М. Яценко, М.П. Горбунов,2018

Вступ. Українська держава сьогодні потребує зміни стереотипів думок стосовно ролі працівників у діяльності підприємства. Цивілізований підхід передбачає прогресивне ставлення до людини як самоцінності й усвідомлення залежності між рівнем інвестицій у людський капітал і рівнем конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Постановка проблеми. В економічному зростанні визначну роль грає людський фактор, але погіршення макроекономічних показників розвитку економіки та суспільства призводять до того, що компанії не мають бажання й достатніх фінансових можливостей здійснювати інвестиції у людський капітал. Актуальними стають питання привернення уваги до необхідності вкладень у формування людського капіталу, його розвиток та збереження.

Мета роботи. Проаналізувати сутність поняття «людський капітал» з позиції інвестиційного підходу; визначити види людського капіталу в які можна здійснювати інвестиції; проаналізувати досвід компаній-лідерів щодо інвестицій у людський капітал.

Аналіз основних досліджень і публікацій.

Дослідженням проблем людського капіталу присвятили свої праці вітчизняні науковці О. Грішнова, О. Бородіна, Н. Голікова, Д. Мельничук, О. Носик, Л. Павленко, Л. Радченко, Г. Яловий та ін.

Виклад основного матеріалу.

Ставлення до людини, як представника людського роду, що поєднала у собі психічні, соціальні, культурні та цивілізаційні виміри змінювалося впродовж усього періоду історії людства: від простого уявлення як «робочої сили» до найважливішого фактору економічного зростання. Умовно цей еволюційний шлях можна розділити на п'ять етапів [1]: використання трудових ресурсів (головний актив – техніка та технологія); управління персоналом (головний актив – організаційна структура управління); управління людськими ресурсами (головний актив – людські відносини); управління людиною (головний актив – організаційна культура); ефективність менеджменту персоналу (головний актив – знання, інтелектуальний капітал). Визнання провідної ролі знань та інтелекту та їхнього впливу на ефективність діяльності підприємства відповідає концепції теорії людського капіталу.

Термін «людський капітал» уперше з'явився у роботі нобелівського лауреата Теодора Шульца. На думку автора однією із форм капіталу є людські здатності й як у будь-який капітал у людський капітал можна здійснювати інвестиції. Після інвестування в навчання й освіту підвищується рівень продуктивності праці, адже новонароджена людина не приносить ефекту, а ось вже після витрат на підвищення якісного стану її робочої сили праця, як фактор, поступово перетворюється у первинний людський капітал [2]. Згідно сучасного інвестиційного підходу категорія «людський капітал» розглядається як: сукупність сформованих і розвинутих унаслідок інвестицій здібностей, особистих рис і мотивацій індивіда [3]; певний запас здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивації, що сформувався в результаті інвестицій і сприяє зростанню продуктивності людини і її заробітку [4].

Прихильники цього підходу виокремлюють наступні види людського капіталу, в які можна здійснювати інвестиції: індивідуальний людський капітал – освітній капітал, капітал професійного навчання, капітал здоров'я, капітал мобільності інформаційний капітал, капітал родинного виховання, капітал «trainability», інтелектуальний капітал, капітал культурного розвитку, капітал територіальної, професійної та соціальної мобільності, трудовий капітал; людський капітал фірми – визнані активи індивідуального людського капіталу, організаційний капітал, структурний капітал, бренд-капітал, соціальний капітал. Види людського капіталу та можливі види інвестування проаналізовані у таблиці 1.

Таблиця 1 – Види людського капіталу та види інвестицій у людський капітал
Складено авторами на основі матеріалів [5; 6; 7]

Вид людського капіталу	Вид інвестицій
Освітній капітал, капітал професійного навчання	Інвестиції в освіту людини, в професійну підготовку, навчання на робочому місці
Капітал здоров'я	Інвестиції в медичне обслуговування і охорону здоров'я
Капітал мобільності	Інвестиції в здатності людини сприймати та здійснювати зміни
Інформаційний (знаннєвий капітал)	Інвестиції у пошук інформації та її перетворення у корисні знання
Капітал родинного виховання	Інвестиції родини у розвиток її членів
Капітал «trainability» (англ. – навченість)	Інвестиції у формування та розвиток здатності людини до навчання. Оволодіння знаннями та навичками, трансформації інформації у корисні знання
Капітал культурного розвитку	Інвестиції у культуру
Інтелектуальний капітал	Інвестиції у дослідження і розробки
Капітал територіальної, професійної та соціальної мобільності	Інвестиції у трудову мобільність, соціальну мобільну міграцію, витрати на пошук інформації о цінах і заробітках
Трудовий капітал	Інвестиції у підтримку і підвищення кваліфікації
Організаційно-підприємницький капітал	Інвестиції у розвиток підприємницьких здібностей
Клієнтський, або бренд-капітал	Інвестиції у залучення користувачів до спільного створення і покращення споживчих цінностей продуктів та послуг компанії
Структурний капітал	Інвестиції у здатність фірми керувати своєю організаційною структурою, пристосовуватися до мінливої кон'юнктури ринку, змінювати її у вигідному фірмі напрямку
Соціальний капітал	Інвестування у розвиток і збереження соціальних зв'язків

У сучасному менеджменті зацікавленість людським капталом полягає в тому, що це – капітал, який ґрунтується на вроджених інтелектуальних здібностях і таланті, знаннях і практичних навичках, отриманих у результаті навчання, освіти і практичної діяльності і представлений в індивідуумі потенційною здатністю приносити дохід [8]. Отже, людський капітал може набуватися різними шляхами: вдома, у навчальних закладах, під час професійної діяльності. Освіта і професійна підготовка збільшують обсяг людського капіталу. Завдяки піклуванню про здоров'я він може слугувати довше, а народження і виховання дітей відтворюють його у наступних поколіннях.

Інвестиції у людський капітал розуміють як [9] ресурси, що формують і накопичують нові знання, інформацію і досвід у процесі підготовки і функціонування робочої сили. Це – витрати на виробництво людського капіталу, а власне людський капітал являє собою результат процессу його формування і накопичення. У більш вузькому сенсі інвестування в людський капітал розуміють як здійснення витрат на освіту й виробничу підготовку, оскільки саме вони є спеціалізованим видом діяльності щодо формування знань, умінь та навичок.

Інвестиції в людський капітал мають певні відмінності, що відрізняють їх від інших видів інвестицій [9]: віддача від інвестицій безпосередньо залежить від терміну життя його носія; має здатність фізично й морально зношуватися, накопичуватися й примножуватися; по мірі накопичення доходність людського капіталу підвищується до певного рівня, що окреслюється верхньою межею активної трудової діяльності, а потім різко знижується; лише суспільно доцільні й економічно необхідні інвестиції являють собою вкладення у людський капітал; характер і вид вкладень зумовлені історичними, національними, культурними особливостями й традиціями; у порівнянні з іншими різними формами капіталу інвестиції в людський капітал є більш вигіднішими; такі інвестиції можна виміряти й виразити у грошовому вираженні, за потреби використовуючи опосередковані показники.

Г. Яловий [2] стверджує, що людський капітал є видимою частиною індивідуального капіталу. Відповідні вимоги українських роботодавців, щодо якостей, котрими повинен володіти співробітник виглядають наступним чином (узагальнена добірка зроблена авторами з сайту work.ua): стресостійкість, комунікабельність, бажання отримувати нові знання, вміння працювати на результат, вміння слухати й аналізувати, ініціативність, креативність, впевненість у собі, уміння працювати в команді, гнучкість, уміння знаходити вихід із нестандартних ситуацій, уміння розставляти пріоритети. Отже, сучасні керівники усвідомлюють важливість висококваліфікованих і всебічно розвинутих працівників, але, висуваючи певні вимоги, щодо рівня співробітників, чи готові до реальних вкладень у підтримку, розвиток і збереження кадрів. За умови недостатнього розвитку людського капіталу економічна діяльність стає більш примітивною, а можливості економіки недовикористаними [10]. Для більш повного розуміння сутності категорії «людський капітал» зазначимо, що науковці виділяють також:

– негативний людський капітал, деструктивний, що формується на базі негативних рис менталітету, низької культури населення, негативних традицій державного устрою, нерозвиненості громадянського суспільства, псевдоосвіти, псевдовиховання, псевдокультури і заважає процесам розвитку. Індивідуальний прояв такого виду капіталу спостерігається у різного роду відхиленнях у людини, що дозволяють їй отримувати доходи та інші блага за рахунок протиправної, аморальної або некомпетентної дії, а також дії, що заважає творчій діяльності інших. До таких осіб відносяться некомпетентні керівники, фахівці, науковці, діяльність яких завдає шкоди економіці та суспільству. Прояв такого виду людського капіталу в організації виникає в умова відсутності конкуренції та дійсного контролю і має прояв у накопиченні негативного індивідуального людського капіталу, застарілих управлінських технологіях та інших технологіях, що призводять до збитків, неконкурентоспроможності продукції і послуг. До таких організацій відносять нерентабельні і неінноваційні організації, які знижують сукупний національний людський капітал;

– пасивний, споживацький людський капітал, що не бере участі в інноваційних процесах. До такого виду відносять частку низькоконкурентоспроможного та некреативного людського капіталу будь-якого рівня, яка переважно спрямована на самовиживання і самовідтворення [10]. Низькоефективними можуть бути також й інвестиції, пов'язані з корупцією, непрофесійністю, помилковою або неоптимальною ідеологією тощо: вкладання коштів у неефективні проекти, не здатних до навчання людей, у неефективний освітянський процес [10].

Аналізуючи показники різних країн у сфері накопичення комплексного багатства, можна побачити, що в Україні людський капітал складає один з найнижчих відсотків у структурі національного багатства – 52,8 %, натомість у США – 85,4 %, Німеччині – 79,9 %, Великій Британії – 87,3 %, Франції – 82,1 % (за оцінками світового банку у 2005 р.). Станом на 2006 р. вчені оцінили людський капітал в Україні у 4,62 трлн грн., що становило 46,7 % загального обсягу національного багатства [10].

Приклад розвинених країн світу, досвід провідних компаній щодо інвестування в людський капітал відображає високі стандарти життя, і всеосяжну турботу про персонал компаній. Так, пальма першості вже котрий рік поспіль належить Google. Почесний титул компанія завоювала тому, що умови роботи та матеріальне винагородження в цій компанії були визнаними найкращими в корпоративному середовищі Америки. До послуг співробітників компанії безкоштовне харчування в офісі, додаткові відпустки по догляду за дитиною, спортивні майданчики, креативні центри відпочинку. А наприклад у 2012 році співробітникам було надано більше, ніж 100,000 годин безкоштовного масажу. Крім того, дозволяється приводити на роботу домашніх тварин, адже на думку керівництва це створює затишок і стимулює творчий процес. Компанія SAS, що спеціалізується в бізнес-консалтингу побудувала для співробітників власну ферму, котра постачає виключно органічні продукти харчування. У концерні CHG Healthcare Services співробітники мають можливість змагатися у різноманітних театралізованих виставах і талант-шоу. The Boston Consulting Group показує «червоні картки» тим співробітникам, що працюють більше зазначеного часу.

Приклади інвестування компаній-лідерів у людський капітал наведені у таблиці 2. Отже, як можна побачити, одним із пріоритетних напрямів інвестицій американських компаній-лідерів є інвестиції у медичне обслуговування і охорону здоров'я. За розрахунками американських вчених якщо людина не дожила до 16 років це – чистий збиток для суспільства; людина, що дожила до 40 років приносить чистий прибуток для суспільства; а якщо дожила до 65 років – подвійний прибуток [14]. Інвестування українських компаній в людський капітал є або достатньо обмеженими, або не здійснюються взагалі.

Отже, обираючи стратегію інвестування в людський капітал, компанії повинні чітко усвідомлювати її спрямованість у майбутнє, визначитися із засобами досягнення: тактикою і ресурсами.

Висновки. Економіка сучасності, у порівнянні з економікою XX ст., що мала технократичну спрямованість це вже економіка знань, де людина розглядається не як відокремлена одиниця, а як частина єдиної кваліфікованої команди. Сучасна практика менеджменту передбачає управління людиною як ресурсом, який потребує додаткових витрат, усвідомлення необхідності наявності висококваліфікованих кадрів і боротьби за їх збереження, індивідуального підходу, але з урахуванням інтересів компанії. Компанії, які перетворили робітників у головне джерело добробуту займають лідируючі позиції. У свою чергу такі робітники стають гордістю компаній та запорукою її конкурентоспроможності. Подальші напрями досліджень вбачаємо у розробці методики для самооцінки компаніями рівня і якості інвестицій у людський капітал.

Таблиця 2 – Приклад компаній-лідерів щодо інвестицій у людський капітал
Складено авторами на основі матеріалів [11; 12; 13]

Компанія	Вид капіталу	Приклад інвестицій
Google	Капітал здоров'я Соціальний капітал Капітал мобільності Освітній капітал	Креативні релаксаційні центри. Спортивні майданчики. Безкоштовне харчування. Регулярні подарунки менеджерам компанії. Дозвіл приводити домашніх тварин. Додаткова відпустка по догляду за дитиною. Виплати родині у розмірі 50% від заробітної плати впродовж 10 років після смерті співробітника компанії. Участь у тренінгах (84% менеджерів прийняли участь у тренінгу Unconscious Bias). Запровадження інтерактивних навчальних лабораторій. Залучення студентів через програму Google in Residence
Facebook	Капітал здоров'я Освітній капітал Капітал професійного навчання Капітал культурного розвитку	Безкоштовне харчування, фітнес-центри, басейни. Власна пральня, велосипедна майстерня, перукарня, служба по догляду за собаками, кімнати відпочинку. Щотижневі виступи знаменитостей, що можуть поділитися досвідом і розширити кругозір робітників. Медична страховка і 50% страховка членів родини, необмежена кількість днів лікарняних, програми збереження генофонду.
Microsoft	Капітал здоров'я Освітній капітал Капітал професійного навчання	Широкі можливості для отримання освіти і професійного зростання. Широкий пакет медичного страхування робітникам і членам родин. Компенсація витрат на харчування.
Twitter	Капітал здоров'я	Широкий спектр медичного страхування. Зручний пенсійний план. Безкоштовні сніданки і ланчі. Абонемент на заняття спортом, корпоративна пральня, хімчистка.
Apple	Капітал здоров'я	Компенсація витрат на медичні процедури, компенсація на заморожування яйцеклітин у розмірі $20 тис. Знижки на придбання комп'ютера Mac і або iPad.
Camden Property Trust	Капітал здоров'я	Надання житла на пільгових умовах, покриття 50% відрахувань у пенсійний фонд
Ultimate Software	Капітал здоров'я Соціальний капітал	Сплата 100% медичного страхування, два рази на рік організація екзотичних круїзів для співробітників
ПАТ «ДТЕК»	Освітній капітал Капітал професійного навчання	Можливість пройти навчання за спеціальними програмами у корпоративному університеті Академії ДТЕК
«Київстар»	Освітній капітал, Капітал професійного навчання	Навчання та підвищення кваліфікації співробітників за рахунок компанії (виділено 30 млн грн у 2014 р.)

Список літератури

1. Маркова Н. С. *Принципи, функції та моделі управління розвитком персоналу.* Н. С. Маркова. Ефективна економіка (Електронне видання). 2010. № 9. [Елетронний ресурс]. Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=302 (дата звернення 11.11.2018).
2. Яловий Г. К. Теорія людського капіталу як методологія формування інноваційної системи. Г. К. Яловий. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. – 2015. – № 12. – С. 20–28. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2015_12_6 (дата звернення 10.11.2018).
3. Грішнова О. А. *Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки*: [монографія]. О. А. Грішнова. – К.: Т-во «Знання», 2001. – 254 с.
4. Добрынин А. Н., Дятлов С. А., Цыренова Д. Е. *Человеческий капитал в транзитивной экономике: формирование, оценка, эффективность использованияю.* СПб.: «Наука». - 1999. – с. 309.
5. Носик О. М. *Людський капітал інноваційного розвитку: економічні основи відтворення : монографія*. О. М. Носик. – Х. : Вид-во , 2016. – 490 с.
6. Капелюшников, Р. И. *Сколько стоит человеческий капитал России?* : препринт WP3/2012/06 [Текст]. Р. И. Капелюшников ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. – 76 с.
7. *Человеческий капитал: содержание и виды, оценка и стимулирование*: монография / Смирнов В. Т., Сошников И. В., Романчин В. И.,

Скоблякова И. В.; под ред. д.э.н., проф. В. Т. Смирнова. – М.: Машиностроение-1, Орел: ОрелГТУ, 2005. – 513 с.
8. *Проблемы развития человеческого капитала в современном социальном поле Украины: организационный аспект:* монография / Нар. укр. акад. ; под общ. ред. Е. Г Михайлевой. – Харьков : Изд-во НУА ; [Изд-во «Міськдрук»], 2016. – 352 с.
9. Цапенко И. В., Миронова Д. Д. Человеческий капитал и инновационные факторы его развития / И. В. Цапенко, Д. Д. Миронова // *Электронный научный журнал Инженерный Вестник Дона*. – № 2. – 2012. – С. 153–163. Режим доступу: https://naukovedenie.ru/PDF/115EVN415.pdf (дата звернення 10.11.2018).
10. *Розвиток людського капіталу на шляху до якісних реформ. Аналітична доповідь*. кер. проекту О. Піщуліна. – Центр Разумкова. – В-во «Заповіт», 2018. – 368 с. [Елетронний ресурс]. Режим доступу: http://razumkov.org.ua/uploads/article/2018_LUD_KAPITAL.pdf (дата звернення 10.11.2018).
11. Залознова Ю. С. *Розвиток персоналу підприємств на засадах соціальної відповідальності: міжнародний досвід і національна практика*. Ю. С. Залознова // Бізнес Інформ. – 2016. – № 11. – С. 359–366. [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2016_11_61 (дата звернення 10.11.2018).
12. *Как заботятся о работниках крупнейшие ит-компании мира*. Internet gate від 14.03.2016. [Електронний ресурс]: Режим доступу: https://igate.com.ua/news/13978-kak-zabotyatsya-o-rabotnikah-krupnejshie-it-kompanii-mira (дата звернення 12.11.2018).
13. Шекоян В. *Забота о сотрудниках по-американски* . [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://www.kontinent.org/article.php?aid=510b98a6d4b06 (дата звернення 10.11.2018).
14. *Человеческий капитал: содержание и виды, оценка и стимулирование*: монография . Смирнов В. Т., Сошников И. В., Романчин В. И., Скоблякова И. В.; под ред. д.э.н., проф. В. Т. Смирнова. – М.: Машиностроение-1, Орел: ОрелГТУ, 2005. – 513 с.

References (transliterated)

1. Markova N. S. *Pry`ncy`py`, funkciyi ta modeli upravlinnya rozvy`tkom personal*. N. S. Markova. Efekty`vna ekonomika (Elektronne vy`dannya). 2010. № 9. [Eletronny`j resurs]. Rezhy`m dostupu: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=302 (data zvernennya 11.11.2018).
2. Yalovy`j G. K. Teoriya lyuds`kogo kapitalu yak metodologiya formuvannya innovacijnoyi sy`stemy`. [The theory of human capital as a methodology for the formation of an innovation system] G. K. Yalovy`j. *Ekonomichny`j visny`k Nacional`nogo texnichnogo universy`tetu Ukrayiny` «Ky`yivs`ky`j politexnichny`j insty`tut»* [Economic Bulletin of the National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute"]. – 2015. – № 12. P. 20–28. [Elektronny`j resurs]. Rezhy`m dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2015_12_6 (data zvernennya 10.11.2018).
3. Grishnova O. A. *Lyuds`ky`j kapital: formuvannya v sy`stemi osvity` i profesijnoyi pidgotovky`* [Human capital: formation in the system of education and vocational training]: [monografiya]. O. A. Grishnova. Ky`yiv: T-vo «Znannya», 2001. – 254 p.
4. Dobrynin A. N., Djatlov S. A., Cyrenova D. E. *Chelovecheskij kapital v tranzitivnoj jekonomike: formirovanie, ocenka, jeffektivnost' ispol'zovanija* [Human Capital in a Transitive Economy: Formation, Evaluation, and Effectiveness]. SPb.: «Nauka». 1999. p. 309.
5. Nosy`k O. M. *Lyuds`ky`j kapital innovacijnogo rozvy`tku: ekonomichni osnovy` vidtvorennya* [Human Capital of Innovation Development: Economic Basis of Reproduction:]: monografiya O. M. Nosy`k. Kharkiv: Vy`d-vo , 2016. 490 p.
6. Kapeljushnikov, R. I. *Skol'ko stoit chelovecheskij kapital Rossii*? [*How much is the human capital of Russia?*]: preprint WP3/2012/06 [Tekst]. R. I. Kapeljushnikov ; Nac. issled. un-t «Vysshaja shkola jekonomiki». M. : Izd. dom Vysshej shkoly jekonomiki, 2012. 76 p.
7. *Chelovecheskij kapital: soderzhanie i vidy, ocenka i stimulirovanie*[Human Capital: Content and Views, Assessment and Stimulation]: monografija. Smirnov V. T., Soshnikov I. V., Romanchin V. I., Skobljakova I. V.; pod red. d.je.n., prof. V. T. Smirnova. M.: Mashinostroenie-1, Orel: OrelGTU, 2005. – 513 p.
8. *Problemy razvitija chelovecheskogo kapitala v sovremennom social'nom pole Ukrainy: organizacionnyj aspekt* [Problems of development of human capital in the modern social field of Ukraine: organizational aspect]: monografija. Nar. ukr. akad.; pod obshh. red. E. G Mihajlevoj. Kharkiv : Izd-vo NUA ; [Izd-vo «Mis'kdruk»], 2016. 352 p.
9. Capenko I. V., Mironova D. D. Chelovecheskij kapital i innovacionnye faktory ego razvitija [Human capital and innovative factors of its development]. *Jelektronnyj nauchnyj zhurnal Inzhenernyj Vestnik Dona* [Electronic Science Magazine Engineering Bulletin Don]. № 2. 2012. P. 153–163. Rezhim dostupu: https://naukovedenie.ru/PDF/115EVN415.pdf (data zvernennya 10.11.2018).
10. *Rozvy`tok lyuds`kogo kapitalu na shlyaxu do yakisny`x reform. Anality`chna dopovid`* [Development of human capital on the way to qualitative reforms. Analytical report]. ker. proektu O. Pishhulina. Centr Razumkova. V-vo «Zapovit», 2018. 368 p. [Eletronny`j resurs]. Rezhy`m dostupu: http://razumkov.org.ua/uploads/article/2018_LUD_KAPITAL.pdf (data zvernennya 10.11.2018).
11. Zaloznova Yu. S. *Rozvy`tok personalu pidpry`yemstv na zasadax social`noyi vidpovidal`nosti: mizhnarodny`j dosvid i nacional`na prakty`ka* [Development of personnel of enterprises on the basis of social responsibility: international experience and national practice.]. Yu. S. Zaloznova. Biznes Inform. 2016. N 11. P. 359–366. [Elektronny`j resurs]: Rezhy`m dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2016_11_61 (data zvernennja 10.11.2018).
12. *Kak zabotjatsja o rabotnikah krupnejshie it-kompanii mira* [How are the largest IT companies in the world cared for] Internet gate vid 14.03.2016. [Elektronnij resurs]: Rezhim dostupu: https://igate.com.ua/news/13978-kak-zabotyatsya-o-rabotnikah-krupnejshie-it-kompanii-mira (data zvernennya 12.11.2018).
13. Shekojan V. Zabota o sotrudnikah po-amerikanski [Caring for American Employees] [Elektronnij resurs]: Rezhim dostupu: http://www.kontinent.org/article.php?aid=510b98a6d4b06 (data zvernennja 10.11.2018).
14. *Chelovecheskij kapital: soderzhanie i vidy, ocenka i stimulirovanie* [Human capital: maintenance and types, evaluation and stimulation]: monografija. Smirnov V. T., Soshnikov I. V., Romanchin V. I., Skobljakova I. V.; pod red. d.je.n., prof. V. T. Smirnova. M.: Mashinostroenie-1, Orel: OrelGTU, 2005. 513 p/

Надійшла (received) 15.11.2018

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Яценко Ольга Миколаївна (Яценко Ольга Николаевна, Yatsenko Olha) – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри менеджменту та оподаткування Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»; Харків, Україна; 78olga@i.ua.

Горбунов Микола Петрович (Горбунов Николай Петрович, Horbunov Mykola) – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та оподаткування Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»; Харків, Україна; gorbunovnik@ukr.net.

УДК 330.47

Д. Ю. КРАМСЬКОЙ

ЗАСТОСУВАННЯ НОВИХ МЕТОДІВ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Узагальнено теоретичні положення та практичний досвід питань, щодо підвищення якості інвестиційних проектів, за рахунок введення необхідних нововведень, а саме нових методів інтерпретації інформації. Практичне значення дослідження полягає в запропонованих методах багатокритеріальної оцінки проектів, методів інтерпретації показників господарської діяльності компанії – реципієнта у відповідності до умов української економіки, обґрунтуванні та інтерпретації рівня дисконтної ставки. Було виявлено що вибір проекту за показником NPV є вірним настільки, наскільки вірно обрана ставка дисконту. Дуже часто експерти припускаються помилок, які полягають в ігноруванні зв'язку між ставкою дисконту та системою цін, на базі яких виконуються розрахунки. При аналізі тенденцій зміни запасів виявлено, що в українському обліку оцінка здійснюється за вартістю придбання, а в МСБО - за меншою з вартостей: вартістю придбання чи ринковою ціною. Таким чином, керуючись українською системою обліку, можна одержати завищене значення цього показника.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості значного підвищення якості інвестиційних досліджень з одночасною мінімізацією витрат на передінвестиційну експертизу та ризику інвестицій в розробку неперспективних проектів. Дослідження має прикладний характер й призначене для практичної розробки інвестиційних проектів. Запропоновані прийоми рекомендовані для застосування при розробці інвестиційних проектів підприємцями, експертами, консультантами, також для аналізу й оцінки розроблених проектів приватними інвесторами та банківськими службовцями. Проекти, розроблені у відповідності до пропозицій, викладених в дослідженні, розраховані на таких користувачів, як внутрішній або іноземний інвестор, кредитний відділ вітчизняного або закордонного банку. Також результати дослідження можуть застосовуватись для складання бізнес-планів для внутрішнього користування на підприємстві.

Вирішення проблеми підвищення ефективності процесу розробки інвестиційних проектів сприятиме забезпеченню конкурентоспроможності інвестиційних проектів українських підприємств та активізації інвестиційної діяльності в Україні.

Ключові слова: інвестиційна діяльність, інвестиційний проект, ефективність, обґрунтування, інтерпретація показників, дисконтна ставка.

Д. Ю. КРАМСКОЙ

ПРИМЕНЕНИЕ НОВЫХ МЕТОДОВ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Обобщены теоретические положения и практический опыт вопросов, по повышению качества инвестиционных проектов, за счет введения необходимых нововведений, а именно новых методов интерпретации информации. Практическое значение исследования заключается в предложенных методах многокритериальной оценки проектов, методов интерпретации показателей хозяйственной деятельности компании - реципиента в соответствии с условиями украинской экономики, обосновании и интерпретации уровня дисконтной ставки. Было выявлено что выбор проекта по показателю NPV правильный настолько, насколько верно выбрана ставка дисконта. Очень часто эксперты допускают ошибки, заключающиеся в игнорировании связи между ставкой дисконта и системой цен, на базе которых выполняются расчеты. При анализе тенденций изменения запасов обнаружено, что в украинском учете оценка осуществляется по стоимости приобретения, а в МСБУ - по меньшей из стоимостей: стоимости приобретения или рыночной цене. Таким образом, руководствуясь украинским системой учета, можно получить завышенное значение этого показателя.

Практическое значение полученных результатов заключается в возможности повышения качества инвестиционных исследований с одновременной минимизацией затрат на прединвестиционную экспертизу и риска инвестиций в разработку неперспективных проектов. Исследование имеет прикладной характер и предназначено для практической разработки инвестиционных проектов. Предложенные приемы рекомендованы для применения при разработке инвестиционных проектов предпринимателями, экспертами, консультантами, а также для анализа и оценки разработанных проектов частными инвесторами и банковскими служащими. Проекты, разработанные в соответствии с предложениями, изложенными в исследовании, рассчитанные на таких пользователей, как внутренний или иностранный инвестор, кредитный отдел отечественного или зарубежного банка. Также результаты исследования могут применяться для составления бизнес-планов для внутреннего пользования на предприятии. Решение проблемы повышения эффективности процесса разработки инвестиционных проектов будет способствовать обеспечению конкурентоспособности инвестиционных проектов украинских предприятий и активизации инвестиционной деятельности в Украине.

Ключевые слова: инвестиционная деятельность, инвестиционный проект, эффективность, обоснование, интерпретация показателей, дисконтная ставка.

D. Y. KRAMSKOI

APPLICATION OF NEW INFORMATION INTERPRETATION METHODS FOR IMPROVING THE QUALITY OF INVESTMENT PROJECTS

The theoretical positions and practical experience of the issues to improve the quality of investment projects, by introducing the necessary innovations, namely new methods of information interpretation, are summarized. The practical significance of the study lies in the proposed methods of multi-criteria evaluation of projects, methods for interpreting indicators of the company's business activity - the recipient in accordance with the conditions of the Ukrainian economy, the rationale and interpretation of the discount rate. It was revealed that the choice of the project on the NPV indicator is correct as far as the discount rate is correctly chosen. Very often, experts make mistakes, which consist in ignoring the connection between the discount rate and the price system on the basis of which the calculations are performed. When analyzing the trends in inventories, it was found that in Ukrainian accounting, valuation is carried out at the acquisition cost, and in IAS at the lower of values: acquisition cost or market price. Thus, guided by the Ukrainian accounting system, you can get an overestimated value of this indicator.

The practical significance of the results lies in the possibility of improving the quality of investment research while minimizing the cost of pre-investment expertise and the risk of investing in the development of unpromising projects. The study has an applied nature and is intended for the practical development of investment projects. The proposed techniques are recommended for use in the development of investment projects by entrepreneurs, experts, consultants, as well as for the analysis and evaluation of the developed projects by private investors and bank employees.

Projects developed in accordance with the proposals set forth in the study, designed for users such as domestic or foreign investors, the credit department of a domestic or foreign bank. Also, the results of the study can be used to draw up business plans for internal use in the enterprise.

Solving the problem of increasing the efficiency of the process of developing investment projects will help ensure the competitiveness of investment projects of Ukrainian enterprises and boost investment activities in Ukraine.

Key words: investment activity, investment project, efficiency, justification, interpretation of indicators, discount rate.

© Д.Ю. Крамської, 2018

Постановка проблеми. Під підвищенням ефективності розробки інвестиційних проектів мається на увазі скорочення витрат на розробку проектів із одночасним підвищенням їхньої якості. Під аспектом підвищення ефективності проектного аналізу – підвищення якості та конкурентоспроможності інвестиційних проектів.

Напрямки підвищення якості інвестиційних проектів визначені виходячи з зауважень та побажань представників компаній-інвесторів.

Проведене дослідження пропонує вирішення проблеми підвищення якості інвестиційних проектів завдяки застосуванню нових методів інтерпретації інформації.

Мета дослідження. Метою дослідження є застосування нових методів інтерпретації інформації для підвищення якості інвестиційних проектів.

Виклад основного матеріалу дослідження.

У дослідженні нами запропоновано перелік нововведень для підвищення якості інвестиційних проектів за рахунок використання нових методів інтерпретації інформації

Методи багатокритеріальної оцінки проектів

Актуальним питанням розробки інвестиційних проектів є оцінка проекту за декількома показниками, особливо якщо вони надають суперечливу інформацію щодо ефективності проекту (IRR не завжди узгоджується з NPV). Для проектів, що реалізуються в Україні, є актуальними наступні рекомендації.

1. Якщо в проекті використовуються незмінні (базові) ціни деякого періоду або поточні (прогнозні) ціни, при виборі ставки дисконтування з її величини необхідно виключити темп інфляції IR. Якщо ж у проекті використані розрахункові ціни, які утворюються шляхом ділення поточних цін на індекс інфляції, ставку дисконтування слід розраховувати за формулою Фішера:

$$1+E = (1+E)(1+IR) \quad (1)$$

де IR - темп інфляції;

E - безінфляційна норма дисконту;

E'= Ef + RP, де Ef - безінфляційна та безризикова норма дисконту, а RP- поправка на ризик.

2. Навіть якщо проект має високу NPV, він може мати неприйнятний для інвестора термін окупності. У більшості випадків більш привабливими для інвесторів є проекти, що забезпечують не високий номінальний прибуток, а короткотривалий термін окупності, що дозволяє реінвестувати кошти з мінімальним ризиком.

3. В умовах України проблемним є точне прогнозування прибутку проекту на 5-10 років. Тому невизначеність оцінок майбутніх результатів необхідно досліджувати з використанням методу аналізу чуттєвості.

4. В проектах, які складаються з більш дрібних проектів, NPV буває визначити важко; розрахунок може дати хибне рішення.

5. Якщо порівняння проектів за показниками NPV та IRR призводить до протилежних результатів, перевагу слід надавати NPV. Роль IRR в даному випадку полягатиме в оцінці лімітів норми дисконту.

6. При порівнянні взаємовиключних проектів критерієм ефективності має бути NPV. В умовах відсутності бюджетних обмежень обирають проект з максимальною NPV. [1]

Якщо знак грошових потоків нестабільний, для ранжування проектів використовується тільки NPV , і не використовується IRR.

При порівнянні альтернативних проектів максимальний показник IRR не завжди свідчить про максимальну ефективність.

Рівняння, яке застосовується для визначення IRR, може мати декілька позитивних коренів або мати від'ємний корінь. В такому випадку слід використовувати формулу для розрахунку модифікованої внутрішньої норми рентабельності MIRR, або вважати коректним значення найменшого позитивного кореня рівняння.

Якщо у проекті NPV змінює знак більше, ніж один раз, точно визначити IRR неможливо.

Застосування IRR невиправдано для порівняння проектів різного масштабу, тривалості та часових інтервалів.

IRR може дати хибне рішення. Оскільки метод базується на ставці доходу, він не враховує розмір проекту та абсолютну величину підвищення добробуту компанії.

Слід враховувати, що, якщо проект пов'язаний не з отриманням кредитів, а, навпаки, з наданням, значення IRR зміниться, критерієм ефективності проекту буде не IRR> E, а IRR< E, оскільки грошові потоки будуть від'ємними.

Якщо фінансування проекту відбувається за рахунок власних коштів, слід розраховувати як NPV, так і IRR. В цьому випадку ці показники відображають ефективність використання власних коштів інвестора.

Вибір проекту за показником NPV є вірним настільки, наскільки вірно обрана ставка дисконту. Дуже часто експерти припускаються помилок, які полягають в ігноруванні зв'язку між ставкою дисконту та системою цін, на базі яких виконуються розрахунки. [2]

Методи інтерпретації показників господарської діяльності компанії – реципієнта у відповідності до умов української економіки.

Фінансовий аналіз діяльності компанії-реципієнта може бути проведений у двох напрямках: з метою визначення узагальнюючих фінансових показників для компанії, або з метою визначення рангу компанії серед подібних компаній галузі. Методологія UNIDO пропонує наступну схему відбору підприємства-реципієнта на базі фінансового аналізу:

Збір вихідних даних про підприємства-кандидати в реципієнти.

Розрахунок значень локальних критеріїв для можливого кандидата.

Розрахунок значень інтегральних критеріїв для групи підприємств.

Ранжування можливих кандидатів у реципієнти.

Формальна оцінка по значеннях показників.

Змістовна оцінка з урахуванням характеру та можливостей динамічної зміни значення показників.

Вибір одного чи декількох кандидатів з числа тих, які зайняли достатньо високе місце при ранжуванні.

Слід зазначити, що в Україні розповсюдженою помилкою є інтерпретація показників за їх абсолютним значенням. Природно, що існують межі, в яких в нормі має знаходитись той чи інший показник, але:

1. Самі собою абсолютні значення показників не можуть надати достовірної інформації про фінансовий стан підприємства - аналіз значень показників має сенс тільки в динаміці. Тому є некоректною інтерпретація "чим більше значення показника, тим краще";

2. Значення показників фінансовою оцінки не може бути однаковим для різних галузей економіки. Наприклад, рентабельність та швидкість обороту активів торгівельного підприємства може значно перевищувати аналогічні показники у виробництві. Це важливо пам'ятати при виборі найбільш привабливого проекту з декількох проектів, що належать до різних галузей. На заході існують статистичні довідники, що містять середні фінансові показники по галузях економіки за різні роки. Але в умовах України, звичайно, на ці показники орієнтуватися некоректно. В свою чергу, в Україні існували галузеві збірники з аналогічними фінансовими показниками, але вони мали не довідковий, а плановий, директивний характер. Тому при оцінці проектів в Україні експертам, на нашу думку, залишається лише один засіб зберегти об'єктивність - аналізувати показники в динаміці та порівнювати проекти тільки однієї галузі й тільки такі, що будуть реалізовані в умовах однієї країни, або використовувати як орієнтовні значення показників стабільно працюючого підприємства тієї самої галузі та країни.

3. Сьогодні в Україні, на жаль, показники фінансової звітності підприємства не завжди надають точну картину стану справ на підприємстві, оскільки в умовах податкового тиску підприємства часто застосовують легальні (і нелегальні) методи податкової мінімізації. [3]

Досвід розробки інвестиційних проектів і одержання кредитного фінансування в Україні показує, що часто ускладнення при одержанні підприємствами кредитів виникають на етапі оцінки кредитоспроможності позичальника.

До критеріїв оцінки кредитоспроможності позичальника відносяться наступні: показники фінансового стану позичальника; погашення в минулому кредитної заборгованості і відсотків по ній; наявність професійного бізнес-плану; термін існування підприємства, форма власності підприємства; наявність ліквідного заставного майна.

Оцінка позичальника виконується по всіх перерахованих критеріях і, в залежності від виконання чи не виконання зазначених умов, до його рейтингу додаються (чи віднімаються) бали. Результатом є загальна сума балів, відповідно до якої позичальник належить до одного з 5 класів надійності: А - надійний, Б - з мінімальним ризиком, У - із середнім ризиком, Г - з високим ризиком, Д - із занадто високим ризиком.

Показники фінансового стану мають не менше значення при одержанні кредиту, ніж професійно підготовлений бізнес-план. Проблеми, пов'язані з оцінкою фінансового стану позичальника, в основному викликані тим, що банки застосовують нову систему оцінки, розроблену на основі міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (МСБО). Ретроспективні показники системи оцінки банк повинен розрахувати на основі балансів і звітів про фінансові результати старого зразку. Це практично неможливо, оскільки: а) інформації мало; б) інформація не відображає дійсної ситуації.

Застосовуючи методику, засновану на МСБО, до українських форм звітності, банк часто одержує показники, що свідчать про найглибшу кризу підприємства-позичальника, що не дозволяє прийняти позитивного рішення про кредитування по формальних ознаках. Таке перекручування показників відбувається через розбіжності між українською і Міжнародною системою обліку. Оскільки в Україні, незважаючи на зміни, пов'язані з прийняттям Нових національних стандартів бухгалтерського обліку, облік усе-таки має фіскальний характер, усі зусилля спрямовані на заниження прибутку і штучне погіршення фінансового стану підприємства. Тому для оцінки реального фінансового стану позичальника банку необхідно вивчати первинні документи, що значно уповільнює процес оформлення кредиту.

На підставі наданих позичальником форм звітності банківські аналітики виконують вертикальний аналіз (розрахунок і аналіз коефіцієнтів фінансової оцінки) і горизонтальний (динамічний) аналіз.

Офіційною методикою для проведення вертикального аналізу в Україні є методика НБУ. Згідно цієї методики, існує 5 основних показників фінансового стану позичальників: коефіцієнт загальної ліквідності; коефіцієнт абсолютної (миттєвої) ліквідності; коефіцієнт співвідношення залучених і власних коштів; коефіцієнт фінансової незалежності; коефіцієнт маневреності власних коштів.

Цими п'ятьма коефіцієнтами обмежується офіційна методика оцінки фінансового стану позичальника, розроблена НБУ. Іноземні банки застосовують додатково ряд показників, які так чи інакше характеризують фінансовий стан підприємства і дозволяють серед декількох потенційних позичальників обрати найкращого.

Ці показники поділяються на наступні класи:

а) показники ефективності бізнесу (коефіцієнти рентабельності);

б) показники ризикованості (коефіцієнти фінансової стійкості);

г) показники якості керування бізнесом (коефіцієнти ділової активності).

Якщо банк цікавиться, у першу чергу, ліквідністю, то потенційний інвестор, швидше за все, виявить інтерес саме до цих показників.

Нижче розглянуті можливі причини перекручувань при розрахунку найбільш розповсюджених показників на основі діючих українських форм бухгалтерського обліку.

Коефіцієнт загальної ліквідності. Перекручування коефіцієнта загальної ліквідності можливо з причин:

- розбіжностей в обліку запасів на складі: те, що не можна реалізувати, у міжнародній системі не враховується, на відміну від української. Природно, через завищений розмір активів, цей коефіцієнт за українськими стандартами буде більшим, що не відповідає дійсності.

- розбіжностей в обліку основних засобів за рахунок застосування різних методів оцінки вартості і нарахування амортизації, а також обліку малоцінних та швидкозношуваних предметів.

- розбіжностей в обліку дебіторської заборгованості: відповідно до МСБО, по дебіторській заборгованості, стягнення якої вважається сумнівним, створюються резерви, а дебіторська заборгованість зменшується на суму резервів (на відміну від української системи, де резерви штучно збільшують пасиви).

- розбіжностей в обліку коштів: по українській системі в звітності відображаються залишки засобів, зазначені в банківській виписці, без будь-яких коригувань, тоді як у міжнародній системі враховуються і кошти в дорозі, а заблоковані кошти, навпроти, не приймаються в розрахунок, тобто МСБО дає більш реальну картину. Акції, викуплені в акціонерів, за міжнародними стандартами не повинні включатися в кошти, як це прийнято в українській системі.

- розбіжностей в обліку пасивів (облік оренди, кредитів і т.д.). За міжнародними стандартами вся кредиторська заборгованість, у тому числі відсотки, пеня, штрафи, відображається в тому періоді, коли вона виникає.

Коефіцієнт рентабельності власного капіталу. Інформація для розрахунку цього показника береться зі звіту про прибутки і збитки і звіту про фінансовий стан підприємства. Варто врахувати, що при розрахунку цього показника на основі українських форм він, швидше за все, буде занижений через розбіжності в обліку собівартості продукції. Відповідно до МСБО в собівартість включаються тільки ті витрати, що безпосередньо пов'язані з виробництвом реалізованої продукції. В Україні в собівартості враховуються як виробничі, так і невиробничі витрати.

Коефіцієнт рентабельності продажу (валової, операційної, чистої). Перекручування може виникати через розбіжності в обліку валових витрат. Тому при необхідності одержати більш об'єктивний показник, варто зменшити собівартість реалізованої продукції на суму витрат, що не беруть участь у процесі виробництва. У першу чергу, це адміністративно-збутові витрати. Відповідно, у нашому обліку поки не існує поняття операційного прибутку, що визначається як виторг від реалізації за винятком постійних і змінних витрат.

Коефіцієнт співвідношення довгострокових зобов'язань і позаобігових активів. Проблема, що може виникнути при розрахунку цього коефіцієнта по українських і міжнародних стандартах - розбіжності в обліку вартості основних фондів і амортизації.

Коефіцієнт оборотності основних засобів. Значення даного коефіцієнта залежить від методу нарахування амортизації і практики оцінки вартості активів. Може скластися ситуація, що показник оборотності основних засобів буде вище на підприємстві, що має зношені основні засоби, тому для даного показника дуже важливо реально відобразити вартість основних засобів. [5]

Важливим показником при аналізі кредитоспроможності позичальника є показник тривалості обороту чистого робочого капіталу. У цьому зв'язку доцільно розглянути економічний зміст даного показника саме з позицій кредитної організації. Тривалість обороту чистого робочого капіталу характеризує наявність або відсутність (якщо показник менше нуля) у підприємства власних обігових коштів.

Позитивне значення показника вказує час, протягом якого обертаються обігові кошти підприємства (від оплати сировини і матеріалів, їхнє перебування у вигляді виробничих запасів, залишків незавершеного виробництва, запасів готової продукції - до одержання платежу за реалізовану продукцію). Негативне значення показника свідчить про відсутність власних обігових коштів, а його величина характеризує мінімальну суму кредиту на поповнення обігових коштів, необхідного підприємству.

На підставі аналізу тривалості обороту чистого робочого капіталу можна зробити висновки про якість керування підприємством. При раціональному керуванні обіговим капіталом підприємства тривалість обороту чистого робочого капіталу позитивна, але близька до нуля. Це означає, що структура дебіторської і кредиторської заборгованостей збалансована, а величина запасів визначається технологічними особливостями виробництва. Збільшення розглянутого показника вказує, що значні фінансові ресурси заморожені в обігових коштах. Отже, або на підприємстві нераціональна закупівельно-збутова діяльність (розміри запасів надлишкові), або неефективна робота з дебіторами, і підприємство дає безкоштовний кредит своїм контрагентам.

Негативна, але близька до нуля величина тривалості обороту свідчить про ризикованість політики підприємства, що будує свою діяльність на використанні безкоштовних кредитів постачальників. Значні негативні значення свідчать про відсутність у підприємства власних обігових коштів і наявність проблем із фінансовою стійкістю. Причинами зростання тривалості обороту чистого робочого капіталу можуть бути або збитковість діяльності підприємства, або відволікання ресурсів (наприклад, на утримання соціальної сфери). В обох випадках надання фінансових ресурсів такому підприємству не вирішить його проблем. Отже, надавати кредит такому підприємству безглуздо.

Крім розрахунку коефіцієнтів, при розгляді питання про кредитування використовується динамічний (горизонтальний) аналіз, що є наступним етапом після аналізу фінансових показників (вертикального аналізу). При горизонтальному аналізі порівнюються фінансові звіти підприємств за різні періоди і визначається, по яких розділах і статтях балансу відбулися зміни. При цьому аналізуються фінансові результати, а також структура активів і питання:

1. Як змінився операційний прибуток підприємства за аналізований період?

Поняття операційного прибутку виділено в МСБО окремим рядком, а з української форми її можна одержати тільки шляхом додаткових розрахунків.

2. Чи була основна діяльність підприємства за аналізований період прибутковою/ збитковою/ беззбитковою?

МСБО виділяє основну діяльність у звітності окремим рядком, а в українській системі надходження в усіх напрямках діяльності заносяться в один рядок.

3.Як змінилися темпи зростання виручки в порівнянні з темпами зростання собівартості?

4.Який прибуток до оподаткування одержало підприємство від усіх видів діяльності?

Виконуючи горизонтальний аналіз, необхідно пам'ятати, що при визначенні прибутку або збитку за МСБО, важливо правильно віднести всі доходи і витрати до звітного періоду. Доходи повинні бути віднесені до періоду продажу товарів, а не одержання грошей (як в українській системі), а витрати – до періоду виникнення витрат, а не виплати коштів.

При горизонтальному аналізі балансу необхідно звернути увагу на відмінність МСБО від української системи обліку, яка полягає в тому, що за МСБО з активу віднімається сума резерву сумнівної заборгованості, тоді як у нашому балансі цей резерв штучно збільшує пасив, що ускладнює оцінку фінансового стану. При аналізі тенденцій зміни запасів варто також звернути увагу на те, що в українському обліку оцінка здійснюється за вартістю придбання, а в МСБО - за меншою з вартостей: вартістю придбання чи ринковою ціною. Таким чином, керуючись українською системою обліку, можна одержати завищене значення цього показника. [6]

Обґрунтування та інтерпретація рівня дисконтної ставки.

Як зазначено вище, вірний вибір ставки дисконтування впливає на об’єктивність оцінки проекту за показником NPV.

Для спрощення розрахунків, в якості ставки дисконтування часто використовують усереднені відсоткові ставки по довгострокових кредитах банку, оскільки ставка рефінансування розраховується Національним банком за такою ж методикою. Тому ставка дисконтування RD для будь-якого проекту має бути не нижчою за облікову ставку Національного банку. [5]

Обираючи ставку дисконтування, експертам слід бути уважними й враховувати, за рахунок яких коштів пасивів (на підставі балансу, звіту про прибутки і збитки і звіту про рух коштів).

При аналізі фінансових результатів діяльності підприємства повинні бути оцінені чистий виторг, прибутки або збитки, отримані підприємством в аналізованому періоді. Аналіз і висновки про фінансові результати діяльності підприємства повинні містити докладні відповіді на наступні

фінансується проект.

1. Якщо проект реалізується за власні кошти, величина ставки дисконтування обирається виходячи з депозитного відсотка по вкладах. На практиці вона приймається більшою за депозитний відсоток за рахунок інфляції та ризику. Якщо обрати ставку дисконтування нижчу за депозитний відсоток, інвестори нададуть перевагу розміщенню коштів на банківському депозиті, а не інвестуванню у виробництво. Якщо ж норма дисконтування перевищить розмір депозитного відсотка на величину, більшу ніж та, що виправдана інфляцією та ризиком, спостерігається перелив грошей у інвестиції, попит на гроші підвищується, як наслідок - підвищується банківський відсоток.

2. Якщо весь капітал проекту є займомним, норма дисконтування являє собою відповідну відсоткову ставку, яка визначається умовами відсоткових виплат та погашення займів.

3. Найбільш розповсюдженим є третій випадок, коли капітал є змішаним. В цьому випадку норму дисконтування слід розраховувати як середньозважену вартість капіталу - WACC (Weighted Awerage Cost of Capital) з урахуванням його структури:

$$E = \sum_{i=1}^{n} E(i) \times Ai \qquad (2)$$

де n - кількість видів капіталу

E(i) - вартість кожного з капіталів після сплати податків

Ai (i=1, 2, ..., n) - доля в загальному капіталі

E - приблизне значення норми дисконту

В умовах перехідної економіки, коли має місце інфляція, депозитний відсоток по вкладах не відповідає реальній вартості грошей. Тому для оцінки комерційної ефективності проекту ми рекомендуємо визначати індивідуальну норму дисконтування для кожного конкретного проекту виходячи з «ціни грошей» для господарюючого суб’єкту, яка буде дорівнювати реальній нормі річного прибутку на капітал з урахуванням ризику, альтернативних доступних варіантів інвестування із порівнянним ризиком. Однак в сучасних умовах, коли фондовий ринок України ще не розвинутий, цей підхід також може призвести до хибних рішень, особливо якщо за альтернативний варіант інвестицій приймаються короткострокові спекулятивні операції (з іноземною валютою, імпортними й дефіцитними товарами і т.д.). В цих умовах орієнтиром може слугувати депозитний відсоток по вкладах у відносно стабільній іноземній валюті, хоча тут також слід враховувати інфляцію (зростання цін, виражених в іноземній валюті) та

ризик (банкрутство банку). [7]

Висновки. Таким чином практичне значення дослідження полягає в можливості значного підвищення якості інвестиційних досліджень завдяки застосуванню нових методів багатокритеріальної оцінки проектів, методів інтерпретації показників господарської діяльності компанії, обґрунтуванні та інтерпретації рівня дисконтної ставки.

Проекти, розроблені у відповідності до пропозицій, викладених в дослідженні, розраховані на таких користувачів, як внутрішній або іноземний інвестор, кредитний відділ вітчизняного або закордонного банку. Також результати дослідження можуть застосовуватись для складання бізнес-планів для внутрішнього користування на підприємстві. [1-7]

Вирішення проблеми підвищення ефективності процесу розробки інвестиційних проектів сприятиме забезпеченню конкурентоспроможності інвестиційних проектів українських підприємств та активізації інвестиційної діяльності в Україні.

Список літератури

1. Крамськой Д.Ю. Оцінка пріоритетності інноваційних проектів на підприємстві / Д.Ю. Крамськой, П.В. Нотовський, О.Л. Дягілєва // *Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва.* – Харків : НТУ "ХПІ". – 2015. – № 60 (1169). – С. 119-123.
2. Нотовський П.В. Методичний підхід до визначення горизонту безпеки інвестицій підприємств в умовах динамічних змін інвестиційного простору / П.В. Нотовський, Д.Ю. Крамськой, Т.П. Локтіонова // *Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва.* – Харків : НТУ "ХПІ". – 2015. – № 59 (1168). – С. 144-147.
3. Крамськой Д.Ю. Обґрунтування методів оцінки розвитку виробництва і ефективності інвестицій / Д.Ю. Крамськой // *Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки*. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 48 (1220). – С. 50-57.
4. Крамськой Д.Ю. Розробка методики оцінки інвестиційного проекту на основі балансу інтересів його учасників / Д.Ю. Крамськой // *Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки*. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 47 (1219). – С. 30-35
5. Крамськой Д.Ю. Сучасні методики інвестиційного проектування та застосування програмних продуктів з позиції методики фінансово-економічної оцінки проекту / Д.Ю. Крамськой // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 45 (1266). – С. 112-117.
6. Крамськой Д. Ю. Методи і форми державного регулювання інноваційних процесів / Д.Ю. Крамськой // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 46 (1267). – С. 150-157
7. Крамськой Д. Ю. Підвищення якості інвестиційних проектів завдяки введенню додаткових елементів інформаційного масиву / Д. Ю. Крамськой, П. В. Нотовський // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 140-146.

References (transliterated)

1. Kramskoi D.Y. Otsinka priorytetnosti innovatsiinykh proektiv na pidpryiemstvi [Estimation of priority of innovative projects at the enterprise] *Visnyk Nats. tekhn. un-tu "KhPI" : zb. nauk. pr. Temat. vyp. : Tekhnichnyi prohres ta efektyvnist vyrobnytstva*. [Bulletin of the National tech Un-th "KHPI": Sb. sciences Temat ave. vip : Technical progress and production efficiency.] – Kharkiv : NTU "KhPI". – 2015. –no 60 (1169). – pp. 119-123.
2. Notovskyi P.V. Metodychnyi pidkhid do vyznachennia horyzontu bezpeky investytsii pidpryiemstv v umovakh dynamichnykh zmin investytsiinoho prostoru [Methodical approach to the definition of the safety horizon of investment enterprises in the conditions of dynamic changes in the investment space]. *Visnyk Nats. tekhn. un-tu "KhPI" : zb. nauk. pr. Temat. vyp. : Tekhnichnyi prohres ta efektyvnist vyrobnytstva*. [Bulletin of the National tech Un-th "KHPI": Sb. sciences Temat ave. vip : Technical progress and production efficiency.] – Kharkiv : NTU "KhPI". – 2015. – no 59 (1168). – pp. 144-147.
3. Kramskoi D.Y. Obgruntuvannia metodiv otsinky rozvytku vyrobnytstva i efektyvnosti investytsii [Substantiation of methods of estimation of production development and efficiency of investments] *Visny`k Nacional`nogo texnichnogo universy`tetu «Xarkivs`ky`j politexnichny`j insty`tut» (ekonomichni nauky`)* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences)] – Kharkiv : NTU "KhPI", 2016. – no 48 (1220). – pp. 50-57.
4. Kramskoi D.Y. Rozrobka metodyky otsinky investytsiinoho proektu na osnovi balansu interesiv yoho uchasnykiv [Development of a methodology for evaluating an investment project based on the balance of interests of its participants] *Visny`k Nacional`nogo texnichnogo universy`tetu «Xarkivs`ky`j politexnichny`j insty`tut» (ekonomichni nauky`)* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences)] – Kharkiv : NTU "KhPI", 2016. – no 47 (1219). – pp. 30-35
5. Kramskoi D.Y. Suchasni metodyky investytsiinoho proektuvannia ta zastosuvannia prohramnykh produktiv z pozytsii metodyky finansovo-ekonomichnoi otsinky proektu [Modern methods of investment design and application of software products from the standpoint of methodology of financial and economic evaluation of the project] *Visny`k Nacional`nogo texnichnogo universy`tetu «Xarkivs`ky`j politexnichny`j insty`tut» (ekonomichni nauky`)* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences)] – Kharkiv : NTU "KhPI", 2017. – no 45 (1266). – pp. 112-117.
6. Kramskoi D.Y. Metody i formy derzhavnoho rehuliuvannia innovatsiinykh protsesiv [Methods and forms of state regulation of innovative processes] *Visny`k Nacional`nogo texnichnogo universy`tetu «Xarkivs`ky`j politexnichny`j insty`tut» (ekonomichni nauky`)* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences)] – Kharkiv : NTU "KhPI", 2017. – no 46 (1267). – pp. 150-157
7. Kramskoy D.Y. Pidvischennya yakosti investitsIynih proektIv zavdyaki vvedennyu dodatkovih elementiv informatsiynogo masivu [Improving the quality of investment projects by introducing additional elements of the information array] *Visny`k Nacional`nogo texnichnogo universy`tetu «Xarkivs`ky`j politexnichny`j insty`tut» (ekonomichni nauky`)* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences)] – Kharkiv : NTU "KhPI",, 2018. – no 19 (1295). – pp. 140-146.

Надійшла (received) 15.11.2018

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Крамськой Дмитро Юрійович (Крамской Дмитрий Юрьевич, Kramskoi Dmitro Yuriovich) – кандидат економічних наук, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри «Організація виробництва та управління персоналом», м. Харків; тел.: (067) 804-47-87; e-mail: kramskoy2007@gmail.com

УДК 338.583:658.29

О.М. ГАВРИСЬ, О.О. ГАВРИСЬ, П.О. ГАВРИСЬ

СТРУКТУРА ТА ДИНАМІКА ТОРГОВЕЛЬНОГО БАЛАНСУ УКРАЇНИ

Торговельний баланс - це різниця між обсягами експорту та імпорту товарів. Якщо експорт перевищує імпорт (позитивне сальдо) – це говорить про те, що відбувається приплив іноземної валюти в країну, що призводить до підвищення курсу національної валюти. Натомість переважання імпорту над експортом (негативне сальдо) означає низьку конкурентоспроможність товарів країни за кордоном. В статті розглянуто структуру та динаміку торговельного балансу України починаючи з 2001 року. З'ясовано, що у структурі імпорту переважну частину складають промислові вироби з високою доданою вартістю, зокрема, продукція машинобудування, в тому числі автомобілі, сільськогосподарська техніка, побутові прилади тощо, а також енергоносії. В структурі експорту домінує продукція з низькою доданою вартістю. Оскільки вітчизняний експорт характеризується високою часткою сировини та необробленої продукції у загальному об'ємі експорту, це стало однією з ключових причин, які гальмують економічне зростання держави. Встановлено тенденції і взаємозв'язки між економічною політикою в окремих сегментах економіки або ж відсутністю системної підтримки високотехнологічних галузей економіки та динамікою сальдо торговельного балансу. Виявлено та проаналізовано наслідки негативного торговельного балансу для економіки держави. Обґрунтовано, що метою державної політики має бути не просто досягнення позитивного торговельного сальдо, а радикальна зміна структури торговельного балансу. Визначено фактори, що найбільшою мірою впливають на сальдо торговельного балансу України. Зроблено висновок, що агропромисловий сектор у тій формі, в якій він існує у нашій країні не виконує ключових функцій, покладених на нього державою, а саме наповнення держбюджету та забезпечення зайнятості населення. Обґрунтовано методичні підходи до державної стратегії реформування агропромислового сектору. За умови проведення успішних реформ аграрний сектор може стати двигуном економіки України.

Ключові слова: торговельний баланс, експорт, імпорт, сальдо, стратегія, агропромисловий сектор, державне регулювання.

О.Н. ГАВРИСЬ, .А. ГАВРИСЬ, П.А. ГАВРИСЬ

СТРУКТУРА И ДИНАМИКА ТОРГОВОГО БАЛАНСА УКРАИНЫ

Торговый баланс - это разница между объемами экспорта и импорта товаров. Если экспорт превышает импорт (положительное сальдо) - это говорит о том, что происходит приток иностранной валюты в страну, что приводит к повышению курса национальной валюты. Зато преобладание импорта над экспортом (отрицательное сальдо) означает низкую конкурентоспособность товаров страны за рубежом. В статье рассмотрены структура и динамика торгового баланса Украины с 2001 года. Установлено, что в структуре импорта большую часть составляют промышленные изделия с высокой добавленной стоимостью, в частности, продукция машиностроения, в том числе автомобили, сельскохозяйственная техника, бытовые приборы и т.п., а также энергоносители. В структуре экспорта доминирует продукция с низкой добавленной стоимостью. Поскольку отечественный экспорт характеризуется высокой долей сырья и необработанной продукции в общем объеме экспорта, это стало одной из ключевых причин, которые тормозят экономический рост государства. Установлены тенденции и взаимосвязи между экономической политикой в отдельных сегментах экономики или отсутствием системной поддержки высокотехнологичных отраслей экономики и динамикой сальдо торгового баланса. Выявлены и проанализированы последствия негативного торгового баланса для экономики государства. Обосновано, что целью государственной политики должно быть не просто достижение положительного торгового сальдо, а радикальное изменение структуры торгового баланса. Определены факторы, в наибольшей степени влияющие на сальдо торгового баланса Украины. Сделан вывод, что агропромышленный сектор в той форме, в которой он существует в нашей стране не выполняет ключевых функций, возложенных на него государством - наполнение госбюджета и обеспечения занятости населения. Обоснованы методические подходы к государственной стратегии реформирования агропромышленного сектора. При условии проведения успешных реформ аграрный сектор может стать двигателем экономики Украины.

Ключевые слова: торговый баланс, экспорт, импорт, сальдо, стратегия, агропромышленный комплекс, государственное регулирование.

O.M. GAVRYS, O.O. GAVRYS, P.O. GAVRYS

STRUCTURE AND DINAMICS OF THE TRADE BALANCE OF UKRAINE

The trade balance is the difference between the volumes of export and import of goods. If exports exceed imports (surplus) - this suggests that there is an inflow of foreign currency into the country, which leads to an increase in the exchange rate of the national currency. But the predominance of imports over exports (negative balance) means a low competitiveness of the country's goods abroad. The structure and dynamics of Ukraine's trade balance since 2001 are considered in this article. It has been established that in the structure of imports greater part is made by industrial wares with a high value added, in particular, products of engineer, including cars, agricultural technique, appliances etc., and also power mediums. In the structure of export prevail products with the low added cost. Since domestic exports are characterized by a high share of raw materials and unprocessed products in total exports, this has become one of the key reasons that inhibit the economic growth of the state. The tendencies and interrelations between economic policies in certain segments of the economy or the lack of systemic support for high-tech industries and the dynamics of the trade balance were established. The consequences of the negative trade balance for the state economy are identified and analyzed. It has been substantiated that the goal of state policy should not be just to achieve a positive trade balance, but a radical change in the structure of the trade balance. The factors that most affect the trade balance of Ukraine are determined. It was concluded that the agro-industrial sector in the form in which it exists in our country does not fulfill the key functions assigned to it by the state - filling the state budget and providing employment. Methodical approaches to the state strategy of reforming the agro-industrial sector are substantiated. Under conditions of successful reforms, the agrarian sector can become the engine of the Ukrainian economy.

Keywords: trade balance, export, import, balance, strategy, agribusiness, government regulation.

Вступ. В останні десятиліття світова торгівля розвивається бурхливими темпами і вже досягла величезних масштабів. Активна і ефективна участь у ній є важлим завданням для України. При грамотному використанні ресурсного потенціалу як промислового, так і сільськогосподарського, наша держава може займати достойну позицію у міжнародних торгових зв'язках. Україна має великі родовища залізної руди, марганцю, титанової сировини, дефіцитних рідкоземельних елементів тощо, що дає підстави для розвитку різних галузей промисловості, крім того, володіє понад тридцятьма міліонами гектарів якісних

© О.М. Гаврись, О.О. Гаврись, П.О. Гаврись, 2018

земель. Особливо важливою проблемою, вирішення якої може дати швидкі результати, є перетворення в аграрному секторі.

Аналіз стану питання. Розробка та впровадження ефективної державної стратегії, що спрямована на економічне зростання та підвищення рівня добробуту, залишається актуальною на протязі всього існування незалежної України. Від'ємне сальдо торговельного балансу та недосконала структура вітчизняного експорту, що характеризується високою часткою сировини та необробленої продукції у загальному об'ємі експорту, стали одними з ключових причин, що гальмують економічне зростання та спричиняють негативні тенденції, зокрема, масову трудову міграцію економічно активного населення [1]. Стимулювання експорту та збільшення питомої частки товарів з високою доданою вартістю у його структурі можуть стати вагомим фактором економічного зростання та створення робочих місць, що допоможе подолати негативні тенденції у економіці та суспільстві в цілому. Досягнення цих цілей залежить від ефективності зусиль, спрямованих на кількісну та якісну зміну структури торговельного балансу України, зокрема шляхом державного регулювання та стимулювання експорту у різних галузях народного господарства, в тому числі й в агропромисловому секторі.

Мета роботи. Мета цієї статті проаналізувати структуру та динаміку торговельного балансу України та теоретично обґрунтувати методичні підходи до державної стратегії реформування агропромислового сектору.

Аналіз основних досягнень і літератури. Розв'язанню зазначеної проблеми присвячені наукові дослідження великої кількості вітчизняних вчених, серед яких С. Николайчук, Т. Вишинська, І. Севрук, О. Генералов, К. Данилов, О. Кундицький, С. Кулицький та інші [2-6]. Зазначені автори розглянули багато аспектів даної економічної проблеми, зокрема, було вивчено вплив монетарної політики на динаміку та показники торговельного балансу України, проаналізовано сучасний стан зовнішньої торгівлі держави, окреслено проблеми регулювання нестабільності платіжного балансу, трансформації зовнішньої торгівлі на сучасному етапі тощо. Проте в економічній літературі на нашу думку недостатньо висвітлено, зокрема, проблеми впливу результатів діяльності вітчизняного агропромислового сектору на структуру і динаміку торговельного балансу.

Стаття, що представлена в першу чергу фокусується на питаннях впливу економічної та фіскальної політики на об'єкт дослідження. На прикладі конкретних підприємств зазначеної галузі було проілюстровано недостатню ефективність такої політики.

Викладення основного матеріалу дослідження. Стале економічне зростання є основою підвищення рівня добробуту в кожній країні, а отже важливою метою державної політики. Серед ряду факторів, що впливають на рівень та динаміку економічного зростання, виділяють структуру та динаміку зміни торговельного балансу країни. Зовнішньоекономічна політика країни має бути спрямована, зокрема, на досягнення позитивного сальдо торговельного балансу, адже це є свідченням того, що економіка здатна акумулювати грошові ресурси, які в майбутньому можуть бути спрямовані не лише на пожвавлення внутрішнього попиту, але і на інвестиції, що в свою чергу стане двигуном подальшого зростання. Оскільки сальдо торговельного балансу – різниця між вартістю експорту та імпорту, то очевидно, що два основні напрямки досягнення та максимізації позитивного сальдо – це збільшення експорту та зниження імпорту. Якщо експорт перевищує імпорт (позитивне сальдо) – це свідчення того, що відбувається приплив іноземної валюти в країну, а це в свою чергу обумовлює підвищення курсу національної валюти. Ситуація коли імпорт більший ніж експорт (негативне сальдо) говорить про низьку конкурентоспроможність товарів країни за кордоном.

В таблиці 1 зведено дані щодо експорту, імпорту, а також сальдо торговельного балансу України починаючи з 2001 року [7]. Використовуються статистичні дані Internetional Trade Centre (ITC), агентства технічного сприяння, створеного Всесвітньою Організацією Торгівлі (СОТ) і ООН (за допомогою UNCTAD) в 1964 році для боротьби з бідністю в країнах, що розвиваються і в країнах з перехідною економікою (до яких належить і Україна), через надання допомоги в розвитку експорту.

Таблиця 1 - Дані щодо експорту, імпорту та сальдо торговельного балансу України, тисяч доларів США

Роки	Експорт	Імпорт	Сальдо торговельного балансу
2001	16264734	15775093	489641
2005	34227974	36121997	- 1894023
2010	51430286	60737135	- 9306849
2012	68694495	84656667	- 15962172
2013	63320469	76986013	- 13665544
2014	53913302	54381409	- 468107
2015	38127040	37516153	610887
2016	36361032	39249626	- 2888594
2017	43428391	49439156	- 6010765

Аналіз динаміки зміни сальдо торговельного балансу України з 2001 по 2017 рр. свідчить про те, що у 2015 р. вперше з 2004 р. було досягнуто позитивне сальдо. В 2004 р. експорт перевищував імпорт на 3669348 тис. дол. США. Варто зазначити, що за всі роки незалежності, найбільший квартальний профіцит торговельного балансу в Україні було зафіксовано в третьому кварталі 2004 року, та другому кварталі 1999 року: 1750 та 1546 млн дол. США відповідно. Вже за результатами 2005 року спостерігається від'ємне сальдо. В подальші роки ця тенденція зберігається за виключенням 2015 року.

За даними порталу Index Mundi, який містить детальну статистику за всіма країнами світу, проаналізовано різницю між експортом та імпортом за основними видами продукції, що виробляються в

Україні [8]. Ці дані дають змогу детально проаналізувати динаміку зміни торговельного сальдо за окремими позиціями починаючи з 2001 року та встановити тенденції і взаємозв'язки між економічної політикою у окремих сегментах економіки або ж відсутністю системної підтримки сучасних високотехнологічних галузей економіки та динамікою сальдо торговельного балансу по окремих категоріях товарів. Як видно з вищеназваного джерела, у певних високотехнологічних галузях, таких як, зокрема, літакобудуванні, виробництві локомотивів та трамваїв тощо за останні роки було майже повністю втрачено позитивний торговельний баланс, а останні гучні контракти, що були предствлені в ЗМІ як досягнення, наприклад контракти на закупівлю французських гелікоптерів Airbus, американо-казахських локомотивів General Electrics та польських трамваїв PESA, будуть лише далі збільшувати негативне сальдо торговельного балансу та гальмувати розвиток цих потенційно перспективних галузей в Україні. Перераховані види товарів можна було б виготовити на вітчизняних підприємствах, забезпечивши населення досить високотехнологічними робочими місцями.

Більш детальне дослідження структури експорту та імпорту показує, що досягнення позитивного сальдо в 2014 р. та зниження різниці між експортом та імпортом у 2016 р. досягається переважно через зменшення імпорту товарів, а не завдяки збільшенню експорту. Для порівняння в 2013 році від'ємне сальдо складало понад $13,66 млрд., а у 2016 р. менше $2,88 млрд.

Порівнюючи 2016 та 2013 рр. спостерігається зменшення експорту на 42,57 %, імпорту на 49 %., тобто у 2016 р. імпорт знизився майже вдвічі по відношенню до 2013 р. – до $39,25 млрд. При цьому імпорт енергоносіїв знизився на 72% - з $21,27 млрд. до $ 5,93 млрд. Це, безперечно, позитивно, однак варто зазначити, що різке зниження імпорту за цією позицією було досягнуто не за рахунок успішних структурних реформ, а завдяки, зокрема, глобальному зниженню цін на енергоносії. Так, середня ціна за барель нафти впала у 2016 р. порівняно з 2013 р. з $104 до $43, тобто більш ніж на 58,6 %. Іншим фактором стало зниження споживання енергії? через зменшення ВВП України майже вдвічі за той же період – з $183,31 млрд. до $93,27 млрд, а також через втрату контролю над часткою територій та відтік населення з України. З 2013 по 2016 рр. експорт теж зазнав стрімкого зниження – з $63,32 млрд. до $38,13 млрд [8]. Втім, в першу чергу, за рахунок зростання експорту сільськогосподарської сировини його зниження було не таким стрімким як зниження імпорту.

Окрім показника та розміру сальдо торговельного балансу важливо дивитися і на його структуру. Якщо у структурі імпорту переважну частину складають промислові вироби з високою доданою вартістю, зокрема, продукція машинобудування, в тому числі автомобілі, сільськогосподарська техніка, побутові прилади, тощо, а також енергоносії, то у структурі експорту домінує продукція з низькою доданою вартістю – у 2016 р. частка сировини, сільськогосподарської продукції, металу та лісу складала майже 75% [8]. При цьому динаміка є негативною, адже частка цієї продукції постійно зростає – у 2013 р. вона становила 64%, а у 2001 р. – близько 60%. Таким чином, структура економіки України зберігає низькотехнологічне спрямування та все більше набуває сировинного характеру, що, безумовно, не відповідає вимогам часу. За галузевою структурою промисловості Україна знаходиться ближче не до розвинених країн, а до групи країн, що розвиваються [9,10]. Недостатньо оптимістичні економічні результати України свідчать, що система регуляторів, які перебувають у руках держави, поки що не заохочує наступального технічного розвитку [11,12].

Сировинний характер вітчизняної економіки та висока частка аграрного сектору в ньому мають наслідком низький рівень податкових надходжень. Зокрема, податкові надходження від усіх агрохолдінгів, що представдені серед 100 найбільших платників податків за даними ДФСУ за І півріччя 2017 роки склали лише 681 млн. грн. або 0,2% (!) від загальних надходжень від найбільших платників податків [13].

Важливо розуміти, що аграрний сектор у тій формі, в якій він існує у нашій країні, визискує ключовий ресурс – землю, але не виконує найважливіших функцій, покладених на нього державою – наповнення держбюджету та забезпечення зайнятості. Найбільші українські агрохолдинги, зокрема, «Кернел» та «Миронівський хлібопродукт», за власними даними, у 2017 фінансовому році отримали виручку, відповідно, $2.168,9 млн. [14, с. 3] або 61,06 млрд. грн. та $1.287,8 млн. [15, с. 91] або 33,59 млрд. грн. Їхній чистий прибуток склав, відповідно, $176,2 млн. [14, с. 3] або 4,96 млрд.грн. та $230 млн. [15, с. 40] або 5,99 млрд. грн. При цьому, за даними Державної фіскальної служби України (ДФСУ), підприємтва холдингу «Миронівський хлібопродукт» - ТОВ «Вінницька птахофабрика» та ПрАТ «Миронівська Птахофабрика» у першому півріччі 2017 сумарно сплатили податки у розмірі 680 млн. грн. [13] ($26,1 млн.) або приблизно 4% від виручки у перерахунку на рік. При цьому не було сплачено жодної копійки податку на прибуток. Податкові надходження від агрохолдинга «Кернел» були настільки незначними, що навіть не увійшли у зведену статистику ДФСУ. Оскільки, продукцією агрохолдингів є передусім сировина та продукція з низькою часткою доданою вартості масово вироблена з застосуванням високотехнологічних методів виробництва, то не досягається і завдання забезпечення зайнятості населення. Зокрема, надходження від податку на доходи фізичних осіб (ПДФО) у першому півріччі від підприємств холдингу «Миронівський хлібопродукт» склали лише 74 млн грн. ($2,8 млн.). Для порівняння, надходження від ПДФО від ПАТ «Мотор Січ» склали 203 млн грн. [13] ($7,8 млн.). При цьому виручка ПАТ «Мотор Січ» у 2016 році була у тричі нижчою за виручку холдингу «Миронівський хлібопродукт» у період з 01.07.2016 по 30.06.2017 – 10,55 млрд. грн. [16, с. 112] або $389,3 млн.

Стає очевидним той факт, що сировинний та низькотехнологічний характер економіки України заважає досягненню сталого економічного зростання. Тому метою державної політики має бути не просто досягнення позитивного торговельного сальдо, а радикальна зміна структури торговельного балансу. Прийняття невідкладних кроків, спрямованих на досягнення цих цілей, має стати пріоритетом державної політики України. Шляхами досягнення цих кроків можуть стати, зокрема, захист вітчизняного товаровиробника, удосконалення інструментів обмеження імпорту [17, с. 5], заходи для покращення інвестиційного клімату, стимулювання інноваційної діяльності тощо.

Аграрний сектор може і повинен стати двигуном економіки України, однак для цього його необхідно докорінно переформатовувати. Має прийти розуміння, що Україна мусить відмовитися від формату величезних агрохолдингів, які лише експортують сировину і перейти до стратегії активної підтримки дрібних та середніх фермерських господарств, які повинні стати новим селянством і не тільки забезпечити зайнятість та добробут широких верств населення, але і стати основою для підвищення обороноздатності країни.

Висновки. Виходячи з вищенаведеного можна зробити наступні висновки. Одним з найбільш перспективних напрямків оптимізації показників торгового балансу держави є підвищення ролі агропромислового сектору, його перебудови, зокрема, підтримки і розвитку фермерства, особливо малого та середнього – традиційного і масового виду діяльності в Україні раніше.

Шляхами такої підтримки може стати створення державного земельного банку, який буде мати ексклюзивне право викупу земельних паїв і буде забезпечувати доступ до земельних ресурсів та пільгове кредитування фермерів. Іншими заходами має стати обмеження діяльності агрохолдингів, зокрема, додаткові податки на їхню діяльність, налагодження масового виробництва сільськогосподарської техніки та створення механізмів її пільгового надання у лізинг для фермерів, створення кредитних та торговельних спілок для відстоювання інтересів фермерів, забезпечення доступу до елеваторів, а також створення експортного-імпортного агенства для допомоги у виході на зовнішні ринки.

Список літератури

1. Гаврись О.М., Гаврись П.О. Зміна структури торговельного балансу як запорука сталого економічного розвитку України. *Тези доп. 26-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD–2018*. 2018. №3. С. 112.
2. Ніколайчук С. Визначення факторів динаміки поточного рахунку платіжного балансу в Україні. *Вісник Національного банку України.* 2014. №2. С. 20-27.
3. Вишинська Т. Л. Сучасний стан зовнішньої торгівлі товарами в Україні. *Scientific Journal "ScienceRise".* 2015. №3/3 (8). С. 41–45.
4. Данилова К. І. Проблеми регулювання нестабільності платіжного балансу країни: сучасний дискурс та невирішені питання. *Вісник Інституту економіки та прогнозування*. 2014. С. 22-32.
5. Кундицький О. О. Стратегія державного регулювання імпортозаміщення в аграрному секторі України. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2015. №10. С. 60-62.
6. Кулицький С. Питання трансформації української зовнішньої торгівлі на сучасному етапі. *Україна: події, факти, коментарі*. 2015. №23. С. 49–59.
7. *Карта торгівлі – торговельна статистика для міжнародного розвитку бізнесу. Міжнародний центр торгівлі* [Електронний ресурс]. URL: www.trademap.org. (дата звернення: 18.03.18 о 07:48).
8. *Історичні ціни на нафту марки "Брент". База даних "Індекс Мунді"* [Електронний ресурс]. URL: www.indexmundi.com (дата звернення: 18.03.18 о 13:05).
9. *Структурні зміни та економічний розвиток України: монографія* / В. М. Геєць, Л. В. Шинкарук, Т. І. Артьомова а ін. К.: Ін-т економіки та прогнозування НАН України, 2011. 696 с.
10. Шапран Є. М. Сучасний стан і тенденції розвитку високотехнологічних галузей промисловості України. *Вісник Одеського національного університету*. 2017. Т. 22, вип. 4 (57). С. 146-149.
11. Гаврись О.О. Особливості податкового стимулювання впровадження високих технологій. *Вестник НТУ "ХПИ"*. 2010. №50-1. С. 34-41.
12. Гаврись О. О. Роль держави в регулюванні інноваційної діяльності. *Тези доп. 19-ї міжнар. наук.-практ. конф MicroCAD–2011*. 2011. №3. С. 129.
13. Топ-100 найбільших платників податків України за І півріччя 2017 р. за сумою сплати податкових платежів до Зведеного бюджету України. *Вісник державної фіскальної служби України.* 2017, №3-4.
14. *Kernel Holding S.A. Annual Repor 2017* [Електронний ресурс]. URL: https://www.kernel.ua/wp-content/uploads/2017/09/Kernel_FY2016_Annual_Report.pdf (дата звернення: 20.08.18 о 16:15).
15. *Annual Report and Accounts 2017* [Електронний ресурс]. URL: http://www.annualreports.com/HostedData/AnnualReports/PDF/LSE_MHPC_2017.pdf. (дата звернення: 20.08.18 о 16:15).
16. *ВАТ «Мотор Січ». Фінансовий звіт за 2016 р*. [Електронний ресурс]. URL: http://www.motorsich.com/ukr/investors/othetnost/bux/
17. Яковлєв Ю. П. *Економіка торгівлі з використанням інформаційних технологій. Навчальний посібник*. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 376 с.

References

1. Gavrys O.M., Gavrys P.O. Zmina struktury torhovelnoho balansu yak zaporuka staloho ekonomichnoho rozvytku Ukrainy [Changing the structure of trade balance as a guarantee of sustainable economic development of Ukraine]. *Tezy dop. 26-yi mizhnar. nauk.-prakt. konf. MicroCAD–2018* [Abstracts of the 26 th International. science-practice conf. MicroCAD-2018]. 2018. Ch. 3. pp. 112.
2. Nikolaichuk S. Vyznachennia faktoriv dynamiky potochnoho rakhunku platizhnoho balansu v Ukraini [Determination of the dynamics of the current account of the balance of payments in Ukraine]. *Visnyk Natsionalnoho banku Ukrainy* [Bulletin of the National Bank of Ukraine]. 2014. no. 2. pp. 20–27.
3. Vyshynska T. L. Suchasnyi stan zovnishnoi torhivli tovaramy v Ukraini [The current stae of foreign trade in goods in Ukraine].*Scientific Journal "ScienceRise"*. 2015. no. 3/3 (8). pp. 41–45.
4. Danylova K. I. Problemy rehuliuvannia nestabilnosti platizhnoho balansu krainy: suchasnyi dyskurs ta nevyrisheni pytannia [Determination of the dynamics of the current account of the balance of payments in Ukraine]. *Visnyk Instytutu ekonomiky ta prohnozuvannia* [Bulletin of the Institute of Economics and Forecasting]. 2014. pp. 22-32.
5. Kundytskyi O. O. Stratehiia derzhavnoho rehuliuvannia importozamishchennia v ahrarnomu sektori Ukrainy[The strategy of state regulation of import substitution in the agrarian sector of Ukraine]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu* [Scientific Bulletin of the International Humanitarian University.]. 2015. №10. pp. 60-62.
6. Kulytskyi S. Pytannia transformatsii ukrainskoi zovnishnoi torhivli na suchasnomu etapi [The question of the transformation

of Ukrainian foreign trade at the present stage]. *Ukraina: podii, fakty, komentari* [Ukraine: Events, Facts, Comments]. 2015. no. 23, pp. 49–59.

7. Karta torhivli – torhovelna statystyka dlia mizhnarodnoho rozvytku biznesu. Mizhnarodnyi tsentr torhivli. [Trade Map - Trade Statistics for International Business Development. International Trade Center]. Available at: www.trademap.org, (accessed 18.03.18).
8. Istorychni tsiny na naftu marky "Brent". Baza danykh "Indeks Mundi" [Historical prices for oil brand Brent. Database "Mundi Index"]. Available at: www.indexmundi.com (accessed 18.03.18).
9. Heiets V. M., Shynkaruk L. V., Artomova T. I. *Strukturni zminy ta ekonomichnyi rozvytok Ukrainy: monohrafiia* [Structural changes and economic development of Ukraine: monograph]. K.: In-t ekonomiky ta prohnozuvannia NAN Ukrainy, 2011. 696 s.
10. Shapran Ye. M. Suchasnyi stan i tendentsii rozvytku vysokotekhnolohichnykh haluzei promyslovosti Ukrainy [Current state and trends of development of high-tech industries in Ukraine]. *Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu*. [Bulletin of Odessa National University]. 2017. vol. 22, no. 4 (57). pp. 146-149.
11. Gavrys O.O. Osoblyvosti podatkovoho stymuliuvannia vprovadzhennia vysokykh tekhnolohii. [Features of tax incentives for introducing high technologies]. *Vestnyk NTU "KhPI"* [Bulletin of the NTU "KhPI"]. 2010. no. 50-1. pp. 34-41.
12. Gavrys O.O. Rol derzhavy v rehuliuvanni innovatsiinoi diialnosti [The role of the state in the regulation of innovation activities]. *Tezy dop. 19-yi mizhnar. nauk.-prakt. konf. MicroCAD–2011* [Abstracts of the 26 th International. science-practice conf. MicroCAD-2018]. 2011. no. 3. pp. 129.
13. Top-100 naibilshykh platnykiv podatkiv Ukrainy za I pivrichchia 2017 r. za sumoiu splaty podatkovykh platezhiv do Zvedenoho biudzhetu Ukrainy [Top 100 largest taxpayers of Ukraine for the first half of 2017 by the amount of tax payments to the Consolidated Budget of Ukraine]. *Visnyk derzhavnoi fiskalnoi sluzhby Ukrainy* [Bulletin of the State Fiscal Service of Ukraine.]. 2017, №3-4.
14. *Kernel Holding S.A. Annual Repor 2017*. Available at: https://www.kernel.ua/wp-content/uploads/2017/09/Kernel_FY2016_Annual_Report.pdf (accessed 20.08.18).
15. Annual Report and Accounts 2017 Available at: URL: http://www.annualreports.com/HostedData/AnnualReports/PDF/LSE_MHPC_2017.pdf. (accessed 20.08.18 o 16:15).
16. *VAT «Motor Sich». Finansovyi zvit za 2016* [Motor Sich JSC. Final sound for 2016]. Available at: http://www.motorsich.com/ukr/investors/othetnost/bux/.
17. Yakovliev Yu. P. *Ekonomika torhivli z vykorystanniam informatsiinykh tekhnolohii. Navchalnyi posibnyk*. [Economics of trade with the use of information technology. Tutorial]. Kiev: Tsentr navchalnoi literatury, 2006. 376 p.

Надійшла (received) 15.11.2018

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Гаврись Олександр Миколайович (Гаврись Александр Николаевич, Gavrys Olexandr) – кандидат економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри комерційної, торговельної та підприємницької діяльності; м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0001-7394-6276; тел.: (050) 302-74-54, e-mail: agavrys@gmail.com.

Гаврись Ольга Олександрівна (Гаврись Ольга Александровна, Gavrys Olga) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», старший викладач кафедри економіки і маркетингу; м. Харків, Україна; ORCID: https://orcid.org/0000-0002-3247-6885; тел.: (050) 300-02-00, e-mail: olga_gavrys@ukr.net

Гаврись Петро Олександрович (***Гаврись Петр Александрович, Gavrys Petro)*** – кандидат економічних наук, внутрішній аудитор, Хереус Холдінг ГмбХ; м. Ханау, Німеччина; ORCID: 0000-0003-1493-8721; тел.:(050) 401-11-14, e-mail: petro.gavrys@gmail.com.

UDC 338.24

I.O. NOVIK, P.R.PELYUKHNYA

LEADERSHIP AS AN EFFECTIVE MANAGEMENT TOOL

This article overviews issues of leadership as an essential effective management tool in organization. Leadership is presented as an interdisciplinary phenomenon, studied by psychology, pedagogy, political science, philosophy, sociology, management. Various core features of the leader as a subject of different spheres is reviewed and detailed. Current trends in the development of the leadership concept as well as its importance on the basis of the literature reviewed is well-argued. The concept of leadership was decided to view as the process of making a person as a center of all the processes, happening in the organization, authority, that can influence on the efficiency of the organization activity, “fugleman of the firm”. The main problem like the absence of the single definition of the leadership and leader of organization was stated. Moreover, core characteristic of an effective leader, including the chosen type of power, were overviewed as the main problems of an effective management. Either similarities and differences of the concepts as “leader”, “authority”, “boss” are revealed. It was proved that the terms does not coincide in the characteristics and main features, as opportunities, authority and methods of influence and even set of personal qualities. The definition of “leader of organization” concept is presented, which is guaranteed by the following principles: formal structure of an organization, in which leader has a right on authority and informal structure with the factual recognition of this right in the scope of subordinates.. Various types of power are analyzed, among which are encouraging power, personal power, legitimate power, coercive power and official power. Core characteristics and components of an effective leader are listed. It was concluded that an ideal combination for the leader is a mix of two kinds of power – personal and organizational; the most representative features prospective vision and strategic goal setting, creativity and sensitivity to changes.

Key words: tool of leadership, leader, authority, effective management, interdisciplinary phenomenon, power.

І.О. НОВІК, П.Р.ПЕЛЮХНЯ

ЛІДЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

У цій статті розглядаються питання лідерства як важливого інструменту ефективного управління в організації. Лідерство представлено як міждисциплінарне явище, яке вивчається психологією, педагогікою, політологією, філософією, соціологією, менеджментом. Проаналізовані та детально розглянуті різні основні риси лідера як предмету вивчення різних дисциплін. Сучасні тенденції розвитку концепції лідерства, а також важливість цих тенденцій добре обґрунтовано на основі розглянутої літератури. Концепцію лідерства було прийнято розглядати як процес формування людини як центру всіх процесів, що відбуваються в організації, авторитету, що може впливати на ефективність діяльності організації, "фундаментом фірми". Була висвітлена головна проблема неефективного управління - відсутність єдиного визначення лідерства та терміну «керівник організації». Крім того, основні характеристики ефективного лідера, включаючи вибір відповідного типу влади, були розглянуті як основні проблеми ефективного управління. Відображаються як схожість, так і відмінності таких понять як "лідер", "авторитет" та "начальник". Було доведено, що терміни не збігаються за характеристиками та основними рисами, такі як можливості, повноваження, способи впливу, а також навіть набір особистих якостей. Представлено визначення поняття "лідер організації", яке гарантується такими принципами як формальна структура організації, в якій лідер має право на владу і неформальна структура з фактичним визнанням цього права підлеглими. Проаналізовані різні типи влади, серед яких влада методом заохочень, особиста влада людини, законна влада, влада на основі методів примусу та офіційна влада. У цій статті автором наведено основні характеристики та складові поняття ефективний лідер як токового. Зроблено висновок, що для лідера є ідеальним поєднання двох видів влади - особистої та організаційної; найбільш характерні риси лідера -перспективне бачення та розробка стратегічних цілей, креативність та чутливість до змін.

Ключові слова: інструмент лідерства, лідер, авторитет, ефективне управління, міждисциплінарне явище, влада.

И.А. НОВИК, П.Р.ПЕЛЮХНЯ

ЛИДЕРСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

В этой статье рассматриваются вопросы лидерства как важного инструмента эффективного управления в организации. Лидерство представлено как междисциплинарное явление, которое изучается психологией, педагогикой, политологией, философией, социологией, менеджментом. Рассмотрены и детализированы различные основные функции лидера как предмета изучения разных дисциплин. Современные актуальные тенденции развития концепции лидерства, а также ее важность хорошо обоснованы на основе рассмотренной литературы. Было принято решение рассматривать концепцию лидерства как процесс превращения человека в центр всех процессов, происходящих в организации, в авторитета, который может влиять на эффективность деятельности организации, «фундамента фирмы». Изложена основная проблема неэффективного управления - отсутствие единого определения руководства и термина «руководитель организации». Более того, основные характеристики эффективного лидера, включая выбор соответствующего типа власти, были рассмотрены как основные проблемы эффективного управления. Выявлены как сходства, так и различия таких понятий как «лидер», «авторитет», «босс». Было доказано, что термины не совпадают по характеристикам и основным особенностям, такие как возможности, власть, методы влияния и даже набор личных качеств. Представлено определение понятия «лидер организации», которое гарантируется следующими принципами: формальная структура организации, в которой лидер имеет право на власть и неформальная структуру с фактическим признанием этого права подчиненными. Анализируются различные типы власти, среди которых поощряющая власть, личная власть, законная власть, сила принуждения и официальная власть. Перечислены основные характеристики и составляющие понятия эффективный лидер. Был сделан вывод, что для лидера идеальное сочетание представляет собой комбинацию двух видов власти - личной и организационной; наиболее характерные черты предполагаемого лидера - видение и постановки стратегических целей, креативность и чувствительность к изменениям.

Ключевые слова: инструмент лидерства, лидер, авторитет, эффективное управление, междисциплинарное явление, власть.

Introduction. Currently it is clear that no other mechanism can provide better efficiency than effective leadership. Leader are needed to set the goals and objectives of organization, ensure interpersonal contacts, define the optimal solution of the occurring problems etc. Without any doubt, organization with stated leaders can achieve their set goals faster than the firms without the leaders [1]. In modern society traditional management principles lose their efficiency. Sometimes the most valuable workers leave the organization because they do not want somebody to manage them [2]. Along with this they demand some special attitude. In this case some questions appear like: how to manage successfully? How

© I.O.Novik, P.R.Pelyukhnya ,2018

to motivate the team to work efficiently? How to reach the set goals without diving deep into the conflicts?

Actuality. Interest to the problem of leadership in our country is quiet big because the governance of different social structure – from various types of groups to the government – depends on the actions of leaders, managers, bosses and administrators. In this connection the problem of leadership as an effective management tool is becoming more and more actual and valuable every day.

Literature analysis. The founders of the first leadership concepts are L. Bernard, V. Binham, O. Theed, S. Kilbourne, G. Jucle, E. Giselli, R. Stogdill, U. Bennis, K. Levin, M. Woodcock, D. Francis, Z. Freud and others.

Beginning in the 1970s, interest in leadership studies increased even more, as the evidence there appeared the works of D. McGregor, R. Likert, R. Blake and D. Mouton, F. Fiedler, P. Hersey and C. BlancShar, V.Vrum and F. Yetton, T. Mitchell and F. Haus, R. Tannenbaum, W. Schmidt and others.

Problem statement. There are many occurring problems in this field of study, among which is the single definition of the leadership as well as "leader of organization" [3]. This concept is a subject for analysis in different braches as psychology, pedagogy, political science, philosophy, sociology, management, so there is a diversity in meanings and terminology. Moreover, core characteristic of an effective leader, including the chosen type of power, are the main problems of an effective management [4].

Main part. Leadership is inseparable part of the civilized society. In the studies devoted to sociology the main accent is made on the understanding the leadership phenomenon as a status of a particular individual in the social group, class, party of government, because of the efficient results of her/his activity (economic, political, scientific) [5].

In the psychological literature, the vital attention is stressed on the art to influence the other people, motivate them to achieve the necessary goals [6].

It is worth to notice that characteristic of leadership in political science includes two main aspects. Firstly, formal status of the person, connected with authority possession and its subjective activity in the realization of social role. Secondly, the presence of personal qualities and behavior in accordance to the occupied position [7]. Thus, leadership in political science is defined as an influence of one or more parties, occupying positions with authority, on the whole society, group of organization [5].

In the philosophy studies, leadership is viewed as an appearance of "creative instinct" of a person. The representatives of this direction state that moral is an obstacle in the process of aspiration to leadership, and the process of its development depends on great individuals, who seek the power.

The essence of the leadership concept in the studies of management laid in the managerial interaction between a leader and his/her followers, based on the effective combination of different sources of power, which directed on the motivation of people to achieve the set common goals [8].

From now on leadership will be viewed on the basis of generalized opinions on this concept and will be considered as the process of making a person as a center of all the processes, happening in the organization, authority, that can influence on the efficiency of the organization activity, "fugleman of the firm" [9]. Thus, leadership is an ability to make an influence on separate individuals or groups, directing their strengths and efforts to achieve the goals of organization. The characteristics of leadership as a subject of different sciences are presented in the table 1.

Table 1 – Characteristics of leadership in different sciences

Science	Characteristics of leadership
Sociology	Special status, power, professional with efficient results, a sample to follow for the particular social group, class, party of government.
Psychology	Has an art to influence the other people, source of motivation, charismatic, smart and sensitive.
Political science	Powerful, has authority overall society, group of organization, strict, determined, confident and with strong character and personality.
Philosophy	Creative, open-minded, thoughtful.
Management	Interactive, sensitive and open-hearted to his/her followers, combines effectively different sources of power, self-motivated, well-organized.

The concept of leadership is tightly connected with the term of leader of organization. N.A.Petrov formulated this term as an person, which effectively conduct formal and informal management and leadership. In this case, leader of organization is understood as a special type of social leader, for whom the definite social and psychological characters are inherent [10]. Along with this leader of organization fulfills the range of function as goal setting to the other workers and finding the sources for their fulfillment, motivation of the followers to the certain type of behavior, orientation and direction to the common goals, formation of the single reality perception and norms of the organizational culture [11].

We need to stress that the phenomenon of a leader of organization is presented by tree mechanisms: formal structure of organization, in which leadership is viewed as a right on authority defined by the norms, which determines the position of a leader in the strictly outlined scope of activity; informal structure – factual recognition of this right in the business sphere from the sight of subordinated, which is related to the characteristic of the leader, who occupies formal as well as informal position [10].

In some definitions leader is viewed as a member of a group, who has authority or prestige. Authority (from Latin-influence) is an influence of individual on the basis of an occupied position, status etc [12]. The concept of authority in psychology usually coincides with the image of the leader and boss [9]. That is why, the term "leader" and "manager" must be separated in mind.

Manager is an individual, who officially has to manage the team and organize the activity of the firm. Manager has a legal liability on the form functioning and accountability to the head or shareholders [13]. He uses strictly defined opportunities of authorization – motivation and punishment – to influence the productivity of workers [14].

Along with this leader is a person, looking at whom the subordinated are to make more responsible decisions. Leader appears spontaneously in the firm and he is out of the firm establishment [15].

It is not necessary that leader and manager must be combined in one person. Unlike the leader, manager has legally bounded duties and liabilities and he represents his group in any other firms [12]. So the differentiation of the definitions is presented in the Table 2.

Table 2 – Difference between the concepts “leader”, “manager” and “boss”

Leader	Manager	Boss
Innovator	Administrator	Controller
Inspires people	Instructs people	Controls people
Has own goals	Works on good of others	Works on good of himself
Emotional	Uses facts	Rational
Rely on people	Rely on structure	Rely on himself
Trust people	Help people to solute mistakes	Control people
Give an impulse	Support the movement	Direct the flow
Enthusiastic	Well-educated	Professional
Does the right thing	Does the things correctly	Does the business
Everybody adore him	Everybody respect him	Everybody are afraid of him

The main qualities of the leader comes from his soul: ability to dream, creativity, innovation, determination, imagination, tendency to experiment, self-power possession, etc [16].

On the contrast, the main qualities of the manager comes from his mind: perseverance, ability to inspire people, problem solve ability, analytical type of brain, ability to stabilize the situation, official power possession, etc [13].

One of the core difference between leader and manager is the source of authority and power, the extent of worker subordination.

Thus, power is an opportunity to make a certain influence on people, their performance and behavior, even against their resistance [17]. On the one hand, the source of power is position, on the other – personal qualities of the leader [18].

We have to stress that there exist different types of power: legal power (legal official position of the leader), encouraging power (ability to encourage legally – increase wages, promote to the higher position, give more attention, etc.), personal power (subordinates support their leader, because they honor and respect him, adore him and feel his/her care), legitimate power (to change the behavior of subordinates), coercive power (ability to use punishment – criticize the actions of subordinate, demote individual, fire, make a rebuke, etc.).

Ideal combination for the leader is a mix of two kinds of power – personal and organizational, and the most representative features of an effective leader are prospective vision and strategic goal setting, creativity and sensitivity to changes, purposefulness and ability to learn “whole life long”, resoluteness and organizational discernment, initiative and social proactivity, charisma and tendency to cooperate [19].

Thus, leadership of the manager is recognized and considered effective when he had proved his competency and worth to the subordinates, groups and organization as a whole [13].

Conclusion. On the basis of the work done some conclusions can be drawn.

The problem of leadership and leader definition and this concept usage as a tool for effective management is extremely actual today with the development of management. It is studied by many braches but it is vision must be clearly defined by the researchers. It was defined that the best explanation of the term leadership is that it is a managerial interaction between a leader and his/her followers, based on the effective combination of different sources of power, which directed on the motivation of people to achieve the set common goals An overview of the main direction of the leadership concept shows that the research of this sphere is conducted in a full swing. The core reason of the interest in the leadership concept is its ability to improve the activity of the firm as well as efficiency of its workers.

Secondly, leadership is a core characteristic of the professional manager but it does not often mean that every manager is a leader. There is an increasing demand in the manager`s practice as a leader of organization. It is worth to state that the manager in order to remain professional should develop leadership skills, optimize his/her style of behavior, and decide on the style of authority and power he/she wants to use. Various types of power like encouraging power, personal power, legitimate power, coercive power and official power with examples were presented. Moreover, main qualities of the leader were named, like ability to dream, creativity, innovation, determination, imagination, tendency to experiment, self-power possession.

Список літератури

1. Петров Н.А. Основи менеджменту: навч. посібник. М.: Видавництво АСВ, 2000. 146 с.
2. Бурганова Л.А. Теорія управляння: навч. посібник. М.: ІНФРА-М, 2005. 139 с.
3. Гоулман Д. Емоційне лідерство: Мистецтво управління людьми на основі емоційного інтелекту. М.: Альпіна, 2005. 301 с.
4. Дафт Р.Л. Менеджмент. Спб.: Пітер, 2000. 832 с,
5. Семенов А.К., Набоков В.І. Основи менеджменту: підручник. 3-те видавництво. М.: Вид.-торг. Корпорація «Дашков та К», 2006. 556 с.
6. Алыфанов, С. А. Основные направления анализа лидерства //Вопросы психологии. № 3, 1991. С. 90–96.
7. Беляева, А. А. Теории лидерства на современном этапе // Вестник КАСУ. №4., 2008. С. 12–23.
8. Беляцкий, Н. П. Менеджмент. Основы лидерства. Минск : Новое знание., 2002. 235 с,
9. Бендас, Т. В. Психология лидерства. Учебное пособие. СПб. :Питер, 2009, 516 с,
10. Вачков, И. В. Основы технологии группового тренинга. М. : Изд-во «Ось-89», 1999, 351 с.
11. Гусарева, Н. Б. Сборник тренингов, деловых игр и диагностических материалов по управлению персоналом : учебное пособие. М. : Издательство МосГУ, 2006. 156 с.
12. Друкер, П. Менеджмент. Вызовы XXI века. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012. 156 с.
13. Друкер, П. О профессии менеджера. М. : Вильямс, 2008, 250 с.
14. Друкер, П. Практика менеджмента. М. : Вильямс, 2003. 259 с.
15. Смит Ф. Психотерапия и лидерство. СПб. : Речь, 1999. 256 с.

16. Колношенко, В. И., Колношенко, О. В. Лидерство : учебное пособие / отв. ред. Ю. Н. Царегородцев. М. : МосГУ, 2014. 446 с.
17. Кристофер, Э., Смит, Л. Тренинг лидерства. СПб. : Питер, - 2002. 346 с.
18. Кричевский, Р. Л. Если вы — руководитель. Элементы психологии менеджмента в повседневной работе. М. : Дело, 2003. 289с.
19. Максвелл, Д. 21 неопровержимый закон лидерства. Минск :Попурри, 2001. 246 с.

References

1. Petrov N.A. Osnovy menedzmenta: ucheb. posobie [Fundamentals of Management]. Moscow, 2015. 146 p.
2. Burganova L.A. Teoriya upravleniya: ucheb. posobie [Theory of control:tutorial]. Moscow, 2005. 139 p.
3. Goulman D. Emotsional`noe liderstvo: Iskusstvo upravleniya lyud`mi na osnove emotsional`nogo intellekta [Emotional Leadership: The art of managing people based on emotional intelligence]. Moscow, 2005. 301 p.
4. Daft R.L. Menedzhment [Management]. Saint Petersburg, 2000. 832 p.
5. Semenov A.K., Nabokov V.I. Osnovy menedzhmenta: Uchebnik [Fundamentals of Management]. 3-e izd. Moscow, 2006. 556 p.
6. Alyfanov, S. A. Osnovni napryamky analizu lyderstva [The main directions of the analysis of leadership]. Questions of psychology. Number 3, 1991. pp. 90–96.
7. Belyaeva, A. A. Teoryy lyderstva na suchasnomu etapi [Theories of leadership at the present stage]. KASU Bulletin. №4., 2008. P. 12–23.
8. Byalyatsky, N. P. Menedzhment. Osnovy lyderstva. [Management. Leadership basics]. Minsk: New knowledge., 2002. 235,
9. Bendas, T. Psykholohiya lyderstva. [Psychology of leadership]. SPb. : Peter, 2009, 516,
10. Vachkov, I.V. Osnovy tekhnolohyy hruppovoho treninhu. [Basics of group training technology]. Moscow: Publishing house "Axis-89", 1999, 351 p.
11. Gusareva, N. B. Sbornyk treninhiv, dilovykh ihor ta diahnostychnykh materialiv po upravlinnyu personalom [A collection of trainings, business games and diagnostic materials on personnel management]. M .: Publishing house MosGU, 2006. 156 p.
12. Drucker, P. Menedzhment. Vyzovy XXI stolittya. [Management. Challenges of the XXI century]. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber, 2012. 156 p.
13. Drucker, P. O professyy menedzhera [On the profession of a manager]. Moscow: Williams, 2008, 250 p.
14. Drucker, P. Praktyka menedzhmentu [The practice of management]. M.: Williams, 2003. 259 p.
15. Smith F. Psykhoterapiya ta lyderstvo. [Psychotherapy and leadership]. SPb. : Speech, 1999. 256 p.
16. Kolnoshenko, V.I., Kolnoshenko, O.V. Lyderstvo: uchebnoe posobye [Leadership: study guide] / resp. ed. Yu. N. Tsaregorodtsev. Moscow: MosSU, 2014. 446 p.
17. Christopher, E., Smith, L. Trenynh lyderstva [Leadership Training]. SPb. Peter, 2002. 346 p.
18. Krichevsky, R. L. Esly vy - kerivnyk. Elementy psykholohiyi menedzhmentu v povsyadenniy roboti. [If you are a leader. Elements of management psychology in daily work]. M.: Business, 2003. 289c.
19. Maxwell, D. 21 neoproverzhymyy zakon lyderstva. [21 irrefutable law of leadership]. Minsk: Potpourri, 2001. 246 p.

Received 20.11.2018

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Новік Ірина Олексіївна (Новик Ирина Алексеевна, Novil Irina Alekseevna) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м.Харків, Україна; e-mail: gerashenko1977@gmail.com

Пелюхня Поліна Русланівна (Пелюхня Полина Руслановна, Pelyukhnya Polina Ruslanovna) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студент; м. Харків, Україна; e-mail: linapelyukhnya@gmail.com

УДК 332.135

К. Д. ТЕСЛЕНКО

УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДХОДУ

У статті розглянуто необхідність формування стратегії збуту інноваційної продукції, наведені особливості збутової діяльності на ринку інновацій, розглянуто основні фактори та характер їхнього впливу на збут нової продукції, а також досліджено систему формування та вибору стратегії збутової діяльності інноваційної продукції. Досліджено і проаналізовано сучасні проблеми впровадження результатів інноваційної діяльності. Визначено найважливіші бар'єри і принципи інновацій, які стримують вихід інноваційного продукту на український ринок. Проведено дослідження не вичерпує повною мірою питання ефективного впровадження інновацій на підприємствах. Подальший науковий пошук може бути пов'язаний із розробленням нових способів подолання бар'єрів, що виникають на шляху виходу інноваційного продукту на ринок, ефективних управлінських рішень, необхідних для реалізації інноваційних проектів.Обґрунтовано сутності збутової політики підприємств, як комплексу заходів, спрямованих на підвищення ефективності продажу продукції. Розглянуто основні збутові маркетингові системи та сформовано основні принципи збутової політики підприємства. початок процесу формування конкурентного успіху підприємства при його орієнтації на інноваційний шлях розвитку лежить на перетині множини маркетингових, науково-технічних, виробничих рішень.

Тільки наявність споживацьких запитів конкретних ринкових сегментів чи ніш, інтелектуальних і технологічних можливостей використати досягнення науки і техніки для задоволення цих запитів, шляхом пропозиції нових товарів (виробів чи послуг), технічних і економічних можливостей організувати виробництво і збут з витратами, що дозволяють використовувати ціни, сумісні з купівельною спроможністю споживачів, можливості просувати на ринку і доводити до споживачів нову продукцію більш ефективним чим конкуренти способом, створює фундамент технологічно й економічно обґрунтованої маркетингової стратегії інноваційного розвитку.

Ключові слова: збут, інновації, зовнішній ринок, управління, інноваційна діяльність, управління підприємством, зовнішньоекономічна діяльність

К. Д. ТЕСЛЕНКО

УПРАВЛЕНИЕ СБЫТА ПРОДУКЦИИ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ С ПРИМЕНЕНИЕМ ИННОВАЦИОННЫХ ПОДХОДА

В статье рассмотрена необходимость формирования стратегии сбыта инновационной продукции, приведены особенности сбытовой деятельности на рынке инноваций, рассмотрены основные факторы и характер их влияния на сбыт новой продукции, а также исследована система формирования и выбора стратегии сбытовой деятельности инновационной продукции. Исследовано и проанализировано современные проблемы внедрения результатов инновационной деятельности. Определены важнейшие барьеры и принципы инноваций, которые сдерживают выход инновационного продукта на украинский рынок. Проведено исследование не исчерпывает в полной мере вопросы эффективного внедрения инноваций на предприятиях. Дальнейшее научный поиск может быть связан с разработкой новых способов преодоления барьеров, возникающих на пути выхода инновационного продукта на рынок, эффективных управленческих решений, необходимых для реализации инновационных проектив.Обґрунтовано сущности сбытовой политики предприятий, как комплекса мероприятий, направленных на повышение эффективности реализации продукции. Рассмотрены основные сбытовые маркетинговые системы и сформированы основные принципы сбытовой политики предприятия. начало процесса формирования конкурентного успеха предприятия при его ориентации на инновационный путь развития лежит на пересечении множества маркетинговых, научно-технических, производственных решений.

Только наличие потребительских запросов конкретных рыночных сегментов или ниш, интеллектуальных и технологических возможностей использовать достижения науки и техники для удовлетворения этих запросов, путем предложения новых товаров (товаров и услуг), технических и экономических возможностей организовать производство и сбыт с расходами, позволяющие использовать цены, совместимые с покупательной способностью потребителей, возможности продвигать на рынке и доводить до потребителей новой продукции более эффективным чем конкуренты способом, создает фундамент то хнологично и экономически обоснованной маркетинговой стратегии инновационного развития.

Ключевые слова*:* сбыт, инновации, внешний рынок, управление, инновационная деятельность, управление предприятием, внешнеэкономическая деятельность

K.D. TESLENKO

MANAGEMENT OF PRODUCT SALES ON EXTERNAL MARKETS WITH THE USE OF INNOVATIVE APPROACH

The article considers the necessity of formation of the strategy of sales of innovative products, the features of marketing activities in the innovation market are presented, the main factors and the nature of their influence on the sales of new products are considered, as well as the system of formation and selection of marketing strategy of innovative products is explored. The modern problems of implementation of the results of innovation activity are investigated and analyzed. The most important barriers and principles of innovation, which restrain the output of the innovative product on the Ukrainian market, are determined. The conducted research does not completely exhaust the issue of effective implementation of innovations at enterprises. Further scientific research may be related to the development of new ways to overcome the barriers arising from the way of the launch of an innovative product to the market, effective management decisions necessary for the implementation of innovative projects. The essence of the marketing policy of enterprises as a set of measures aimed at increasing sales efficiency. The main marketing marketing systems are considered and the basic principles of marketing policy of the enterprise are formed. the beginning of the process of forming the competitive success of an enterprise in its orientation to the innovative way of development lies at the intersection of a plurality of marketing, scientific and technical, production decisions.

Only the availability of consumer inquiries of specific market segments or niches, intellectual and technological capabilities to use the achievements of science and technology to meet these inquiries, by proposing new products (products or services), technical and economic opportunities to organize production and sales with costs that allow the use of prices, compatible with the purchasing power of consumers, the ability to promote the market and bring consumers new products more efficient than competitors in a way, creates a foundation that chologically and economically justified marketing strategy of innovation development.

Keywords: sales, innovations, external market, management, innovation activity, enterprise management, foreign economic activity

© К.Д. Тесленко, 2018

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сучасний економічний простір характеризується динамічністю і нестабільністю ринків, різким загостренням конкуренції, що викликано розгортанням глобалізаційних процесів, свободою переливу капіталів і міграції трудових ресурсів, розширенням диверсифікації запитів споживачів, скороченням життєвого циклу товарів, стрімким посиленням ролі інновацій щодо підтримки економічного зростання, оскільки, як переконує світовий досдід, саме вони є природним потужним засобом адаптації до деформацій середовища, забезпечення умов стабільного функціонування і розвитку. Водночас, слід зауважити, що ринкова орієнтація відсутня у більшості інноваційних розробок, які були використані підприємствами у збуті, і саме це вважається головною причиною проблем їх інноваційного розвитку. Інновації збуту мають ґрунтуватися на врахуванні комплексної стратегічної інформації про споживачів, їх запити, ринки, асортимент товару, ціноутворення, комунікації, канали збуту та ланцюги поставок, що дозволить підприємству генерувати нові цінності та сформувати стратегічний набір інноваційного розвитку підприємства. Ринкова трансформація економіки України зумовила зміни в системі управління підприємствами різних галузей. Ці зміни передусім торкнулися системи постачання сировини й матеріалів, а також збуту продукції. За цих умов закономірним є пошук інноваційних методів управління збутовою діяльністю, які допомагали б підприємствам враховувати потреби ринку і вести конкурентну боротьбу на світовому ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед вітчизняних та зарубіжних науковців, які досліджували окремі аспекти розвитку й застосовування на практиці методи та інструменти, які впливають на збутову діяльність, серед них можна визначити роботи, а саме: Балабанова Л. В., Балабаниць А. В. [1], Белінський П.І .[2], Блауг. М.[3], Борисов Е. Ф.[4], Брєвнов О.О. [5], Ватаманюк З. [6], Геєць В. М. [7], Гриценко А. А. [8], Ланкастер Д. [9], Ліманський А. [10],. Мороз Л. А. [11], Нестеренко А. Н. [12], Ходжсон Дж [13] Шерер Ф., Росс Д. [14] та інші.

Мета роботи. Метою статті є розкриття ролі збутової діяльності у контексті управління інноваційним розвитком підприємства, зокрема дослідження завдань та заходів теоретичного й практичного характеру, опрацювання методологічного підходу до формування стратегічного управління інноваційним розвитком, який базується на врахуванні системної стратегічної інформації про споживачів, ринки, асортимент товару, ціноутворення, комунікації, канали збуту та ланцюги поставок, що дозволить підприємству генерувати нові цінності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розглянемо різні твердження вчених-науковців стосовно категорії «збут». З одного боку, вищеозначене поняття виступає як одна із функцій маркетингу. Збут дуже часто називають “кровоносною системою” підприємства, оскільки це єдиний спосіб повернути на розробку чи придбання продукції витрачені кошти із певним прибутком до її продажу покупцеві. Проаналізувавши праці вищеозначених вчених-економістів можемо сказати, що в науковій літературі існують різні погляди на поняття «збутова діяльність» і «збут». Одні автори вживають ці поняття синонімами, інші відмінними категоріями. Такої ж позиції дотримується Л. В. Балабанова, яка вважає, що збут –це діяльність щодо планування, втілення в життя і контролю за фізичним переміщенням матеріалів і готових виробів від виробників до споживачів з метою задоволення запитів споживачів і отримання прибутку [1, с. 384].

Основними недоліками такого підходу вважаємо не тільки поєднання різних понять, але й виділення однакової сукупності дій як для підприємства-виробника, що реалізує свою продукцію, так і для підприємства, що займається збутом придбаної продукції. Іншої точки зору дотримуються такі науковці як Д. Ланкастер і Д.Джоббер, які вважають, що збутова діяльність в умовах ринкової орієнтації є однією з функцій маркетингу [9, с. 22]. Зміст збутової діяльності підприємства визначається його концептуальною орієнтацією. Продаж –це лише частина всієї ринкової програми фірми, а вся робота загалом повинна координуватися ідеєю маркетингу. Продаж продукції та управління збутом тісно пов’язані з аналізом потреб і запитів потенційних покупців. Таким чином, збут товарів вважається ширшим поняттям аніж продаж останніх, оскільки продаж є одним із його елементів та результатом збуту. Отже, приходимо до висновку, що усі вищезазначені автори єдині в тому, що називають збут важливою складовою процесу розширеного відтворення, і, що без налагодження ефективно функціонуючої системи збуту товарів не можуть успішно розвиватись сфера виробництва й економіка в цілому.

Сучасні автори визначають поняття "збут" по-різному. Вчені розглядають, збут як процес фізичного переміщення товару й ототожнюють його з поняттями "розподіл" і "товарорух". Інші автори розглядають збут як процес взаємодії з покупцем. Деякі автори ототожнюють поняття "збут" і "збутова діяльність". Так, П.І. Бєлінський зазначає, що "суть збутової діяльності в узагальненому розумінні полягає в тому, що це є процес просування готової продукції на ринок та організації товарного обміну з метою отримання підприємницького прибутку" [2, с. 429].

Для розкриття сутності збутової діяльності розглянемо більш детально, що собою являють збут, збутова політика та збутова діяльність як економічні категорії (табл. 1.).

Таблиця 1 - Основні визначення понять "збут" і "збутова діяльність"

Визначення	Автор	Джерела
Збут як процес фізичного переміщення товару		
Збут у широкому розумінні - процес організації транспортування, складування, підтримки запасів, доробки, просування до оптових і роздрібних торговельних ланок, передпродажної підготовки, упакування і реалізації товарів з метою задоволення потреб покупців і отримання на цій основі прибутку	Л.В. Балабанова, А.В. Балабаниць	Маркетинговий аудит системи збуту [1, с. 13]
Збут покликаний сприяти перетворенню виробленої продукції через обмін у гроші	О.О. Брєвнов	Маркетинг малого підприємства [3, с. 165]
Розподіл чи збут, або, як часто називають цей процес, товарорух від виробника до споживача покликаний сприяти перетворенню виробленої продукції на гроші шляхом обміну. Розподіл є системою різнорідних взаємозалежних елементів, що забезпечують просторове переміщення готової продукції від виробника до споживача.	О.О. Шубіна	Промисловий маркетинг [16, с. 110]
Збут як процес взаємодії з покупцем		
Збут у вузькому розумінні (продаж, реалізація) - процес безпосереднього спілкування продавця і покупця, спрямований на отримання прибутку.	Л.В.Балабанова, А.В. Балабаниць	Маркетинговий аудит системи збуту [1, с. 14]
Збутова діяльність		
Збутова діяльність - це все те, що забезпечує максимальну вигідність торговельної угоди для кожного з партнерів при першочерговому врахуванні інтересів і вимог проміжного або кінцевого споживача	Л.В. Балабанова, А.В. Балабаниць	Маркетинговий аудит системи збуту [1, с.15]
Суть збутової діяльності в узагальненому розумінні полягає в тому, що це є процес просування готової продукції на ринок та організації товарного обміну з метою отримання підприємницького прибутку	П.І. Бєлінський	Менеджмент виробництва та операцій [2, с.429]

Роль збуту в діяльності підприємства полягає в наступному:

1. збут є продовженням виробничої діяльності, не просто зберігає створену, а й створює додаткову споживчу вартість і вартість товару, тим самим збільшує його загальну вартість;
2. збут направлений на комерційне завершення маркетингової та речове завершення виробничої діяльності підприємства; одночасно виявляє, формує та реалізує не тільки конкретні економічні підсумки його діяльності, а й конкретні потреби конкретних споживачів. Будучи однією з найважливіших підприємницьких функцій виробничого підприємства, він не тільки втілює його корпоративну місію, а й в означеній мірі визначає її;
3. збутова діяльність є одним із джерел конкурентної переваги як товару, так і підприємства в цілому.

Метою збутової діяльності є реалізація довгострокових рішень щодо забезпечення потрібного обсягу продажу продукції підприємства з визначеною прибутковістю за рахунок задоволення потреб споживачів.

Відповідно до мети збуту основним його завданням є доведення до конкретних споживачів певного товару з потрібними споживчими якостями, в необхідній кількості (обсязі), у визначений час (термін), у визначеному місці, з допустимими (мінімальними) витратами.

Досягнення цілей збуту та реалізація його задач здійснюються за допомогою функцій збуту, які виконують канали збуту. Ефективність збутової політики багато в чому залежить від вибору ефективного каналу розподілу і інновацій, які застосовуються при виході на зовнішній ринок.

В економічній сфері і безпосередньо в збуті роль інновації в тому, що зміни повинні збільшити споживчу цінність. Мета нововведення - позитивні зміни. Головним завданням інновацій в цій сфері є посилення конкурентоспроможності, позитивні зміни в виробничо торговому процесі, вдосконалення технологій різних операцій, розширення ринку.

послуги або про саме підприємство, принципово нові для країни, галузі або компанії.

Інноваційні збуту продукції - це успішне впровадження нових способів і методів, призначених для отримання кращого результату і більшої ефективності. Інноваційний маркетинг, як правило, передбачає навіть якийсь творчий підхід, творчі ідеї, щоб зробити деякі конкретні і відчутні відмінності в області просування. Всі інновації починаються з творчої ідеї, творчість окремих осіб і груп є відправною точкою для інновацій.

Інноваційний збут продуктів - це нові або сучасні методи залучення клієнтів за допомогою будь-яких форм повідомлень, які використовуються підприємством або менеджером для інформації, переконання або нагадування про свої товари, послуги або про саме підприємство, принципово нові для країни, галузі або компанії.

Це успішне впровадження нових способів і методів, призначених для отримання кращого результату і більшої ефективності, вдосконалення методів маркетингу. Інноваційна політика маркетингу збуту спрямована, перш за все, на інформування і залучення нових клієнтів та утримання старих, а також підвищення конкурентоспроможності продукції, що випускається і захоплення нових ринків збуту.

Дійсно, обравши інноваційний шлях розвитку, підприємство змушене удосконалювати

свою виробничу базу, систему матеріально-технічного забезпечення, оптимізувати структуру збутової мережі й систему руху товарів, адаптуючи їх до змін ситуації на ринку. Одночасно з цим відбувається перебудова організаційних структур управління, здобувають досвід його робітники, фахівці й керівники, налагоджується система зв'язків з економічними контрагентами, створюється й зміцнюється імідж і т.п., тобто зростає його інноваційний потенціал. Тим самим зростають адаптаційні можливості підприємства до змін ринкового середовища, тобто підприємство зможе реалізувати нові ринкові можливості, проникнути в нові сфери діяльності, які раніше для нього були недоступними. Кожна наступна успішно реалізована інновація розширює його можливості. Природно, завжди є певна межа розвитку, принаймні, за масштабами діяльності. Класичні підходи інноваційного менеджменту визначають першим етапом функціональної послідовності інноваційного процесу фундаментальні дослідження, що генерують нові наукові знання. Погоджуючись з цим твердженням, слід зазначити, що з погляду конкретного підприємства-інноватора, яке функціонує в ринкових умовах, воно є досить абстрактним. Ринок диктує свої правила, і інновації можуть з'явитися лише там і тоді, де для цього є об'єктивні умови.

Першою з таких умов є наявність підкріпленого купівельною спроможністю попиту, фактичного чи потенційного, або можливості формування попиту (для принципово нових товарів – виробів чи послуг), тобто наявність ринкового потенціалу, який визначає можливості ринку щодо сприйняття інновації певного типу й спрямованості, які може розробити й запропонувати на ринку конкретне підприємство.

Другою умовою є можливість втілення досягнень науки і техніки в конкретні товари, що здатні задовольнити запити споживачів – інноваційний потенціал розробника інновацій.

Третьою є економічна можливість і доцільність для підприємства-інноватора розробки (хоча це й необов'язково, оскільки нові ідеї, технології і т.ін. можна придбати), виготовлення й просування інновації на ринку – виробничо-збутовий потенціал. Тут мова йде не просто про виробництво й збут (який є однією з функцій маркетингу), а розглядається виробництво плюс маркетинг, тобто орієнтовані на запити споживачів виробництво і збут (у тому числі створення й стимулювання попиту).

Інноваційні методи збуту продукції це не тільки щось нове, але і креативний підхід маркетологів до вже існуючих методів збуту продукції, тобто можливу зміну, як існуючих методів, так і впровадження нових в зв'язку з безперервним розвитком маркетингових комунікацій. Умови в динамічній ринковому середовищі постійно змінюються і для того, щоб постійно залучати клієнтів і збувати свою продукцію, так як важливо відповідати сучасним ринковим вимогам.

Основним джерелом фінансування інноваційного розвитку були власні кошти підприємств , питома вага яких у 2017 р . складала

70,3% у загальному обсязі фінансування технологічних інновацій . За рахунок коштів державних та місцевих бюджетів На нашу думку необхідно збільшити витрати на технологічні нововведення на деревообробних підприємствах, що сприятиме вдосконаленню технологічного процесу, економії ресурсів, відповідності екологічним вимогам , а значить конкурентоспроможності за рахунок поліпшення якості продукції , зниження її собівартості, розширення номенклатури та асортименту продукції , що випускається.

Збільшилась частка фінансування інноваційних робіт , що виконувалися за рахунок коштів вітчизняних та іноземних інвесторів – 10,7 %. На жаль, українська інноваційна сфера залишається не досить привабливою як для вітчизняних, так і для іноземних інвесторів. Це пов’язано з недосконалістю нормативно-правової бази та часової тривалості окупності інвестицій.

Основною проблемою деревообробної галузі є висока конкуренція іноземних виробників, відсутність високотехнологічного обладнання та випуск продукції низької якості порівняно з імпортними товарами. Основним завданням при проведені дослідження є розробка шляхів підвищення конкурентоспроможності деревообробної галузі, а також зміцнення авторитету виробника й якості його продукції, яка б відповідала рівню кращих європейських зразків відповідно до вимог сучасного ринку, з тим, щоб скласти достойну конкуренцію імпорту на вітчизняному ринку та значно розширити ринки збуту закордоном.

Світова економічна криза не оминула українського ринку, вплинула на й на деревообробну та меблеву галузі, проте наслідки її не є настільки руйнівними, як в інших галузях промисловості. Якщо проаналізувати дані за вісім, то у деревообробній, меблевій та целюлозно-паперовій галузях у серпні спостерігалися позитивні темпи зростання обсягів виробництва продукції, зокрема у деревообробній промисловості – 106,7%, порівняно з попереднім місяцем, у меблевій – 102,9%, у целюлозно-паперовій – 101,6%. Якщо порівнювати обсяги виробництва продукції вказаних галузей з початку року, то у деревообробній промисловості обсяги виробництва зменшились на 34%, порівняно з відповідним періодом минулого року; у меблевій – на 45% та целюлозно-паперовій – на 14,4%. Протягом п’яти років, а саме з 2014 по 2017 роки, продовжувалась позитивна тенденція збільшення попиту на вітчизняну продукцію деревообробної та меблевої промисловості на внутрішньому ринку, проте відбулось і стрімке зростання споживання імпортованої продукції, що пов’язано з високою якістю продукції порівняно з українськими товарами мита збільшенням рівня платоспроможності населення.

Проте в 2017 р. в зв’язку з фінансовою кризою попит на продукцію знизився, обсяги

реалізації виробів з деревини становили 5209,6 млн. грн., меблів – 870,7 млн. грн., що на 11 % менше ніж в 2016 р. Для того, щоб оцінити стан та перспективи виробництва меблів у нашій державі, проаналізувавши статистичні дані у розрізі світової економіки. Лідером у світовому виробництві меблів є США, які щорічно виготовляють меблів на суму 45,4 млрд. євро, що становить 20,5% від загальносвітового випуску меблевої продукції.

Лідерами європейського меблевого виробництва є Італія (20,4 млрд. євро, або 9,2% від загальносвітового випуску) та Німеччина (20,1 млрд. євро, або 9,1%). Четверту і п'яту сходинки посідають Китай (19,4 млрд. євро) та Японія (16,2 млрд. євро). Чільні місця у другій п'ятірці рейтингу посідають європейські країни: Великобританія (11,7 млрд. євро), Франція (9,1 млрд. євро), Іспанія (8,6 млрд. євро), Польща (4,5 млрд. євро). Показники експорту та імпорту доповнюють загальну картину, що характеризує світове виробництво меблів**.**

Лідерами експорту меблів є Китай, Італія, Німеччина, Польща, а найбільшими імпортерами меблевої продукції є Німеччина, Великобританія, Франція, Японія. Дуже цікавою характеристикою виробництва меблів є питомий показник виробництва меблевої продукції із розрахунку на одну особу. В Україні виробництво меблів із розрахунку на особу становить близько 7 євро, в Італії 356 євро. Деревообробна продукція імпортується з 61 країни світу.

Тому введення інновацій до деревообробної галузі, особливо у збуті, є дуже актуальним на сьогоднішній день для всіх підприємств України.

Основні завдання маркетингу- формування взаємовідносин зі споживачами, і як наслідок, зростання лояльності до товарів і послуг компанії.

Маркетинг передбачає вирішення таких практичних питань:

- розробку асортименту продукції або послуг задовольняють попит цільової аудиторії;
- вибір оптимальних функціональних параметрів цієї продукції і послуг;
- розробку брендів або коштів ідентифікації продукції, послуг або компанії;
- розробку оптимальних форм просування продукту споживачам;
- визначення ефективних засобів інформування споживачів про продукцію та її якостей;
- підвищення попиту.

Вибудовується лінійна залежність, що впливає на вироблення стратегії розвитку підприємства через формування конкурентних переваг на основі використання інновацій (рис. 1).

Отже, інноваційний розвиток забезпечує формування та внутрішніх, і зовнішніх переваг промислового підприємства. Управління інноваційним розвитком підприємства необхідно здійснювати в рамках стратегічного розвитку, практичні результати даного процесу передбачають не просте планування і здійснення інновацій, а й забезпечення їх розробки і реалізації відповідно до заданих цільових параметрів при оптимальних витратах для отримання максимальних результатів інноваційної діяльності в строго встановлені терміни.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, початок процесу формування конкурентного успіху підприємства при його орієнтації на інноваційний шлях розвитку лежить на перетині множини маркетингових, науково-технічних, виробничих рішень.

Тільки наявність споживацьких запитів конкретних ринкових сегментів чи ніш, інтелектуальних і технологічних можливостей використати досягнення науки і техніки для задоволення цих запитів, шляхом пропозиції нових товарів (виробів чи послуг), технічних і економічних можливостей організувати виробництво і збут з витратами, що дозволяють використовувати ціни, сумісні з купівельною спроможністю споживачів, можливості просувати на ринку і доводити до споживачів нову продукцію більш ефективним чим конкуренти способом, створює фундамент технологічно й економічно обґрунтованої маркетингової стратегії інноваційного розвитку.

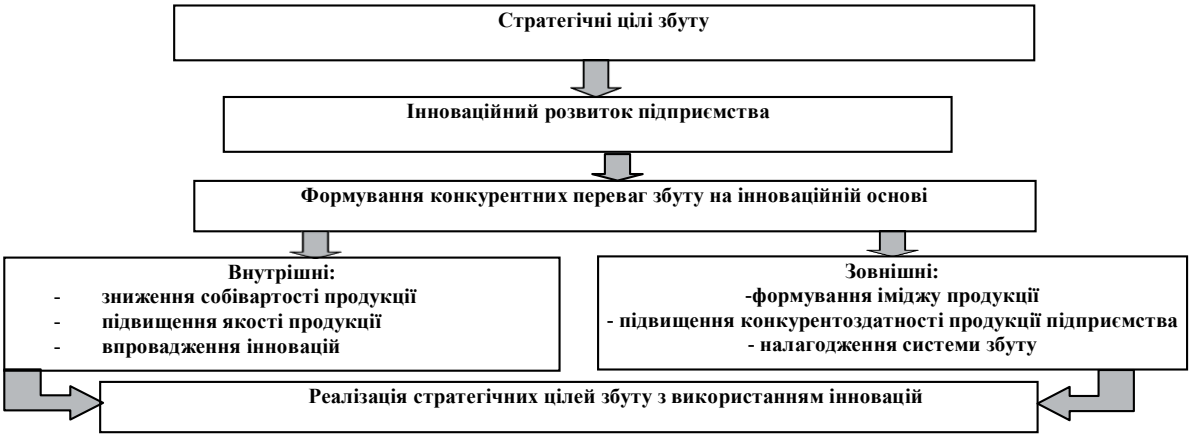


Рис. 1. Вплив інноваційного розвитку підприємства на формування конкурентних переваг

Список літератури

1. Балабанова Л. В., Балабаниць А. В. Маркетинговий аудит системи збуту : навч. посіб. / Л. В. Балабанова, А. В. Балабаниць. – К. : ВД «Професіонал», 2004. – 224 с.
2. Белінський П.І. Менеджмент виробництва та операцій / П.І. Белінський. – К: Центр навчальної літератури, 2005. –624с.
3. Блауг М. Економічна теорія в ретроспективі / М. Блауг. – К. : Вид–во Соломії Павличко "Основи", 2001. – 670 с.
4. Брєвнов О.О. Маркетинг малого підприємства: [Практичний посібник] / - К.: ВІРА-Р, 1998. - 383 с.
5. Борисов Е. Ф. Экономическая теория: учеб. пособие / Е. Ф. Борисов. – М. : Юрайт, 2006. – 384 с.
6. Ватаманюк З. Економічна теорія: макро– та мікроекономіка / З. Ватаманюк, С. Панчишин. – К. : Альтернативи, 2005. – 606 с.
7. Геєць В. М. Трансформація моделі економіки України (ідеологія, протиріччя, перспективи) / В. М. Геєць. – К. : Логос, 1999. – 500 с.
8. Гриценко А. А. Развитие форм обмена, стоимости и денег / А. А. Гриценко. – К. : Основа, 2005. – 192 с.
9. Ланкастер Дж., З. Джоббер Д., Продаж та управління продажами. - М.: Юніті-Дана, 2002.
10. Ліманський А. Міжнародні орієнтації підприємств на сучасному ринку – маркетинговий аспект / А. Ліманський, І. Драбік // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 10. – С. 27–31.
11. Мороз Л. А. Маркетинг: навч. посіб. / Л. А. Мороз, Н. І. Чухрай. – Львів : Державний університет «Львівська політехніка», 1999. – 244 с.
12. Нестеренко А. Н. Экономика и институциональная теория / А. Н. Нестеренко. – М. : Эдиториал УРСС, 2002. – 415 с.
13. Ходжсон Дж. Экономическая теория и институты / Дж. Ходжсон. – М. : Дело, 2003. – 346 с.
14. Шерер Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков / Ф. Шерер, Д. Росс. – М. : ИНФРА–М, 1997. – 698 с.
15. Шпикуляк О. Г. Економічні інституції та інститути у розвитку теорії ринку / О. Г. Шпикуляк // Економіка АПК. – 2010. – № 1. – С. 159–165.
16. Шубина. О.О Промышленный маркетинг пособие /. ОО. Шубин. ОМ. Азарян. БЗ. Воробьев -. М.. НМЦВО Украина, 2002 - 432 с

References (transliterated)

1. Balabanova L. V., Balabanyts′ A. V. Marketynhovyy audyt systemy zbutu : navch. posib. / L. V. Balabanova, A. V. Balabanyts′. – K. : VD «Profesional», 2004. – 224 s.
2. Belins′kyy P.I. Menedzhment vyrobnytstva ta operatsiy / P.I. Belins′kyy. – K: Tsentr navchal′noyi literatury, 2005. –624s.
3. Blauh M. Ekonomichna teoriya v retrospektyvi / M. Blauh. – K. : Vyd–vo Solomiyi Pavlychko "Osnovy", 2001. – 670 s.
4. Bryevnov O.O. Marketynh maloho pidpryyemstva: [Praktychnyy posibnyk] / - K.: VIRA-R, 1998. - 383 s.
5. . Borysov E. F. Ékonomycheskaya teoryya: ucheb. posobye / E. F. Borysov. – M. : Yurayt, 2006. – 384 s.
6. Vatamanyuk Z. Ekonomichna teoriya: makro– ta mikroekonomika / Z. Vatamanyuk, S. Panchyshyn. – K. : Al′ternatyvy, 2005. – 606 s.
7. Heyets′ V. M. Transformatsiya modeli ekonomiky Ukrayiny (ideolohiya, protyrichchya, perspektyvy) / V. M. Heyets′. – K. : Lohos, 1999. – 500 s.
8. Hrytsenko A. A. Razvytye form obmena, stoymosty y deneh / A. A. Hrytsenko. – K. : Osnova, 2005. – 192 s.
9. Lankaster Dzh., 3. Dzhobber D., Prodazh ta upravlinnya prodazhamy. - M.: Yuniti-Dana, 2002.
10. Limans′kyy A. Mizhnarodni oriyentatsiyi pidpryyemstv na suchasnomu rynku – marketynhovyy aspekt / A. Limans′kyy, I. Drabik // Investytsiyi: praktyka ta dosvid. – 2009. – № 10. – S. 27–31.
11. Moroz L. A. Marketynh: navch. posib. / L. A. Moroz, N. I. Chukhray. – L′viv : Derzhavnyy universytet «L′vivs′ka politekhnika», 1999. – 244 s.
12. Nesterenko A. N. Ékonomyka y ynstytutsyonal′naya teoryya / A. N. Nesterenko. – M. : Édytoryal URSS, 2002. – 415 s.
13. Khodzhson Dzh. Ékonomycheskaya teoryya y ynstytuty / Dzh. Khodzhson. – M. : Delo, 2003. – 346 s.
14. Sherer F., Ross D. Struktura otraslevykh rynkov / F. Sherer, D. Ross. – M. : YNFRA–M, 1997. – 698 s.
15. Shpykulyak O. H. Ekonomichni instytutsiyi ta instytuty u rozvytku teoriyi rynku / O. H. Shpykulyak // Ekonomika APK. – 2010. – № 1. – S. 159–165.
16. Shubyna. O.O Promyshlennyy marketynh posobye /. OO. Shubyn. OM. Azaryan. BZ. Vorob′ev -. M.. NMTSVO Ukrayna, 2002 - 432 s

Надійшла(received) 18.11.2018

Відомості про автора Сведения об авторе/ About the author

***Тесленко Кирило Дмитрович* (*Тесленко Кирилл Дмитриевич, Teslenko Kyrylo*) –** магістр кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та фінансів Національного технічного університету «Харківського політехнічного інституту» Контактна інформація: (096)574-80-08, teslenko.kyrylo@gmail.com

УДК 336.226.22

Т.С. ШОВКОПЛЯС

ДЕРЖАВНИЙ ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛЬ ЗА СПЛАТОЮ ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК, ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО ЙОГО АДМІНІСТРУВАННЯ

У системі державного фінансового контролю за сплатою податку на прибуток підприємств в Україні наявні численні проблеми, які знижують його фіскальну ефективність, і тому вимагають інституційного, організаційного та методологічного удосконалення. Економічні реалії, статистика та різні оцінки експертів свідчать про тіньову діяльність в усіх складниках економічних процесів України. Несплата податків стала настільки звичним та поширеним явищем, що податок на прибуток підприємств мінімізують не тільки окремі підприємства, а й деякі галузі народного господарства та фінансово-промислові групи. В умовах розгортання кризових тенденцій, на фоні високих соціальних зобов'язань держави, загострилася проблема формування дохідної частини державного бюджету. Вагомим джерелом наповнення бюджету залишається податок на прибуток підприємств, проте недосконалість законодавства та низький рівень державного фінансового контролю за діяльністю суб'єктів господарювання призводять до звуження бази оподаткування, зменшення податкових надходжень, нерівномірного та несправедливого податкового навантаження, порушення засад конкуренції, а отже – гальмування розвитку економіки в цілому. Метою є вивчення, узагальнення, обґрунтування теоретичних і методичних засад, практичних рекомендацій щодо вдосконалення фінансового контролю за обчисленням бази оподаткування та сплатою податку на прибуток. Удосконалено класифікацію проблемних вузьких місць здійснення державного фінансового контролю за визначенням бази оподаткування з податку на прибуток, що дозволяє сконцентруватися на відповідних напрямах підвищення ефективності його здійснення. Внесено доповнення в розроблений механізм виявлення та усунення ризиків несплати податку на прибуток на основі зв'язку між суб'єктами контролю вищого та нижчих рівнів, що надає прозорості інформаційному наповненню процесів ризиків, що дозволяє зробити певні висновки: державний фінансовий контроль за сплатою податку на прибуток підприємств є складовою державного управління економіки в процесі перерозподілу валового внутрішнього продукту. Крім виконання мобілізуючої та контролюючої функцій, він повинний інформувати центри державного регулювання щодо виявлених недоліків процесів оподаткування та контролю, а також забезпечувати вжиття заходів щодо їх усунення. Природа прямого оподаткування, недостатній інституційний та законодавчий розвиток контролю за сплатою податку на прибуток потребують його складнішої організації, системи. На відміну від податкового, заходи державного фінансового контролю за сплатою податку на прибуток надають можливість диверсифікувати та посилити вплив на фінансово-господарську та управлінську діяльність суб'єктів господарювання, що уникають сплати податку.

Ключові слова: економіка, фінанси, наповнення бюджету, податки, податок на прибуток, державний фінансовий контроль

Т.С. ШОВКОПЛЯС

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ ЗА УПЛАТОЙ НАЛОГА НА ПРИБЫЛЬ, КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО ЕГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

В системе государственного финансового контроля по уплате налога на прибыль предприятий в Украине в наличии большое количество проблем, которые снижают его фискальную эффективность, и потому требуют институционального, организационного и методологического усовершенствования. Экономические реалии, статистика и различные оценки экспертов свидетельствуют о теневой деятельности во всех составляющих економических процессов Украины. Неплатежи налогов стали до такой степени обычным и распространенным явленем, что налог на прибыль предприятий минимизируют не только отдельные предприятия, но и отдельные отрясли народного хозяйства и финансово-промышленные группы. В условиях развертывания кризисных тенденций, на фоне высоких социальных обязательств государства, заострилась проблема формирования доходной части государственного бюджета. Весомым источникои наполнения бюджета остается налог на прибыль предприятий, однако несовершенство законодательства и низкий уровень государственного финансового контроля за деятельностью субъектов хозяйствования ведут к более узкой базе налогообложения, уменьшению налоговых поступлений, неравномерной и несправедливой налоговой нагрузке, нарушения условий конкуренции, и как результат торможение развития экономики в целом. Целью является изучение, обобщение, обоснование теоретических и методических основ, практических рекомендацій по усовершенствованию фінансового контроля за определением базы налогообложения и уплатой налога на прибыль. Усовершенствовано класификацию проблемных узких мест осуществления государственного финансового контроля по определению базы налогообложения по налогу на прибыль, что позволяет сконцентрироваться на соответствующих направлениях повышения эффективности его осуществления. Внесено дополнение в разработанный механизм выявления и устранения рисков неплатежей налога на прибыль на основе взаимосвязи между субъектами контроля высшего и низших уровней, что дает возможность прозрачности информационному наполнению процессов рисков что также позволяет сделать определенные выводы:государственный финансовый контроль за уплатой налога на прибыль предприятий есть составляющей государственного управления экономики в процессе перераспределения валового внутреннего продукта. Кроме осуществления мобилизующей и контролирующей фуекции он обязан информировать центры государственного регулирования по выявлению недостатков процессов налогообложения и контроля, а также обеспечивать принятие мер по их устранению .Природа прямого налогообложения недостаточное институционное и законодательное развитие контроля по уплате налога на прибыль требуют его более сложной организации, системы. В отличии от налогового, меры государственного финансового контроля по уплате налога на прибыль дают возможность диверсифицировать и усилить влияние на финансово-хозяйственную и управленческую деятельность субъектов хозяйствования, уклоняющихся от уплати налога.

Ключевые слова: экономика, финансы, наполнение бюджета, налоги, налог на прибыль, государственный финансовый контроль.

T.S. SHOVKOPLYAS

STATE FINANCIAL CONTROL IS AFTER THE INPAYMENT OF INCOME TAX, AS AN INSTRUMENT OF HIS EFFECTIVE ADMINISTRATION

In the state financial checking system after the inpayment of income tax enterprises in Ukraine there are numerous problems that reduce him fiscal efficiency, and that is why require an institutional, organizational and methodological improvement. Economic realities, statistics and different estimations of experts, testify to shadow activity in all constituents of economic processes of Ukraine. Non-payment of taxes became so usual and widespread phenomenon, that an income tax enterprises not only separate enterprises but also some industries of national economy and financially-industrial groups minimize. In the conditions of development of crisis tendencies, on a background the high social obligations of the state, the problem

© Т.С. Шовкопляс, 2018

of forming of profitable part of the state budget became sharp. The ponderable source of filling of budget is remained by an income tax enterprises, however imperfection of legislation and low level of state financial control after activity of subjects of menage result in narrowing of base of taxation, reduction of tax receivabless, uneven and unfair tax loading, violation of principles of competition, and thus is braking of development of economy on the whole. An aim is a study, generalization, ground of theoretical and methodical principles, practical recommendations in relation to perfection of financial control after the calculation of base of taxation and inpayment of income tax. It is improved: - classification of problem bottlenecks of realization of state financial control on determination of base of taxation from an income tax, that allows to be concentrated on corresponding directions of increase of efficiency of his realization. Addition is brought in the worked out mechanism of exposure and removal of risks of non-payment of income tax on the basis of connection between the subjects of control higher and more subzero levels, that gives to transparency to the informative filling of processes of risks, that allows to do certain conclusions, State financial control after the inpayment of income tax enterprises is the constituent of state administration of economy in the process of redistribution of gross domestic product. Except implementation of мобілізуючої and supervisory functions, he is guilty to inform the centers of government control in relation to the educed lacks of processes of taxation and control, and also to provide the acceptance of measures in relation to their removal, Nature of direct taxation, insufficient institutional and legislative development of control after the inpayment of income tax need him more difficult organization, system. Unlike a tax, the events of state financial control after the inpayment of income tax give possibility to diversify and strengthen influence on financially-economic and administrative activity of subjects of menage, that avoid the inpayment of tax.

Keywords: economy, finances, filling of budget, taxes, income tax, state financial control

Актуальність теми. У системі державного фінансового контролю за сплатою податку на прибуток підприємств в Україні наявні численні проблеми, які знижують його фіскальну ефективність, і тому вимагають інституційного, організаційного та методологічного удосконалення. Економічні реалії, статистика та різні оцінки експертів свідчать про тіньову діяльність в усіх складниках економічних процесів України. Несплата податків стала настільки звичним та поширеним явищем, що податок на прибуток підприємств мінімізують не тільки окремі підприємства, а й деякі галузі народного господарства та фінансово-промислові групи. В умовах розгортання кризових тенденцій, на фоні високих соціальних зобов’язань держави, загострилася проблема формування дохідної частини державного бюджету. Вагомим джерелом наповнення бюджету залишається податок на прибуток підприємств, проте недосконалість законодавства та низький рівень державного фінансового контролю за діяльністю суб’єктів господарювання призводять до звуження бази оподаткування, зменшення податкових надходжень, нерівномірного та несправедливого податкового навантаження, порушення засад конкуренції, а отже – гальмування розвитку економіки в цілому. Реалізація зазначеної мети визначила завдання дослідження: дослідити економіко- правову природу і теоретичні засади обчисленням бази оподаткування та сплатою податку на прибуток. розкрити методику здійснення державного фінансового контролю за обчисленням бази оподаткування та сплатою податку на прибуток;оцінити інституційне забезпечення здійснення державного фінансового контролю за обчисленням бази оподаткування та сплатою податку на прибуток. Проте державний фінансовий контроль за сплатою податку на прибуток підприємств не розглядався як система, і тому питання його ефективності та шляхів удосконалення у багатьох працях відображені частково. Необхідність забезпечення фіскальної ефективності податку на прибуток підприємств з дотриманням базових принципів оподаткування та фінансового контролю зумовили вибір теми наукового дослідження, постановку мети та завдань, напрями дослідження і її логіку. Метою статті є вивчення, узагальнення, обґрунтування теоретичних і методичних засад, практичних рекомендацій щодо вдосконалення фінансового контролю за обчисленням бази оподаткування та сплатою податку на прибуток, відстежити світові тенденції контролю за оподаткуванням прибутків юридичних осіб; оцінити еффективність контрольно- перевірочної роботи вирахування прибутку підприємства; сформувати рекомендації по удосконаленню контрольно-перевірочної роботи. Досліджується система державного фінансового контролю за обчисленням бази оподаткування та сплатою податку на прибуток. **Викладення основного матеріалу** Запропоновано визначення доходів підприємства, що дозволило розширити теоретичну базу порівняльного аналізу прибутку підприємства. У податковому законодавстві прийнято тлумачення терміну «доходи» відповідно до МСБО та П(С)БО, виявлені додаткові причини і фактори, що виявляють найбільший вплив на формування в обліку інформації про податкові зобов'язання організації, і показаний результат цього впливу; удосконалено класифікацію проблемних вузьких місць здійснення державного фінансового контролю за визначенням бази оподаткування з податку на прибуток, що дозволяє сконцентруватися на відповідних напрямах підвищення ефективності його здійснення, внесено доповнення в розроблений механізм виявлення та усунення ризиків несплати податку на прибуток на основі зв’язку між суб’єктами контролю вищого та нижчих рівнів, що надає прозорості інформаційному наповненню процесів ризиків. З урахуванням світового досвіду доповнені рекомендації щодо підвищення ефективності адміністрування податку на прибуток, зокрема з питань розширення повноважень контролюючих органів, підвищення стандартів перевірочної роботи, удосконалення закодавчих норм. Верховна Рада України має конституційно закріплену прерогативу формування та змін законів, що стосуються оподаткування та контролю податку на прибуток підприємств. Верховна Рада України для здійснення законопроектної роботи, підготовки і попереднього розгляду питань, віднесених до її повноважень, виконання контрольних функцій відповідно до Конституції України створює серед народних депутатів України комітети Верховної Ради України. Верховна Рада України у межах своїх повноважень може створювати тимчасові спеціальні комісії для підготовки і попереднього розгляду питань. Верховна Рада України для проведення розслідування з питань, що становлять суспільний інтерес, утворює тимчасові слідчі комісії. Крім того, від імені Верховної Ради

України Рахункову палату України здійснює контроль за фінансовою діяльністю виконавчих органів влади. Повноваження Рахункової палати поширюються на органи виконавчої влади, Національний банк України, Антимонопольний комітет, Фонд державного майна і інші органи держави, створені відповідно до чинного законодавства України для проведення комплексних ревізій і тематичних перевірок, аналізу та з'ясовування причин пору¬шень бюджетної дисципліни, та їх усунення. Рахункова палата України не могла контролювати діяльність органів фінансового контролю, в частині виконання доходної частини бюджету, мати доступ до всіх джерел інформації, що продукуються в контролюючих органах, ініціювати перед законодавчою і виконавчою владою питання кадрових, структурних та законодавчих змін. Лише в Україні зі 172 країн, що входять до складу INTOSAI, вищий орган фінансового контролю не був наділений повноваженнями щодо контролю за мобілізацією фінансових ресурсів держави [8]. Конституційні зміни надали можливість Рахунковій палаті в межах додаткових повноважень вивчати та перевіряти формування дохідної частини бюджету тобто контролювати також діяльність ДПА України. Проте Президент України скористався правом вето, лише з 2006 року за новою редакцією Конституції Рахункова палата України отримала розширені повноваження за контролем дохідної частини бюджету. Водночас чинна редакція закону про Рахункову палату України не була приведена у відповідність з Конституцією. Таким чином, збереглася законодавча неврегульованість повноважень Рахункової палати України. Доцільно зазначити, що необхідною умовою вступу будь–якої країни до Європейської співдружності є наявність у ній незалежного від законодавчої й виконавчої гілок влади вищого органу державного фінансового контролю. Втім міжнародна практика визнає незалежними вищі органи фінансового контролю, які діють від імені парламенту, у разі відповідного конституційного та законодавчого забезпечення [9].

Рахункова плата України в процесі нагляду за діяльністю органів контролю може вимагати всю необхідну інформацію щодо впливу новоприйнятих законодавчих норм на стан розрахунків з бюджетом, а також обсягів коштів, необхідних для забезпечення їх реалізації. Виходячи з цього Рахункова палата України може готувати висновки щодо доцільності скасування або зміни відповідних норм законодавства.

Кабінет Міністрів України як вищий орган у системі органів виконавчої влади через Міністерство фінансів України забезпечує проведення фінансової, цінової, інвестиційної та податкової політики; згідно з ст. 116 Конституції [4], розробляє проект закону про Державний бюджет України і забезпечує виконання затвердженого Верховною Радою України Державного бюджету України, подає Верховній Раді України звіт про його виконання, спрямовує і координує роботу міністерств, інших органів виконавчої влади, зокрема тих, на які покладається найбільша частина обов'язків, що стосуються здійснення фінансового контролю, зокрема Міністерство фінансів України, ДПА України, державне казначейство тощо.

Іншою спеціальною рисою виконавчої влади є формування вказаними та іншими інституціями нормативно-правових актів, що доповнюють, конкретизують і розвивають норми фінансового контролю.

Президент України має відповідні функції в сфері фінансового контролю, який, як глава держави, безпосередньо реалізує їх при підписанні (вотуванні) законів України про регулювання фінансової діяльності, під час бюджетного процесу, звертається до Конституційного Суду щодо дослідження на відповідність законодавчих актів Верховної Ради та Кабінету Міністрі України конституційним нормам. З набуттям чинності конституційної реформи, повноваження Президента у питаннях утворення інституцій фінансового контролю, прямої кадрової політики припинилися.

У ході дослідження проаналізовано існуючі позиції науковців щодо визначення ДФК. Висвітлення різних поглядів учених щодо сутності ДФК, його класифікації, дослідження організаційних засад державного фінансового контролю за сплатою податку на прибуток, вивчення досвіду зарубіжних країн дозволяє зробити певні висновки:

Державний фінансовий контроль за сплатою податку на прибуток підприємств є складовою державного управління економіки в процесі перерозподілу валового внутрішнього продукту. Крім виконання мобілізуючої та контролюючої функцій, він повинний інформувати центри державного регулювання щодо виявлених недоліків процесів оподаткування та контролю, а також забезпечувати вжиття заходів щодо їх усунення. Природа прямого оподаткування, недостатній інституційний та законодавчий розвиток контролю за сплатою податку на прибуток потребують його складнішої організації, системи. На відміну від податкового, заходи державного фінансового контролю за сплатою податку на прибуток надають можливість диверсифікувати та посилити вплив на фінансово-господарську та управлінську діяльність суб'єктів господарювання, що уникають сплати податку. Склад суб'єктів ДФКСПП необхідно розширити за рахунок агентів державного фінансового контролю, які будуть формувати масив даних щодо діяльності суб'єктів господарювання з метою виявлення ризиків несплати податку на прибуток. Під час класифікації недоліків системи державного фінансового контролю за сплатою податку на прибуток підприємств за сферою їх виникнення. Поряд з інституційно-організаційними, якісно-методичними та нормативно-

правовими виділено регулятивно-процесуальні (недосконалість нормативно–регулятивних актів, що регламентують права та обов'язки контролюючих органів, порядок здійснення фінансового контролю за сплатою податку на прибуток, механізмів реалізації висновків контролю, притягнення до відповідальності та відшкодування збитків) та інформативно-комунікативні недоліки (слабка система координації та обміну інформацією, реалізації зворотного зв'язку). Крім наглядових та контрольних заходів, виділено адміністративно-правові (реалізація висновків

контролю) та регулятивні (усунення недоліків і суперечностей законодавчих норм). Це дозволяє посилити і диверсифікувати вплив на фінансово-господарську та управлінську діяльність підконтрольних суб'єктів із метою приведення їх стану до бажаного результату. Дослідження інституційно-правових аспектів здійснення державного фінансового контролю за сплатою податку на прибуток підприємств виявило порушення основних вимог, які висуваються до процесів контролю, а саме: „інформаційної забезпеченості", „пріоритетності", „регламентації". та „безперервності розвитку". Це є наслідком низького рівня обміну інформації та взаємодії між суб'єктами контролю, законодавчої ініціативи органів контролю, що призводить до тривалого існування (6–7 років) законодавчих вад у сфері оподаткування прибутку та здійснення контролю; відсутності чітких критеріїв визначення ризиків несплати податку на прибуток та методичних рекомендацій щодо здійснення перевірок за сплатою податку на прибуток, внаслідок чого погіршується результативність контролю, за результатами перевірок не узагальнюються ризики несплати податку, що ускладнює напрацювання та обґрунтування рекомендацій з удосконалення норм контролю та законодавства. Вивчення зарубіжного досвіду організації контролю за сплатою податку з корпорацій, дозволяє стверджувати про жорсткіші тенденції розвитку контрольних заходів порівняно з вітчизняною практикою. Окремі більш ліберальні норми контролю пояснюються дією компенсаторів у фінансовій та інших сферах діяльності тих держав. З метою досягнення синергетичного ефекту у процесі мобілізації коштів до бюджету та ефективності здійснення державного фінансового контролю за сплатою податку на прибуток підприємств і врахування світового досвіду необхідне: узгодження норм податкового, цивільного та господарського права, створення ризико-орієнтованої системи спостережень за діяльністю платників податків, посилення повноважень органів

Список літератури

1. Захаров В. Б. *Основи системного аналізу об'єктів і процесів* / Захаров В. Б.. – Київ. : КНУБА, 2000. – 95 с.
2. Десятнюк О. М. Управління податковими ризиками нова парадигма розбудови податкової системи України /О. М. Десятнюк // *Вісник Національного університету „Львівська політехніка"*. 2007. №606. С. 355 - 361. – (Серія : Менеджмент та підприємництво в Україні : етапи становлення і проблеми розвитку). 389 с.
3. *Актуальные проблемы налоговой политики в условиях модернизации экономики: опыт Украины и Белоруссии*: [монография] / ред.: С. В. Онышко; Нац. ун-т гос. налог. службы Украины, Н.-и. центр по пробл. налогообложения, Белорус. гос. экон. ун-т. Ирпень, 2007. 394 с.
4. Антипов В. І. *Тіньова економіка та економічна злочинність : світові тенденції, українські реалії та правові засоби контролю (теоретико-методологічне узагальнення)*: моногр. / В. І. Антипов. – Вінниця : ДП ДКФ, 2006. 1040 с.
5. *Аудит і ревізія підприємницької діяльності* / [Бутинець Ф. Ф., Усач Б. Ф., Виговська Н. Г. та ін.] – Житомир : П.П. „Рута", 2001. – 146 с.
6. Басанцов І. В. *Державний фінансовий контроль : регіональні аспекти* / Басанцев І.В. – К : Видавничий дім "Корпорація", 2006. – 234 с.
7. Воронкова О. М. Становлення та розвиток податкової системи України / О. М. Воронкова // *Економіка : Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка.* К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет". 2000. № 45. С.1618.
8. Головань М. М. Державний фінансовий контроль і його реформування / М. М. Головань // *Фінанси України*. 2003. № 9. С. 133140.

References (transliterated)

1. Zakharov V. B. *Osnovy systemnoho analizu ob"yektiv i protsesiv* [Fundamentals of system analysis of objects and processes] – Kiev: KNUBA, 2000. – 95 p.
2. Desyatnyuk O. M. Upravlinnya podatkovymy ryzykamy nova paradyhma rozbudovy podatkovoyi systemy Ukrayiny [Tax risk management is a new paradigm for building a tax system in Ukraine] *Visnyk Natsional'noho universytetu „L'vivs'ka politekhnika"* [Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic"]. 2007. No 606. pp. 355-361. – (Seriya : Menedzhment ta pidpryyemnytstvo v Ukrayini : etapy stanovlennya i problemy rozvytku). [Series: Management and Entrepreneurship in Ukraine: Stages of Development and Development Issues]
3. Aktual`nыe problemы nalogovoj poly`ty`ky` v uslovy`yax moderny`zacy`y` эkonomy`ky`: opыt Ukray`nы y` Belorussy`y` [Actual problems of tax policy in the conditions of modernization of the economy: experience of Ukraine and Belarus]: [monograph] National un-t state tax. Service of Ukraine, N.-I. center on probl. Taxation, Belarus. state econ un Irpen, 2007. 394 p.
4. Antipov V. I. *Tin`ova ekonomika ta ekonomichna zlochy`nnist` : svitovi tendenciyi, ukrayins`ki realiyi ta pravovi zasoby` kontrolyu (teorety`ko-metodologichne uzagal`nennya) [Shadow economy and economic crime: world tendencies, Ukrainian realities and legal means of control (theoretical and methodological generalization])* monogr.- Vinnytsya: DP DKF, 2006. 1040 p.
5. *Audit and audit of entrepreneurial activity* [Butinets F.F., Usach B.F., Vygovskaya N.G., etc.] - Zhytomyr: P.P. "Ruta", 2001. - 146 p
6. Basantsov I. V. *Derzhavny`j finansovy`j kontrol` : regional`ni aspekty`* [State Financial Control: Regional Aspects] - Kiev: Publishing House "Corporation", 2006 - p.
7. Voronkova O. M. Stanovlennya ta rozvy`tok podatkovoyi sy`stemy` Ukrayiny` [Formation and development of the tax system of Ukraine Economy]: *Ekonomika: Visny`k Ky`yivs`kogo nacional`nogo universy`tetu imeni Tarasa Shevchenka* [Bulletin of the Taras Shevchenko National Taras Shevchenko University]. Kiev: Publishing-printing center "Kyiv University". 2000. no. 45. p.1618.
8. Golovan MM Derzhavny`j finansovy`j kontrol` i jogo reformuvannya [State financial control and its reformation]. *Finansy` Ukrayiny`* [Finance of Ukraine]. 2003. no. 9. p. 133140

Надійшла (received) 20.11.2018

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Шовкопляс Тетяна Семенівна (Шовкопляс Татьяна Семеновна, Shovkoplyas Tetiana Semenovna) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», старший викладач кафедри економічного аналізу та обліку; м. Харків, Україна; ORCID: https://orcid.org/0000-0002-4855-9925; e-mail: tssh25@ukr.net, тел. (050) 713-02-45

УДК 316.624 : [159.9 : 331.101.3]

Т. О. КОБЄЛЄВА

РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ПО ФОРМУВАННЮ ІНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗНИКА КОМПЛАЄНС-БЕЗПЕКИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуті питання дослідження та аналізу існуючих методичних підходів до оцінки ефективності використання комплаєнс-програми і розробка на цій основі рекомендацій по формуванню інтегрального показника ефективності використання комплаєнс-функції на промисловому підприємстві. Комплаєнс сьогодні став дієвим інструментом відводу такого роду загроз від практики виробничо-комерційної діяльності промислового підприємства. Виходячи з цих посилань, запропоновано ввести в економічну термінологію дефініцію «комплаєнс безпека підприємства». Новий термін потребує створення методично-методологічної бази визначенні інтегрального показника, який би визначав рівень комплаєнс-загроз на промисловому підприємстві.

Проведений огляд теоретичних і практичних основ взаємодії внутрішнього аудиту із системою комплаєнс на промислових підприємствах свідчить про нагальну актуальність більш детального вивчення цієї проблеми вітчизняними дослідниками. Розгянуто та проаналізовано різні методичні підходи, які відтворюють узагальнюючі вимоги при формуванні інтегрального показника комплаєнс-безпеки, але не конкретизують напрямок або сферу використання певного методичного підходу. Ряд дослідників рекомендують до використання більш конкретні методичні підходи, які можуть бути зведені до наступних: метод економіко-математичного моделювання; метод теорії гри; оптимізаційні методи; метод теорії латентних систем; метод багатовимірного статистичного аналізу; метод розпізнавання образів та ін. На цій основі запропоновано методичні положення визначення інтегрального показника ефективності використання комплаєнс-програми (комплаєнс-безпеки) на промисловому підприємстві. Доведено, що ця методика в певній мірі може бути використана для оцінювання діяльності промислового підприємства по протидії комплаєнс-загрозам. Обгрунтовано, що комплаєнс-безпека підприємства може бути розглянута як одна з складових більш широкого поняття – економічної безпеки.

Обгрунтовано, що механізмом оцінки ефективності використання комплаєнс-програми є також взаємовідносини з керівництвом підприємства, моніторинг зворотного зв'язку між керівництвом та співробітниками комплаєнс-служб щодо потенційних та реальних комплаєнс-ризиків на підприємстві, на які рядові співробітники зазвичай не звертають уваги. Також важливим механізмом оцінки ефективності комплаєнс є залучення зовнішніх експертів для комплаєнс-аудиту бізнес-процесів, проведення інтерв'ю з ключовими співробітниками, отримання звіту щодо ефективності комплаєнс-системи та пропозицій щодо її покращення.

Ключові слова: комплаєнс, комплаєнс-безпека, інтегральний показник, методи розрахунку, промислові підприємства

Т. А. КОБЕЛЕВА

РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ФОРМИРОВАНИЮ ИНТЕГРАЛЬНЫЙ ПОКАЗАТЕЛЬ КОМПЛАЕНС-БЕЗОПАСНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрены вопросы исследования и анализа существующих методических подходов к оценке эффективности использования комплаенс-программы и разработка на этой основе рекомендаций по формированию интегрального показателя эффективности использования комплаенс-функции на промышленном предприятии. Комплаенс сегодня стал действенным инструментом отвода такого рода угроз от практики производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия. Исходя из этих ссылок, предложено ввести в экономическую терминологию дефиницию «комплаенс безопасность предприятия». Новый срок требует создания методически методологической базы определении интегрального показателя, который бы определял уровень комплаенс-угроз на предприятии.

Проведенный обзор теоретических и практических основ взаимодействия внутреннего аудита с системой комплаенс на промышленных предприятиях свидетельствует о насущной актуальность более детального изучения этой проблемы отечественными исследователями. Розгянуто и проанализированы различные методические подходы, которые воспроизводят обобщающие требования при формировании интегрального показателя комплаенс-безопасности, но не конкретизируют направление или сферу использования определенного методического подхода. Ряд исследователей рекомендуют к использованию более конкретные методические подходы, которые могут быть сведены к следующим: метод экономико-математического моделирования; метод теории игры; оптимизационные методы; метод теории латентных систем; метод многомерного статистического анализа; метод распознавания образов и др. На этой основе предложены методические положения определения интегрального показателя эффективности использования комплаенс-программы (комплаенс-безопасности) на промышленном предприятии. Доказано, что эта методика в определенной степени может быть использована для оценки деятельности промышленного предприятия по противодействию комплаенс-угрозам. Обосновано, что комплаенс-безопасность предприятия может быть рассмотрена как одна из составляющих более широкого понятия - экономической безопасности.

Обосновано, что механизмом оценки эффективности использования комплаенс-программы также взаимоотношения с руководством предприятия, мониторинг обратной связи между руководством и сотрудниками комплаенс-служб о потенциальных и реальных комплаенс-рисков на предприятии, на которые рядовые сотрудники обычно не обращают внимания. Также важным механизмом оценки эффективности комплаенс является привлечение внешних экспертов для комплаенс-аудита бизнес-процессов, проведение интервью с ключевыми сотрудниками, получение отчета об эффективности комплаенс-системы и предложений по ее улучшению.

Ключевые слова: комплаенс, комплаенс-безопасность, интегральный показатель, методы расчета, промышленные предприятия

T. O. KOBIELIEVA

DEVELOPMENT OF RECOMMENDATIONS BY FORMATION OF THE INTEGRATED INDICATOR COMPLEX SAFETY INDUSTRIAL ENTERPRISE

The article deals with the research and analysis of existing methodological approaches to the evaluation of the effectiveness of the compliance program and the development of recommendations on the formation of an integral indicator of the efficiency of the use of compliant functions at an industrial enterprise on this basis. Compensation today has become an effective tool for removing such threats from the practice of industrial and commercial activity of an industrial enterprise. Based on these references, it is proposed to introduce in the economic terminology the definition of "Compliance of enterprise security". The new term calls for the establishment of a methodological and methodological basis for defining an integral indicator that would determine the level of compliance-threats on an industrial enterprise.

An overview of the theoretical and practical foundations of the interaction of internal audit with the system of compliance in industrial enterprises shows the urgency of a more detailed study of this problem by domestic researchers. The various methodological approaches that reproduce the general requirements in forming an integral index of compliance security are dispersed and analyzed, but do not specify the direction or scope of the use of a certain methodological approach. Several researchers recommend to use more specific methodological approaches, which can be reduced to the following: the method of economic-mathematical modeling; the theory of the game; optimization methods; method of the theory of latent systems;

© Т. О. Кобєлєва, 2018

method of multidimensional statistical analysis; pattern recognition method, etc. On this basis, the methodological provisions for determining the integral indicator of the efficiency of the use of the compliance program (compliance-security) at the industrial enterprise are proposed. It is proved that this technique can be used to some extent for assessing the activity of an industrial enterprise to counteract compliant threats. It is substantiated that compliance with the security of an enterprise can be considered as one of the components of a broader concept of economic security.
It is substantiated that the mechanism for assessing the effectiveness of using the compliance program is also the relationship with the management of the enterprise, monitoring the feedback between the management and the compliance officers on the potential and actual compliance risks in the enterprise, which ordinary employees usually do not pay attention to. An important mechanism for assessing the effectiveness of compliance is the involvement of external experts for completing the audit of business processes, conducting interviews with key employees, obtaining a report on the effectiveness of the compliance system and suggestions for its improvement.

Keywords: complication, compliance-safety, integral index, calculation methods, industrial enterprises

Вступ. В останні роки тематика комплаєнс знаходиться у фокусі світової спільноти. Вона визначає стандарти ведення бізнесу по всьому світу, безпосередньо впливає на питання стабільності глобальної економіки в цілому, і бізнесу конкретної компанії зокрема. Комплаєнс у перекладі з англійської мови (compliance) – означає згоду, відповідність, погодження. За останні кілька років частота розслідувань порушень в сфері комплаєнс, розмір наслідків і величина санкцій щодо бізнесу, діяльність якого не була визнана відповідною різним комплаенс нормам, значно зросла і перетворилася на суттєвий ризик, про який повинен знати, і який повинен враховувати будь-який менеджер, здійснюючи виробничий, комерційний, клієнтський або правовий аналіз національної або міжнародної діяльності промислового підприємства. Тому надзвичайно актуальним та важливим для промислових підприємств України є розробка та впровадження комплаєнс-програм (Compliance System). Мета впровадження комплаєнс-програми промислового підприємства - створення на підприємстві діючих механізмів щодо встановлення та аналізу особливо корупційно-небезпечних сфер діяльності, оцінка і управління ризиками при зустрічі з корупцією, забезпечення комплексного захисту від загроз кризи, порушень виняткових прав, корпоративної етики. Разом з тим, практично відсутні методичні підходи до визначення ефективності комплаєнс-програми, рекомендації по формуванню інтегрального показника ефективності використання на промислових підприємствах комплаєнс-функції.

Аналіз стану питання. Оцінка ефективності комплаєнс-програми в даний час є практично не розробленим питанням. Такий стан проблеми, на наш погляд пояснюється, по-перше, незначним обсягом випадків практичного використання комплаєнс на промислових підприємствах; по-друге, суттєвою залежністю результатів комплаєнс від індивідуальних особливостей роботи кожного підприємства. На сьогодні відсутня універсальна загальноприйнята модель впровадження комплаєнс-програми та інтегральної оцінки її ефективності, так як кожна галузева спрямованість бізнесу (машинобудування, фармакологія, легка та харчова промисловість і т.п.) має свої в певній мірі унікальні зони комплаєнс-ризику. Для оцінки ефективності використання комплаєнс-програм деякі дослідники рекомендують використовувати оцінювання матеріальних збитків в сфері комплаєнс до і після впровадження комплаєнс-програми, проведення анонімних опитувань, співставлення комплаєнс-порушень в різні відрізки часу, оцінювання знань та практики співробітників і контрагентів щодо дотримання комплаєнс-політик та корпоративної культури загалом, аналіз наявних і потенційних судових та інших спорів, пов'язаних з комплаєнсом і т.п.

Аналіз основних досягнень і літератури. Проведений огляд теоретичних і практичних основ взаємодії внутрішнього аудиту із системою комплаєнс на промислових підприємствах свідчить про нагальну актуальність більш детального вивчення цієї проблеми вітчизняними дослідниками. Низка науковців у своїх роботах розглядають питання функціонування комплаєнс-програми та роботи служби внутрішнього аудиту не тільки в фінансових установах, а і на промислових підприємствах. Теоретичні та практичні питання комплаєнс-програми промислових підприємств детально розглядали в своїх наукових розробках М.Г.Афанасьєва, А.Ю.Громико, Л.В.Джулій, О.С.Щекович, М.Верес Шомоші, С.Нагі, Д.Коціскі, Є.Очеретько, П.Г.Перерва, А.Г.Терехова, Т.В.Романчик, М.А.Шалімова, М.Г.Орлова, П.Райхлінг, В.В.Шликов та ін. [1-26] В їх наукових розробках відтворено основні термінологічні поняття системи комплаєнс, обґрунтовано основні сфери її використання, визначено фактори ефективності використання комплаєнс-програми на промислових підприємствах та в фінансових організаціях. На підставі вивчення наявних першоджерел можна зробити висновок про те, що вітчизняні та зарубіжні вчені приділяють достатньо велику увагу розробці методичних підходів до забезпечення комплаєнс-безпеки як країни в цілому, так і промислових підприємств зокрема, проте єдиної думки з цього приводу в науковому середовищі ще немає, що передбачає необхідність проведення подальших досліджень. Свого подальшого дослідження нагально потребують питання формування та оцінювання ефективного використання організаційного механізму комплаєнс-служби, розробки дієвих механізмів оцінювання результатів виконання комплаєнс-програми і на цій основі розробка рекомендацій по її вдосконаленню.

Мета роботи. Метою дослідження є аналіз існуючих методичних підходів до оцінки ефективності використання комплаєнс-програми і розробка на цій основі рекомендацій по формуванню інтегрального показника ефективності використання комплаєнс-функції на промисловому підприємстві.

Результати дослідження. На сьогодні досить розповсюдженим в наукових дослідженнях є термін «економічна безпека підприємства». Далеко не завжди при визначенні інтегрального показника економічної безпеки враховуються показники корупції, шахрайства, відмивання грошей, порушення

корпоративної етики, антимонопольного, податкового законодавства і т.п. В останні 20…25 років в світовій економіці все це є предметом комплаєнс досліджень. Комплаєнс сьогодні став дієвим інструментом відводу такого роду загроз від практики виробничо-комерційної діяльності промислового підприємства. Виходячи з цих посилань, пропонуємо ввести в економічну термінологію дефініцію **«комплаєнс безпека підприємства».** Новий термін потребує створення методично-методологічної бази визначенні інтегрального показника, який би визначав рівень комплаєнс-загроз на промисловому підприємстві.

В дослідженнях вітчизняних та зарубіжних науковців розглядаються різні методичні підходи до визначення рівня певного економічного показника в діяльності промислового підприємства (рівень економічної безпеки, інноваційного потенціалу, інтелектуального капіталу, рівня конкурентоспроможності та ін.). Ці рекомендації є доцільним розділити на два блоки [2, 3]. До першого блоку рекомендується віднести методичні підходи, які рекомендують оцінювати рівень економічного показника з точки зору кінцевих результатів виробничо-комерційної діяльності підприємства. Такого роду оцінка формується зазвичай з використанням експертних оцінок. До другого блоку рекомендується віднести методичні підходи, в основу яких покладено використання сукупності факторів (показників) за кожною складовою економічного показника. Отримані сукупності і є підставою для формування і визначення інтегрального показника оцінювання.

Дослідивши пропозиції та рекомендації дослідників комплаєнс-функції, вважаємо доцільним рекомендувати для визначення інтегрального показника комплаєнс-безпеки промислового підприємства один з найбільш підходящих для вирішення цього завдання методичних підходів:

- методичній підхід з використанням функціональних залежностей (аналітичних або статистичних);
- макроекономічне моделювання, що дозволяє виявити дестабілізуючий вплив зовнішніх факторів на комплаєнс-безпеку підприємства;
- аналоговий метод, орієнтований на показники комплаєнс-безпеки інших підприємств;
- законодавчо-правовий метод, орієнтований на нормування показників та індикаторів на законодавчому або нормативно-правовому рівні;
- нормативно-індексний метод, орієнтований на дослідження комплаєнс-безпеки України, її окремих сфер та конкретних підприємств міжнародними організаціями; метод експертних оцінок.

Наведені методичні підходи [1-5] відтворюють узагальнюючі вимоги при формуванні інтегрального показника комплаєнс-безпеки, не конкретизують напрямок або сферу використання певного методичного підходу. Ряд дослідників рекомендують до використання більш конкретні методичні підходи, які можуть бути зведені до наступних: метод економіко-математичного моделювання; метод теорії гри; оптимізаційні методи; метод теорії латентних систем; метод багатовимірного статистичного аналізу; метод розпізнавання образів та ін.

Авторські рекомендації по використанню найбільш ефективних методичних підходів для встановлення (розрахунку) інтегрального показника комплаєнс-безпеки підприємства наведено в табл.1.

Таблиця 1 – Характеристика методичних підходів до оцінки рівня комплаєнс-безпеки промислового підприємства

№№	Метод	Переваги	Недоліки
1	Економіко-математичне моделювання	Передбачає оцінку рівня комплаєнс-безпеки з урахування не лінійності індикаторів і показників, які характеризують ефективність комплаєнс-функції. Коефіцієнти мультиплікативної форми інтегрального показника комплаєнс-безпеки визначаються з використанням методу головних компонент, стандартного пакету «Статистика», який відтворює результати факторного аналізу показників та конкретний внесок кожного показника в загальну дисперсію	Суб'єктивність визначення вагових коефіцієнтів за одиничними показниками конку-рентоспроможності продукції. Складність математичного розрахунку. Не береться до уваги важливість (значущість окремих показників)
2	Індикаторний метод	Для оцінки рівня комплаєнс-безпеки використовується система індикаторів, які рекомендується розглядати як порогові (максимальні або мінімальні) значення кількісних та якісних показників, що характеризують різні сфери комплаєнс-загроз	Застосування експертного методу, важкість у визначенні параметрів та їх значущості
3	Метод динамічного аналізу	Заснований на врахування показників покращення основних техніко-економічних показників виробничо-комерційної діяльності промислового підприємства за рахунок використання комплаєнс-функції.	Складність визначення показників для порівняння та оцінювання покращення. Наявність елементів суб'єктивізму
4	Комплексний аналіз показників	Визначає потенційні загрози комплаєнс-безпеці промислового підприємства для інтегрального оцінювання рівня його комплаєнс-безпеки	Суб'єктивність визначення вагових коефіцієнтів за одиничними показниками
5	Комбіновані методи (розрахун-ково-матричні)	Дозволяють провести комплексну оцінку конку-рентоспроможності з використанням сукупності групових критеріїв - товарних, збутових, ринкових, виробничих.	Показує градацію тільки по трьох - чотирьох групах. В багатьох випадках цього недостатньо
6	Змішаний	Поєднує у собі характерні риси та методичні засади диференціального і комплексного методів. Простий у застосуванні. Доступність необхідної для оцінювання інформації	Не враховує динаміки розвитку. Складність математичного розрахунку. Статичний.

Джерело: авторська розробка

Наприклад, при визначенні інтегрального показника економічної безпеки пропонується серед найбільш важливих складових економічної безпеки промислового підприємства враховувати фінансову,

інтелектуальну, кадрову, техніко-технологічну, політико-правову, інформаційну, екологічну та силову складову [3]. Для визначення інтегрального показника цей вчений рекомендує для використання економіко-математичну формулу в наступному вигляді:

$$I_{ЕБ}^{інтегр} = F(\Phi_1, \Phi_2, ...\Phi_{n-1}, \Phi_n, S_1, S_2..\Phi_{m-1}, \Phi_m = \sum_{i=1}^{i=n} \alpha_i F(\Phi_i) + \sum_{j=1}^{j=m} \alpha_j F(S_j)$$

де $I_{ЕБ}^{інтегр}$ - інтегральний (загальний) показник рівня економічної безпеки промислового підприємства (враховує відносно самостійні часткові показники техніко-технологічної, фінансової, інвестиційної, інноваційної безпеки і т.п.); $\Phi_1, \Phi_2, ...\Phi_{n-1}, \Phi_n$ - значення часткових показників рівня економічної безпеки промислового підприємства, збільшення значення яких позитивно впливає на загальний рівень його економічної безпеки; $S_1, S_2, ...S_{m-1}, S_m$ - значення часткових показників рівня економічної безпеки промислового підприємства, збільшення значення яких негативно впливає на загальний рівень його економічної безпеки; α_i, α_j - вагові коефіцієнти відповідних часткових показників рівня економічної безпеки промислового підприємства.

При цьому повинне виконуватися рівняння вагових коефіцієнтів:

$$\sum_{i=1}^{i=n} \alpha_i + \sum_{j=1}^{j=m} \alpha_j = 1$$

Розглянута методика визначення інтегрального показника ефективності (комплаєнс-безпеки), на нашу думку, в певній мірі може бути використана для оцінювання діяльності промислового підприємства по протидії комплаєнс-загрозам. Представляється, що комплаєнс-безпека підприємства може бути розглянута як одна з складових більш широкого поняття – економічної безпеки.

При цьому можуть бути визначенні окремі складові комплаєнс-загроз, зокрема:

- рівень комплаєнс-ризиків;
- рівень корупції;
- рівень шахрайства;
- рівень витрат на комплаєнс-підрозділи;
- рівень збільшення (змешення) прибутку;
- рівень зовнішніх комплаєнс-загроз;
- рівень росту (зниження) ділової репутації;
- рівень виконання вимог корпоративної етики;
- рівень екологічних комплаєнс-загроз і т.п.

Проведені дослідження свідчать про те, що складових інтегрального показника ефективності може бути досить багато. На наш погляд, врахування всіх складових комплаєнс-безпеки немає потреби. Після формування максимально широкого списку можливих складових інтегрального показника комплаєнс-безпеки підприємства, слід визначити найбільш вагомі з них. Цю дію можна здійснити, наприклад, з допомогою методу експертних оцінок або інших більш науково обґрунтованих методів (зокрема, з використанням економіко-математичного моделювання, факторного аналізу і т.п.). Кількість найбільш вагомих складових інтегрального показника комплаєнс-безпеки промислового підприємства залежить від особливостей та специфіки його виробничо-комерційної діяльності, важливості та точності кінцевого результату розрахунку, а також поставленого рівня комплексного врахування виділеними складовими завдань інтегрального показника (наприклад, при використанні факторного аналізу в подальших дослідженнях беруть участь лише ті фактори, які пояснюють не менше 75% накопиченої дисперсії чинників).

Окремою проблемою може бути задача нормування значення окремих показників для надання їм можливості співставлення з іншими показниками в різні періоди часу. Основним завданням нормалізації показників вважається перехід до такого масштабу вимірювань, коли «краще» значенням показника відповідає значенню «1» а «гірше» - значенню «0». З математичної точки зору, це завдання нормування змінних, а з точки зору статистики - це перехід від абсолютних до нормалізованих значень індикаторів, які, в свою чергу, змінюються від «0» до «1» і вже своєю величиною характеризують ступінь наближення до оптимального значення, що можна інтерпретувати у відсотках: «0» відповідає 0%, «1» - 100%. Нормування індикаторів може проводитися по різним сценаріям. Наприклад, з використанням рекомендацій А.Ю.Громико [1] та П.Г.Перерви і Т.В.Романчик [5] є можливість сформувати модель нормування окремих показників комплаєнс-безпеки промислового підприємства в наступному вигляді:

$$z_{ij} = \begin{cases} \dfrac{x_{ij} - x_{гр}^{\min}}{x_{гр}^{\min} - x_{доc}^{\min}}, \quad при\ умові: \quad x_{доc}^{\min} \le x_{ij} \le x_{гр}^{\min}; \\ \dfrac{(x_{ij} - x_{гр}^{\min}) + x_{\min}^{*}(x_{opt}^{\min} - x_{ij})}{x_{opt}^{\min} - x_{гр}^{\min}}, \\ при\ умові: \quad x_{гр}^{\min} \le x_{ij} \le x_{opt}^{\min}; \quad x_{opt}^{\min} \le x_{ij} \le x_{opt}^{\max}; \\ \dfrac{x_{\max}^{*}(x_{ij} - x_{opt}^{\max}) + (x_{гр}^{\max} - x_{ij})}{x_{гр}^{\max} - x_{opt}^{\max}}, \\ при\ умові: \quad x_{гр}^{\min} \le x_{ij} \le x_{opt}^{\min}; \\ \dfrac{x_{доc}^{\max} - x_{ij}}{x_{доc}^{\max} - x_{гр}^{\max}}, \quad при\ умові: \quad x_{гр}^{\max} \le x_{ij} \le x_{доc}^{\max}. \end{cases}$$

де: x_{ij} - значення показника; z_{ij} - нормоване значення показника x_{ij}; $x_{доc}^{\min}$, $x_{доc}^{\max}$ - економічно досяжні мінімальне і максимальне значення показника; $x_{гр}^{\min}$, $x_{гр}^{\max}$ - граничні (порогові) нижнє і верхнє значення показника, тобто значення, за межі яких бажано не заходити при нормальній роботі підприємства; $x_{opt}^{\min}$, $x_{opt}^{\max}$ - мінімальне і максимальне оптимальні значення показника, тобто інтервал оптимальних значень; $x^*_н = 0,5$; $x^*_в = 0,5$.

За межами інтервалу [$x_{доc}^{\min}$, $x_{доc}^{\max}$] нормалізовані величини індикаторів рівні нулю).

Не менш важливою задачею при розробці та формуванні методичних положень по визначенню інтегрального показника комплаєнс-безпеки

промислового підприємства є алгоритм розрахунку вагових коефіцієнтів відповідних часткових показників рівня економічної безпеки промислового підприємства α_i, α_j.

Наявні теоретичні розробки рекомендують визначати вагові коефіцієнти з використанням моделі головних компонент [1, 5]. Вказана модель трансформує m-мірний простір певних ознак в p-мірний просторовий компонент ($p < m$). У моделі головних компонент зв'язок між первинними ознаками і компонентами описується як лінійна комбінація:

$$f_i = \sum_{j=1}^{m} c_{ij} R_j ,$$

де f_i - стандартизовані значення i-ї ознаки з одиничними дисперсіями; сумарна дисперсія дорівнює числу ознак m; c_{ij} - внесок j-го компонента в сумарну дисперсію безлічі показників i-ї сфери; компоненти R_j також представляють собою лінійну комбінацію:

$$R_j = \sum_{j=1}^{m} d_{ij} x_{ij} ,$$

де: d_{ij} - факторні навантаження; x_{ij} - вхідні дані. Вагові коефіцієнти a_{ij} розраховуються наступним чином:

$$a_{ij} = \frac{c_{ij} \left| d_{ij} \right|}{\sum c_{ij} \left| d_{ij} \right|} .$$

Побудова моделі головних компонент рекомендується здійснюється с допомогою пакета «Статистика» [4] в три етапи:

а) розрахунок кореляційної матриці;

б) виділення головних компонент і розрахунок факторних навантажень;

в) ідентифікація головних компонентів.

Визначення величини вагових коефіцієнтів з використанням методу головних компонент в ряді випадків надає досить точні та математично обґрунтовані результати. Разом з тим, на нашу думку, в багатьох випадках такий підхід не є в достатній мірі прийнятним, в зв'язку з його надмірною трудомісткістю.

В достатній мірі прийнятні результати є метод експертних оцінок. Ваговий коефіцієнт j-ї складової визначається експертним шляхом серед експертів (кількість експертів дорівнює N) як відношення суми балів, які дали всі експерти даній сфері, до загальної суми балів [4, 5].

$$\gamma_j = \frac{\sum_{n=1}^{N} S_{in}}{\sum_{k=1}^{M} \sum_{n=1}^{N} S_{kn}}$$

де: S_{jn} - оцінка j-ї складової, яку надав їй n-й експерт; N - кількість експертів; M - кількість складових інтегрального показника економічної безпеки підприємства.

На заключному етапі процесу моделювання (прогнозування) рівня економічної безпеки суб'єкта господарювання здійснюється остаточна оцінка стану його економічної безпеки шляхом розрахунку комплексного узагальненого інтегрованого показника на під ґрунті процедур рейтингового оцінювання, з окрема, за формулою, що запропонована в [3]:

Висновки. Сьогодні комплаєнс є важливою ланкою системи управління процесами забезпечення економічної безпеки промислового підприємства, дотримання підприємством та його співробітників законності та правил корпоративної етики. Сьогодні обов'язок створювати в організаційній структурі управління відповідні комплаєнс-підрозділи передбачається тільки в фінансових установах, зокрема в банківській сфері. На інші види підприємств та організацій ці вимоги сьогодні не поширюються.

Промислові підприємства, на які нормативні вимоги до обов'язкової наявності комплаенс-служби не поширюються, можуть в добровільному порядку вибудувати усередині себе цю функцію (комплаєнс-програму) у вигляді централізованої, децентралізованої або комбінованої структури. Як свідчить досвід роботи сучасних промислових підприємств, наявність в їх структурі комплаєнс-підрозділів дозволяє в значній мірі активізувати роботи по породженню таких негативних явищ, як корупція, шахрайство, відмивання грошей, порушення правил корпоративної етики.

Важливим механізмом оцінки ефективності використання комплаєнс-програми є також взаємовідносини з керівництвом підприємства, моніторинг зворотного зв'язку між керівництвом та співробітниками комплаєнс-служб щодо потенційних та реальних комплаєнс-ризиків на підприємстві, на які рядові співробітники зазвичай не звертають уваги. Також важливим механізмом оцінки ефективності комплаєнс є залучення зовнішніх експертів для комплаєнс-аудиту бізнес-процесів, проведення інтерв'ю з ключовими співробітниками, отримання звіту щодо ефективності комплаєнс-системи та пропозицій щодо її покращення.

Список літератури.

1. Громыко А.Ю. Методика оценки интегрального показателя экономической безопасности предприятия / А.Ю.Громыко, С.Г.Москаленко // *Актуальные проблемы социально-гуманитарного и научно-технического знания*. 2015. № 2. С. 41–43.
2. Джулій Л.В. Організаційні аспекти та система обліку депозитних операцій комерційних банків [Текст] / Л. В. Джулій, М. Грицаюк // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки.* – 2017. – № 3, т. 1. – С. 136-139.
3. Щекович О.С. Методологічні підходи до оцінки та прогнозування економічної безпеки суб'єктів господарювання на галузевому, міжгалузевому та регіональному рівнях / О.С.Щекович, М.Г.Афанасьєва // *Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопіль : «Економічна думка»,* 2013. – Том 14. – №1. – С. 184-193.
4. Шлыков В.В. Комплексное обеспечение экономической безопасности предприятия. — СПб.: Алетейя, 2009. — С. 138.
5. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Інноваційна діяльність як фактор економічної безпеки промислового підприємства // *Інструменти та методи комерціалізації інноваційної продукції :* монографія / за ред. д.е.н., проф. Ілляшенка С.М., к.е.н., доц. Біловодської О.А. – Суми : Триторія, 2018. – С.56-74.
6. Kocziszky György, Veres Somosi M., Pererva P.G. Anti-corruption compliance in the enterprise's program // Стратегічні перспективи розвитку економічних суб'єктів в нестабільному економічному середовищі: зб. тез наук. робіт 2-ї Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. з міжнар. участю, 28-30 листопада 2017 р. / Кременч. нац. ун-т ім. Михайла Остроградського.– Кременчук, 2017. – С. 164-167.

7. Sikorska M., Kocziszky György, Pererva P.G. Compliance service at guest services enterprises / M.Sikorska, // Менеджмент розвитку соціально-економічних систем у новій економіці : матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Полтава, 19 жовтня 2017 р. – Полтава : ПУЕТ, 2017. – С. 389-391.
8. Kocziszky György, Veres Somosi M., Kobielieva T.O.Reputational compliance // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2017" : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. / ред.: О. В. Манойленко, Є. М. Строков. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – С. 140-143.
9. Перерва П.Г., Hari C., Nagy Szabolcs, Кобєлєва Т.О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.
10. Nagy Szabolcs, Sikorska M., Pererva P. Estimation of economic efficiency of power engineering // Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток : матеріали 10-ї Ювіл. Міжнар. наук.-практ. конф., 18-19 квітня 2018 р. – Харків : ХНУБА, 2018. – С. 3-6.
11. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
12. Kocziszky György Veres Somosi M., Kobielieva T.O. Compliance risk in the enterprise // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність "Форвард–2017" : тр. 8-ї Міжнар. наук.-практ. Internet-конф. студ. та молодих вчених, 27 грудня 2017 р. / ред.: П. Г. Перерва, Є.М.Строков, О.М.Гуцан. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – С. 54-57.
13. Nagy Szabolcs Sikorska M., Pererva P. Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire // Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами : матеріали 9-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 19 квітня 2018 р. – Київ : НАУ, 2018. – С. 21-22.
14. Nagy Szabolcs, Pererva P. Monitoring of innovation and investment potential of industrial enterprises // *Сучасні тенденції розвитку світової економіки : зб. матеріалів 10-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 18 травня 2018 р.* – Харків : ХНАДУ, 2018. – С. 88-89.
15. Nagy Szabolcs Digital economy and society – a cross country comparison of Hungary and Ukraine // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр*. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 46 (1267). – С. 174-179.
16. Романчик Т.В. Теорія інновації: дослідження понятійного апарату / Т.В.Романчик // Бізнес Інформ. – 2014. – № 10. – С. 138-142.
17. Potrashkova L., Raiko D., Tseitlin L., Savchenko O., Nagy S. (2018) Methodological provisions for conducting empirical research of the availability and implementation of the consumers' socially responsible intentions // Маркетинг і менеджмент інновацій / Marketing and management of innovations.- № 3.- pp.133-141.
18. Nagy S., Piskóti I., Molnár L., Marien, A. (2012). The relationship between values and general environmental behaviour. Economics and Management, No.17(1), pp.272-278.
19. Piskoti I., Nagy S. (2009) A new customer satisfaction management model (methodology and practice). Economics and managements, No. 14, pp. 483-490.
20. Романчик Т. В. Оцінка сучасного стану інноваційної діяльності підприємств України / Т. В. Романчик // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2008. – № 55 (1). – С. 52-61.
21. Pererva P., Nagy S., Maslak M. (2018) Organization of marketing activities on the intrapreneurship // MIND JOURNAL // Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna.- №5.- [Published online].- Access mode: https://mindjournal.wseh.pl/sites/default/files/article/09-18/organization_of_marketing_activities_on_the_intrapreneurship.pdf
22. Nagy S. (2017) The Impact Of Country Of Origin In Mobile Phone Choice Of Generation Y And Z // JOURNAL OF MANAGEMENT AND TRAINING FOR INDUSTRIES.- №4.- pp.16-29.
23. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр.- Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017.– № 24 (1246).– С. 153-158.
24. Романчик Т. В. Наукові засади дефініції "економічна безпека" / Т. В. Романчик // Стратегічні перспективи розвитку економічних суб'єктів в нестабільному економічному середовищі : зб. тез наук. робіт 1-ї Всеукраїнської наук.-практ. інтернет-конф., 21-23 березня 2017 р. – Кременчук : КрНУ, 2017. – С. 206-209.
25. Романчик Т.В. Економічна безпека підприємства: функціональні аспекти / Т. В. Романчик // Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 10-річчю факультету міжнародного туризму та управління персоналом Запорізького національного технічного університету, 30-31 березня 2017 р. : [в 2 т.]. Т. 2 / ред. В. М. Зайцева. – Запоріжжя : "Просвіта", 2017. – С. 372-374.
26. Перерва П.Г. Комплексний підхід до управління конкурентоспроможністю промислової продукції / П.Г.Перерва, Т.В.Романчик // Перспективи і пріоритети розвитку економіки України та її регіонів : зб. наук. праць. – Луцьк : ЛНТУ, 2012. – Вип. 9 (34). – Ч. 2.– С. 19–29.

References (transliterated)

1. Hromyko A.Y. Metodyka otsenky yntehral′noho pokazatelya ékonomycheskoy bezopasnosty predpryyatyya [Methodology for evaluating the integral index of economic security of the enterprise] / A.Y.Hromyko, S.H.Moskalenko // Aktualnye problemy sotsyalno-humanytarnoho y nauchno-tekhnycheskoho znanyya [Actual problems of the social and humanistic science and technology].- 2015. № 2. S. 41–43.
2. Dzhuliy L.V. Orhanizatsiyni aspekty ta systema obliku depozytnykh operatsiy komertsiynykh bankiv [Organizational aspects and the system of accounting for deposit operations of commercial banks] / L.V.Dzhuliy, M.Hrytsayuk // *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky* [Bulletin of the Khmelnitsky National University. Economic sciences].– 2017. – № 3, t. 1. – S. 136-139.
3. Shchekovych O.S. Metodolohichni pidkhody do otsinky ta prohnozuvannya ekonomichnoyi bezpeky subyektiv hospodaryuvannya na haluzevomu, mizhhaluzevomu ta rehionalnomu rivnyakh [Methodological approaches to the estimation and forecasting of economic safety of economic entities at the branch, inter-branch and regional levels] / O.S.Shchekovych, M.H.Afanasyeva // *Ekonomichnyy analiz : zb. nauk. Prats* [Economic analysis sciences works] / Ternopil : «Ekonomichna dumka», 2013. – Tom 14. – №1. – S. 184-193.
4. Shlykov V.V. Complex protection ekonomichnoi bezpeki pidpriemstva [Comprehensive provision of economic security of the enterprise]. - SPb .: Aletheia, 2009. - p. 138.
5. Pererva P.G., Romanchyk T.V. Innovatsiyna diyalnist yak faktor ekonomichnoyi bezpeky promyslovoho pidpryyemstva [Innovative activity as a factor of economic safety of an industrial enterprise] // Instrumenty ta metody komertsializatsiyi innovatsiynoyi produktsiyi : monohrafiya [Instruments and methods of commercialization of innovative products: monograph] / za red. d.e.n., prof. Illyashenka S.M., k.e.n., dots. Bilovodskoyi O.A. – Sumy : Trytoriya, 2018. – S.56-74.
6. Kocziszky György, Veres Somosi M., Pererva P.G. Anti-corruption compliance in the enterprises program // Stratehichni perspektyvy rozvytku ekonomichnykh subyektiv v nestabilnomu ekonomichnomu seredovyshchi: zb. tez nauk. robit 2-yi Vseukr. nauk.-prakt. internet-konf. z mizhnar. uchastyu, 28-30 lystopada 2017 r.[Strategic prospects for the development of economic actors in an unstable economic environment: Sb. thesis of sciences. Works of the 2nd Allukr. science-practice internet conf. from international Participation, November 28-30, 2017] / Kremench. nat unm im. Mikhail Ostrogradsky. - Kremenchuk, 2017. - p. 164-167.
7. Sikorska M., Kocziszky György, Pererva P.G. Compliance service at guest services enterprises // *Menedzhment rozvytku sotsialno-ekonomichnykh system u noviy ekonomitsi : materialy Mizhnar. nauk.-prakt. internet-konf., m. Poltava, 19 zhovtnya 2017 r.*[Management of the development of socio-economic systems in the new economy: materials International. science-practice Internet conf., Poltava, October 19, 2017].- Poltava: BULLS, 2017. - p.389-391.
8. Kocziszky György, Veres Somosi M., Kobielieva T.O.Reputational Compliance // *Doslidzhennya ta optymizatsiya ekonomichnykh protsesiv "Optymum–2017" : tr. 13-yi Mizhnar. nauk.-prakt. konf., 6-8 hrudnya 2017 r. / red.: O. V. Manoylenko, YE. M. Strokov* [Research and Optimization of Economic Processes "Optimum-2017": Tr. 13th International science-practice Conf., December 6-8, 2017 / ed.: O. V. Manoylenko, E. M. Strokov]. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2017. – C. 140-143.
9. Pererva P.G., Nagi S., Nagy Szabolcs, Kobielieva T.O. Otsinka vplyvu innovatsiynoyi, investytsiynoyi ta marketynhovoyi polityky pidpryyemstva na riven′ konkurentospromozhnosti [Estimation of

influence of innovation, investment and marketing policy of the enterprise on the level of competitiveness] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr*.[Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences): Sb. sciences Ave]. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 15 (1291). – S. 89-94.

10. Nagy Szabolcs, Sikorska M., Pererva P. Estimation of economic efficiency of power engineering // *Yevropeyskyy vektor modernizatsiyi ekonomiky: kreatyvnist, prozoristta stalyy rozvytok : materialy 10-yi Yuvil. Mizhnar. nauk.-prakt. konf., 18-19 kvitnya 2018 r*.[European Vector of Economy Modernization: Creativity, Transparency and Sustainable Development: Materials of the 10th Anniv. International science-practice Conf., April 18-19, 2018]. – Kharkiv : KHNUBA, 2018. – S. 3-6.

11. Pererva P.G., Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. *Technology transfer*. Kharkiv-Miskolc: NTU "KhPI", 2012. - 668 p.

12. Kocziszky György Veres Somosi M., Kobielieva T.O. Compliance risk in the enterprise // *Stratehiyi innovatsiynoho rozvytku ekonomiky Ukrayiny: problemy, perspektyvy, efektyvnist "Forvard–2017" : tr. 8-yi Mizhnar. nauk.-prakt. Internet-konf. stud. ta molodykh vchenykh, 27 hrudnya 2017 r. / red.: P. H. Pererva, YE. M. Strokov, O. M. Hutsan* [Strategies of innovative development of the Ukrainian economy: problems, prospects, and effectiveness "Forward-2017": tr. 8th International science-practice Internet Conf. studio and young scientists, December 27, 2017 / ed.: P. G. Pererva, E. M. Strokov, A. M. Gutsan]. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2017. – S. 54-57.

13. Nagy Szabolcs Sikorska M., Pererva P. Current evaluation of the patent of the issue of law questionnaire // *Suchasni pidkhody do kreatyvnoho upravlinnya ekonomichnymy protsesamy : materialy 9-yi Vseukr. nauk.-prakt. konf., 19 kvitnya 2018 r.* [Modern approaches to creative management of economic processes: materials of the 9th Allukr. science-practice Conf., April 19, 2018]. – Kiev : NAU, 2018. – S. 21-22.

14. Nagy Szabolcs, Pererva P. Monitoring of innovation and investment potential of industrial enterprises // *Suchasni tendentsiyi rozvytku svitovoyi ekonomiky : zb. materialiv 10-yi Mizhnar. nauk.-prakt. konf., 18 travnya 2018 r.* [Current trends of world economy development: Materials of the 10th International science-practice Conf., May 18, 2018]. – Kharkiv : KHNADU, 2018. – S. 88-89.

15. Nagy Szabolcs Digital economy and society – a cross country comparison of Hungary and Ukraine // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivs'kyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr. 2017* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences): Sb. sciences Ave] – Kharkiv : NTU "KHPI", 2017.– № 46 (1267). – S. 174-179.

16. Romanchik T.V. Teoriya innovatsiyi: doslidzhennya ponyatiynoho aparatu [Theory of innovation: the study of the conceptual apparatus] // *Biznes Inform* [Business Inform]. - 2014. - No. 10. - P. 138-142.

17. Potrashkova L., Raiko D., Tseitlin L., Savchenko O., Nagy S. (2018) [Methodological provisions for conducting empirical research on the availability and implementation of the consumers' socially responsible intentions] // Marketing and management of innovations / Marketing and management of innovations.- No. 3.- pp.133-141.

18. Nagy S., Piskóti I., Molnár L., Marien, A. (2012). The relationship between values and general environmental behaviors. Economics and Management, No. 17 (1), pp.272-278.

19. Piskoti I., Nagy S. (2009) A new customer satisfaction management model (methodology and practice). Economics and Management, No. 14, pp. 483-490.

20. Romanchik T.V. Otsinka suchasnoho stanu innovatsiynoyi diyal′nosti pidpryyemstv Ukrayiny [Estimation of the current state of innovation activity of Ukrainian enterprises / T. Romanchyk // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" : zb. nauk. pr*.[Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave]. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2008. - No. 55 (1). - P. 52-61.

21. Pererva P., Nagy S., Maslak M. (2018) [Organization of marketing activities on the intrapreneurship // MIND JOURNAL // Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna.- No.5.- [Published online] .- Access mode: https://mindjournal.wseh.pl/sites/default/files/article/09-18/organization_of_marketing_activities_on_the_intrapreneurship.pd

22. Nagy S. (2017) [The Impact of the Country of Origin in the Mobile Phone Choice of Generation Y And Z // JOURNAL OF MANAGEMENT AND TRAINING FOR INDUSTRIES .- No. 4.- pp.16-29.

23. Pererva P.G. Komplaens-prohramma promyshlennoho predpryyatyya: sushchnost y zadachy [Compliance program of an industrial enterprise: essence and tasks // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" : zb. nauk. pr*.[Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave]. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2017.- No. 24 (1246) .- P. 153-158.

24. Romanchik T.V. Naukovi zasady definitsiyi "ekonomichna bezpeka" [Scientific principles of the definition of "economic security"] // Stratehichni perspektyvy rozvytku ekonomichnykh sub'yektiv v nestabil′nomu ekonomichnomu seredovyshchi [*Strategic prospects for the development of economic actors in an unstable economic environment*]: Sb. thesis of sciences. Works of the 1st All-Ukrainian Sciences. -Prekt. Internet conf., March 21-23, 2017 - Kremenchuk: KrnU, 2017. - P. 206-209.

25. Romanchik T.V. Ekonomichna bezpeka pidpryyemstva: funktsional′ni aspekty [Economic security of the enterprise: functional aspects] // Stratehichni imperatyvy rozvytku turyzmu ta ekonomiky v umovakh hlobalizatsiyi [*Strategic imperatives of tourism and economy development in the conditions of globalization*] Materials International. science-practice conference devoted to the 10th anniversary of the faculty of international tourism and personnel management of the Zaporizhzhya National Technical University, March 30-31, 2017: [in 2 tons]. T. 2 / ed. V. M. Zaitseva. - Zaporozhye: Prosvita, 2017. - P. 372-374.

26. Pererva P.G., Romanchik T.V. Kompleksnyy pidkhid do upravlinnya konkurentospromozhnistyu promyslovoyi produktsiyi [Integrated Approach to Managing the Competitiveness of Industrial Products] // *Perspektyvy i priorytety rozvytku ekonomiky Ukrayiny ta yiyi rehioniv : zb. nauk. prats* [Perspectives and Priorities of the Ukrainian Economy and its Regions] Sb. sciences works. - Lutsk: LNTU, 2012. - Vip. 9 (34). - Ch. 2.- P. 19-29.

Надійшла (received) 28.11.2018

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Кобєлєва Тетяна Олександрівна (Кобелева Татьяна Александровна, Kobielieva Tetiana Oleksandrivna) - кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0001-6618-0380; e-mail: tanja.kobeleva@gmail.com

УДК 330

О. О. ЛІТВИНЕНКО, М.В. ЛІТВИНЕНКО

РЕАЛІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ ШЛЯХОМ СПРОБИ СТВОРЕННЯ ПЕРШОГО ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Висвітлено значимість молодіжного підприємництва для розвитку економічної політики країни. Досліджено молодіжне підприємництво як особливий вид економічної активності молоді, його вплив на досягнення економічних інтересів та розкриття творчого потенціалу і самореалізацію молоді. Право кожної людини на реалізацію свого потенціалу, вільний і всебічний розвиток себе як особистості визначено Конституцією України. У роботі зроблено акцент, що економічний профіль навчання у Навчально-науковому інституті економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу формує у студентів підприємницьке мислення, забезпечує отримання різних компетенцій і можливостей підприємницької ініціативи та надає можливість спробувати втілити ідею в реальний проект, а саме створити власний бізнес в молодіжному середовищі з метою отримання прибутку і самореалізації. В роботі розглянуто проект з виробництва виробів для розвитку дітей віком до року, а також дітей з захворюванням аутизму, дитячого церебрального паралічу, а саме текстильних виробів (ковдр та подушок) по техніці «Бонбон», що являє собою різновид декоративно-прикладного мистецтва. Визначено їх функціональні характеристики: практичну, естетичну, оздоровчу та соціальну. Показано, що для реалізації цього бачення необхідно прорахувати мінімальний набір чинників,: аналіз конкурентного поля, аналіз сильних, слабких сторін, можливостей та загроз, сформувати бізнес-модель та ціннісну пропозицію, визначити етапи реалізації проекту та прорахувати доходи та витрати. На базі цього сформовано послідовність дій при реалізації проекту: забезпечення наявності організаційно-правової форми підприємництва, аналіз ринку (конкурентів та попиту) і вибір напрямів збуту, розрахунок собівартості виробу, визначення ціни з урахуванням вимог ринку, розрахунок очікуваного економічного ефекту, аналіз результатів проекту та внесення коректив за необхідністю, подальше розширення підприємницької діяльності. Зроблено висновок, що розвиток молодіжної підприємницької діяльності потрібно розглядати як об'єктивну необхідність і реальність сучасного етапу розвитку України. А розвиток саме студентського підприємництва має зайняти особливе становище в системі державної молодіжної політики.

Ключові слова: власний бізнес, молодь, Інтернет-простір, текстильні вироби, розвиток дитини, витрати, наповнювач Memory ефективність, прибуток.

А. А. ЛИТВИНЕНКО, М. В. ЛИТВИНЕНКО

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПУТЕМ ПОПЫТКИ СОЗДАНИЯ ПЕРВОГО СОБСТВЕННО БИЗНЕСА

Освещена значимость молодежного предпринимательства для развития экономической политики страны. Исследовано молодежное предпринимательство как особый вид экономической активности молодежи, его влияние на достижение экономических интересов и раскрытия творческого потенциала и самореализации молодежи. Право каждого человека на реализацию своего потенциала, свободное и всестороннее развитие себя как личности определены Конституцией Украины. В работе сделан акцент, что экономический профиль обучения в Учебно-научном институте экономики, менеджмента и международного бизнеса формирует у студентов предпринимательское мышление, обеспечивает получение различных компетенций и возможностей предпринимательской инициативы и предоставляет возможность попробовать воплотить идею в реальный проект, а именно создать собственный бизнес в молодежной среде с целью получения прибыли и самореализации. Предложен проект по производству изделий для развития детей до года, а также детей с заболеванием аутизма, детского церебрального паралича, а именно текстильных изделий (одеял и подушек) по технике «Бонбон», представляющей собой разновидность декоративно-прикладного искусства. Определены их функциональные характеристики: практическую, эстетическую, оздоровительную и социальную. Показано, что для реализации этого видения необходимо просчитать минимальный набор факторов: анализ конкурентного поля, анализ сильных, слабых сторон, возможностей и угроз, сформировать бизнес-модель и ценностное предложение, определить этапы реализации проекта и просчитать доходы и расходы. На базе этого сформирована последовательность действий при реализации проекта: обеспечение наличия организационно-правовой формы предпринимательства, анализ рынка (конкурентов и спроса) и выбор направлений сбыта, расчет себестоимости изделия, определение цены с учетом требований рынка, расчет ожидаемого экономического эффекта, анализ результатов проекта и внесение корректив при необходимости, дальнейшее расширение предпринимательской деятельности. Сделан вывод, что развитие молодежной предпринимательской деятельности нужно рассматривать как объективную необходимость и реальность современного этапа развития Украины. А развитие именно студенческого предпринимательства должна занять особое положение в системе государственной молодежной политики.

Ключевые слова: собственный бизнес, молодежь, Интернет-пространство, текстильные изделия, развитие ребенка, затраты, наполнитель Memory эффективность, прибыль.

A.A LITVINENKO, M.V. LITVINENKO

REALIZATION OF ENTREPRENEURIAL CAPACITY BY AN ATTEMPT OF CREATING THE FIRST PERSONAL BUSINESS

The significance of youth entrepreneurship for the development of economic policy of the country is highlighted. Investigated youth entrepreneurship as a special type of youth economic activity, its influence on the achievement of economic interests and the disclosure of creative potential and self-realization of youth. The right of every person to realize his potential, the free and all-round development of himself as a person is determined by the Constitution of Ukraine. The emphasis is placed on the fact that the economic profile of teaching at the Educational-Scientific Institute of Economics, Management and International Business forms students entrepreneurial thinking, provides various competences and opportunities for entrepreneurial initiative and provides an opportunity to try to translate the idea into a real project, namely, to create their own business in the youth environment for the purpose of profit and self-realization. The project is devoted to the development of children's products for the development of children under the age of one year, as well as children with autism, cerebral palsy, namely, textile products (blankets and pillows) by the Bonbon technique, which is a kind of decorative and applied art. Their functional characteristics are defined: practical, aesthetic, recreational and social. It is shown that in order to realize this vision it is necessary to calculate the minimum set of factors: analysis of the competitive field, analysis of strengths, weaknesses, opportunities and threats, form a business model and value proposition, identify the stages of the project implementation and calculate the revenues and expenses. On the basis of this, a sequence of actions was created during the project implementation: ensuring the availability of the organizational and legal form of entrepreneurship, market analysis (competitors and demand), and the choice of sales areas, calculation of the product cost, price

© О. О. Літвиненко, М. В. Літвиненко, 2018

determination taking into account market requirements, calculation of expected economic effect, analysis of project results, and Making corrections as necessary, further expanding business activities. It is concluded that the development of youth entrepreneurial activity should be considered as an objective necessity and reality of the modern stage of development of Ukraine. And the development of student entrepreneurship should occupy a special position in the system of state youth policy.

Keywords: own business, youth, Internet space, textiles, child development, costs, memory filler efficiency, profit

Вступ. Сучасна молодь, у своїй переважній більшості, прагне особистої і фінансової свободи. Вона позитивно ставиться до ринкових форм господарювання, вона більш активна і пристосована до підприємництва. Сфера підприємництва – це важливий сектор розвитку економіки держави та регіону. Підприємці беруть на себе відповідальність та ризики ведення підприємницької діяльності та створюють матеріальні й нематеріальні блага, які є основою благополуччя країни, формують значну частину податкових надходжень державного та місцевого бюджетів.

Аналіз стану питання. Зокрема розвиток підприємницьких навичок у української молоді, розширення правової свідомості у питаннях провадження економічної діяльності є одним із вирішальних чинників, який дозволить сприяти соціально-економічному розвитку держави та самозайнятості населення.

Вже на власному досвіді, можемо стверджувати, що сьогодні меншість студентів безтурботно проводять вільний час, не перевантажуючи себе навчанням і мріючи про високі зарплати у великих фірмах. Підхід, щодо пошуку роботи після отримання диплому – вже минуле, понад 60 % студентів вже другого курсу замислюються о можливостях заробітку – це й обумовлює актуальність обраної теми статті.

Економічний профіль навчання у Навчально-науковому інституті економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу формує у студентів підприємницьке мислення, забезпечує отримання різних компетенцій і можливостей підприємницької ініціативи та надає можливість спробувати втілити ідею в реальний проект – створити власний бізнес в молодіжному середовищі, як з метою отримання прибутку, так і для повної самореалізації.

В умовах нестачі власних коштів і непередбаченості початкових субсидій у державних програмах сприяння розвиткові молодіжному підприємництву, українська молодь обмежена у масштабності ідей. У результаті, найреалістичніше на що можуть претендувати вітчизняні студенти – Інтернет торгівлю на базі існуючих українських платформ (найпопулярніші з них: Prom.ua, Bigl.ua, OLX.ua, Zakupka.com) та соціальних мереж, з перспективністю створення власного Інтернет-магазину.

Звісно торгувати виробами з низькою ціною, що закуплені на азіатських та американських сайтах є привабливим для підприємця, але таким чином підтримується економічний розвиток інших держав. Для України сьогодні вкрай необхідно розвивати власне вітчизняне виробництво продукції.

Аналіз основних досягнень і літератури. Дослідженню проблем самореалізації особистості присвячені праці українських учених В. Андрущенка, М. Булатова, Л. Губерського, А. Єрмоленка, С. Кримського, А. Лоя, М. Михальченка, І. Надольного, В. Табачковського, Г. Шалашенка [1-3, 6] та ін. В роботах авторів: Н. Зарипової, Л. Гармаш, А. Єфремова, Є. Іваненко, Т. Коломиец безпосередньо розглянуто проблеми самореалізації людини [4-7,]. Сьогодні багато дослідників розглядають молодь, як важливу складову суспільства і вагомий фактор соціально-економічного прогресу. Зокрема, від рівня залученості молоді у сферу підприємництва, багато у чому залежить прогрес ділової активності у суспільстві у цілому. За результатами опитувань «Молоді України», близько 40% респондентів мають бажання стати підприємцем, мати власну справу [2], однак для реалізації цього бачення необхідно прорахувати мінімальний набір чинників,: аналіз конкурентного поля, аналіз сильних, слабких сторін, можливостей та загроз, сформувати бізнес-модель та ціннісну пропозицію, визначити етапи реалізації проекту та прорахувати доходи та видатки.

З більшістю питань можна розібратись і самотужки: є література, тематичні Youtube канали, курси. Таким чином, сьогодні молодь має можливості бути активним учасником процесу забезпечення сталого місцевого розвитку і на практиці втілити своє бачення майбутнього України.

Мета роботи. Дослідження етапів втілення ідеї створення власного бізнесу в молодіжному середовищі в реальний проект, як з метою отримання прибутку, так і для повної самореалізації.

Результати роботи. Для дослідження та налізу молодіжного бізнесу розглянемо його особливості за допомогою конкретного підприємницького проекту.

В проекті пропонується виробництво виробів для розвитку дітей віком до року, а також дітей з захворюванням аутизму, дитячого церебрального паралічу. А саме текстильних виробів (ковдр та подушок) по техніці «Бонбон», що являє собою різновид декоративно-прикладного мистецтва (рис. 1, табл. 1).

Окрім переваг, які наведені у табл. 1, можливо також зазначити не масовий характер виробництва, запропонованих виробів, унікальність кожного з них та допоміжну функціональність у розвитку дитини – розвиток скоординованих дій (дрібну моторику).

Рис. 1 –Зовнішній вигляд ковдри по техніці «Бонбон»

З розвитком і вдосконаленням дрібної моторики кисті і пальців рук напряму пов'язано розвиток центральної нервової системи та формування психічних процесів, мови. Аналіз і синтез при обробці інформації в центральній нервовій системі забезпечує свідомий відбір найбільш відточених моторних функцій. При поліпшенні моторних функцій дитина відчуває себе більш комфортно в будь-якій ситуації, в будь-якому середовищі.

Особливої уваги потребує етап «Аналіз ринку і вибору напрямів збуту». Як вже було зазначено Інтернет торгівля сьогодні набирає значних обертів. Головною причиною створення і бурхливого розвитку Інтернет-магазинів стало бажання швидко реагувати на ринок, тобто продавати те, що потрібно людям.

Простота відвідування, доступність в будь-який час доби і найширший асортимент товарів в купі з прийнятними цінами створили сприятливий ґрунт для появи нових сервісів і їх бурхливого розвитку.

Цьому свідчать сотні новостворених або вже працюючих магазинів, що пропонують практично необмежений асортимент товару.

Торгівля в Інтернеті має свої переваги, основні з яких:

– вартість організації торгівлі в Інтернеті менше, ніж в офлайні за інших рівних умов;

– інтернет-магазин працює 24 години на добу, 7 днів на тиждень;.

– при правильній організації інтернет-магазину витрати на залучення покупця істотно знижуються;

– вартість рекламної кампанії в Інтернеті значно нижче офлайнової;

– охоплення аудиторії в географічному масштабі не зіставимо з звичайної торговою точкою.

Одним з основних напрямків Інтернет торгівлі, як трампліну для старту бізнесу – є торгівля через соціальну мережу Instagram. Вже сьогодні сервіс налічує більше 400 мільйонів користувачів, і їх число продовжує рости.

Таблиця 1 – Функціональні характеристики текстильних виробів по техніці «Бонбон»

Практична	Естетична
– нічим не відрізняються по теплових властивостях від звичайного ковдри, даруючи відчуття затишку і зігріваючи тіло користувача без перегріву; – за рахунок легкого наповнювача, що використовується як набивання, не мають великої ваги, тому комфортні і зручні в застосуванні; – виконуються для користувачів різного віку, включаючи новонароджених, дітей дошкільного та шкільного періоду, підлітків і дорослих (в тому числі літніх людей); – мобільні та при необхідності легко згортаються, складаються для зберігання в білизняний ящик меблів, не займаючи багато місця; – в більшості випадків витримують прання в пральній машині на делікатному режимі при 30 градусах	– можуть бути самостійним елементом дизайну або виготовляються у вигляді комплекту, доповнюючи чохлами або готовими подушками аналогічного стилю, подібними бортами в дитяче ліжечко, накидками на сидіння крісел або дивана, фактурними іграшками з ідентичного матеріалу
Оздоровча	**Соціальна**
– виготовляються з текстилю натурального походження, що не дратівної навіть чутливу шкіру, тому підходять алергікам; – мають гіпоалергенний наповнювач з відмінним повітрообміном і гігроскопічністю, стійкий до утворення середовища для мікроорганізмів; – за рахунок щільної структури текстилю не пропускають і не накопичують пил, що запобігає утворенню пилових кліщів - джерела свербіжу та почервоніння шкіри; – оснащуються натуральної підкладкою виворітного боку, що надає виробу тепло, створює максимальний комфорт і виключає ворушіння в процесі сну	– є однією із затребуваних технік рукоділля, з якої під силу впоратися навіть недосвідченої майстрині, використовуючи прийоми професіоналів, які знають, як легко і швидко виготовити подібні речі; – завжди бажані в якості подарунка собі або близьким

Зупинимось на етапах реалізації проекту (рис. 2).

На початку будь якої підприємницької діяльності необхідно пройти реєстрацію, обравши організаційно-правову форму підприємництва та відповідну систему оподаткування. Зазначений проект планується, реалізувати, як розширення підприємницької діяльності по формі – фізична особа підприємець (ФОП) та 2 група платників єдиного податку.

Для збільшення обсягів продажів і підвищення впізнаваності продукції у проекті на даному етапі обрано наступні напрями збуту: соціальна мережа Instagram і Інтернет-платформа Prom.ua. При наявності певних фінансів планується створення власного Інтернет-магазину, що і є ключовим етапом проекту.

На етапі розрахунку очікуваного річного економічного ефекту прораховано:

У проекті річний результат дорівнює:

Р= Ц*N,

де Ц – ціна за одиницю, грн;

N – кількість виробів, шт.

Р= 1299*240=311760 грн.

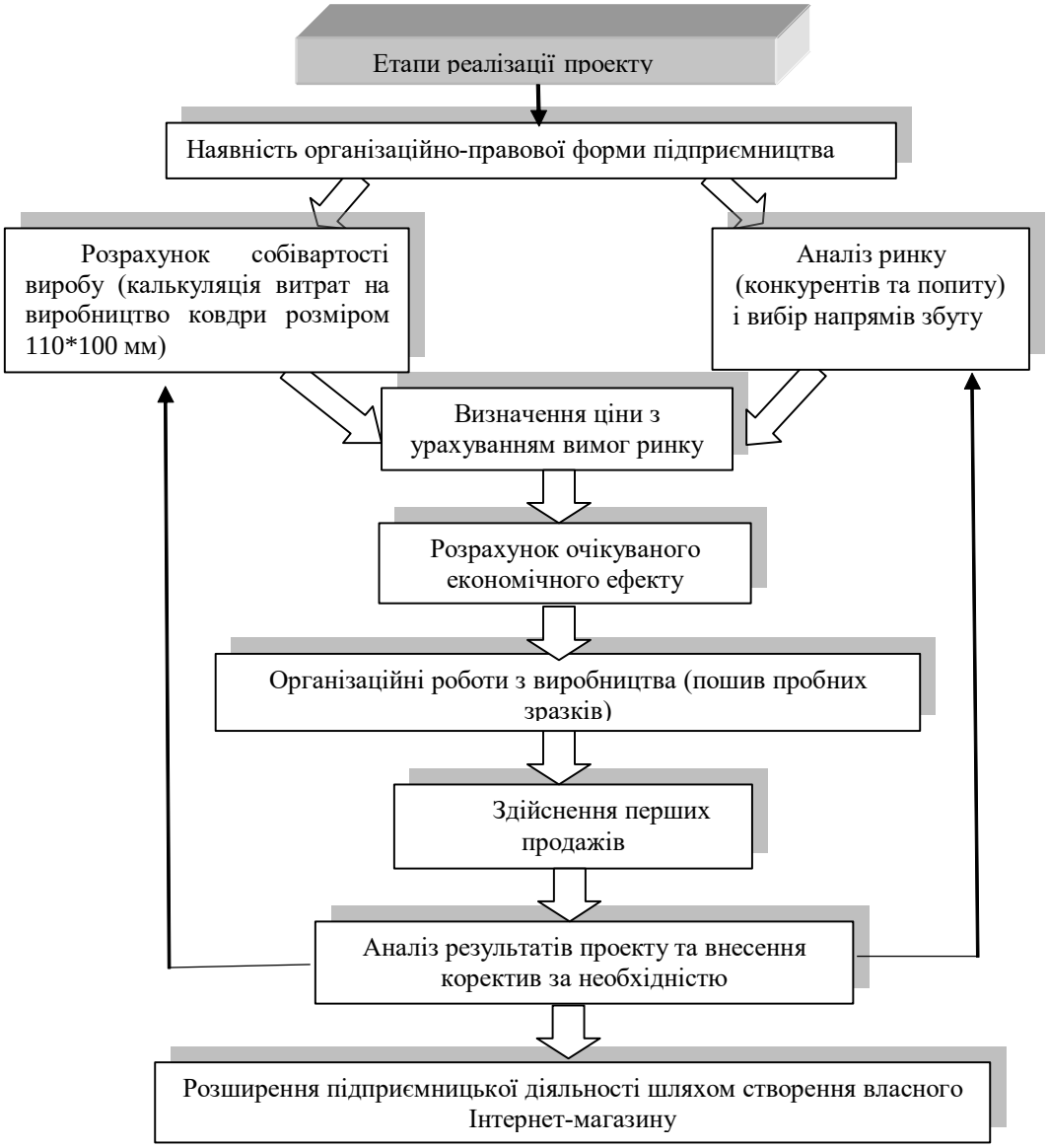


Рис. 2 Послідовність дій при реалізації проекту

Щодо витрат проекту, то вони поділяються на дві основні категорії:

– змінні: витрати на матеріали, витрати на виробництво (табл. 2);

– постійні: єдиноразові – витрати на розробку контенту, витрати на збут; податки (табл. 3).

При визначенні ціни врахована собівартість та існуючі ціни конкурентів на ринку на аналогічні вироби (від 800 грн до 1400 грн). Ціна за виріб у проекті становить 1299 грн. (націнка складає 46,7 %) Планується за рік виробити та реалізувати 240 ковдр.

Річні витрати = $C*N + В_п + П_{од}$,

де С – собівартість виробу (табл. 2);

$В_п$ – постійні витрати за проектом (табл. 3);

$П_{од}$ – річний податок (2 група платників єдиного податку сплачує на місяць 744,60 грн, тобто за рік податок складе 8935, 2 грн)/

Річні витрати = 885,42*240 +7650+ 8935,2= 229086 грн.

Абсолютний ефект = 311760 – 229086= 82674 грн.

Таблиця 2 – Змінні витрати на виробництво ковдри розміром 110*100 см

№	Найменування статті витрат, грн	Величина, грн
1	Матеріли: сатин (відріз з урахуванням припусків розміром 140* 154 см); тканина MinKy (пухирці); он, відріз розміром 80*150 см); - утеплювач – сінтепон (1 м/пог); - наповнювач - холлофайбер, сінтепон, сінтепух (1 кг); - армовані нитки в тон текстилю Сума по матеріалу:	211,4 209,4 147,52 25 73 19,1 685,42
2	Робота (пошив):	200
3	Разом:	885,42

Таблиця 3 – Постійні витрати за проектом

№	Найменування статті витрат, грн	Величина, грн
1	Створення контенту: – фото сесія	1000
2	Збут: – Інтернет торгівля на базі платформи Prom.ua (річний пакет+ реклама ProSale); – торгівля у соціальної мережі Instagram (реклама)	4500+150 2000
3	Разом $В_п$:	7650

Економічна ефективність – це відносний показник, що показує відношення отриманого результату до витрат, який зумовив цей результат, і позитивність ресурсного балансу, тобто забезпечення економічної системи необхідними ресурсами.

У проекті:

Економічна ефективність = 311760 / 229086 = 1,36.

Розраховано точку беззбитковості та термін окупності.

Точка беззбитковості = Зов / (Цоп – Вп)

де Зов – загальні операційні витрати організації;

Цоп – ціна одиниці продукції організації;

Вп – прямі витрати на одиницю продукції.

Точка беззбитковості = 16585,2 / (1299 – 885,42) = 40 одиниць.

Термін окупності проекту = Річні витрати / Результат = 229086 / 311760= 0,74 р. (близько 9 місяців).

На сьогодні отримано наступні результати:

– вироблено пробну партію ковдр (розміром 110*100 см) у кількості 10 шт: розроблено дизайн, закуплено матеріали, виконано організаційні роботи з виробництва;

– розвинута бізнес-сторінка у Instagram (urban._.way рис. 3), де вже з рік реалізуються жіночі аксесуари та виставлено перші дослідні зразки ковдр «Бонпон», з метою виявлення попиту;

– відкрито Інтернет-магазин на платформі Prom.ua, де розміщено всю необхідну інформацію (сплачено річну оренду на його утримання);

– на сьогоднішній день реалізовано 8 ковдр (період півмісяця);

– постійно проводиться робота з маркетингового просування: на платформі Prom.ua куплена реклама ProSale (в рамках бюджету 150грн), у Instagram здійснюється розвиток контенту шляхом знімання відео-історії про те, як виготовляються ковдри «Бонпон», залучається дитяча аудиторія для виявлення справжніх емоцій, проводиться соціальне опитування на тему, який дизайн виробу бачать потенційні покупці і т.п.

Для подальшого розвинення проекту планується виробити оздоровчі ковдри-матрацики з сегментами розміром 3*3см з наповнювачем Memory Foam.

Матеріал Memory Foam – високотехнологічний матеріал, що був спочатку розроблений на початку 70-х років в дослідницькому центрі NASA для того, щоб зменшити тиск, викликаний гігантської силою гравітації, яку відчували астронавти під час старту.

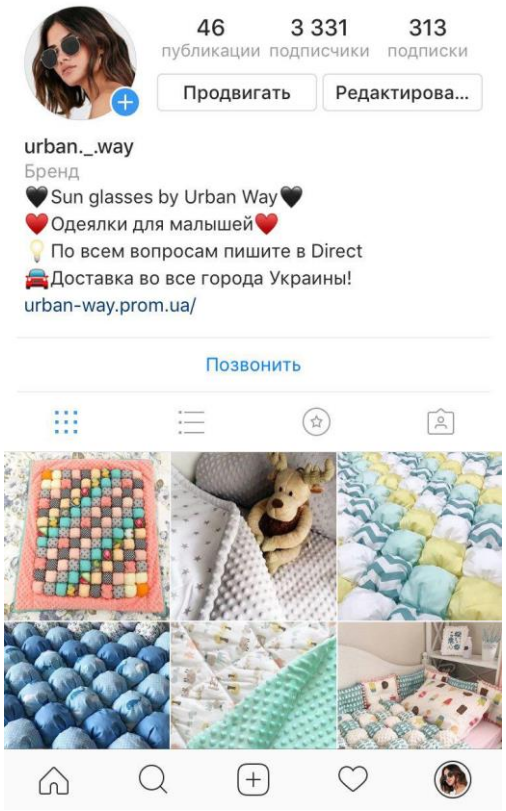
Клітинки з «пам'яттю», з яких складається матеріал, реагуючи на температуру і вагу людського тіла, ідеально підлаштовуються під форму тіла, в точності повторюючи його контури. Матеріал стає м'якше в областях з підвищеною температурою (там, де тіло щільніше прилягає до матраца), і залишається твердим у тих зонах, де немає сильного прилягання до поверхні. Допомагаючи розподілити вагу тіла на набагато більшій площі, клітинки з «пам'яттю» знижують тиск особливо чутливих ділянок тіла, таких як голова, плечі, стегна, коліна, ступні майже вдвічі.

Перерозподіл тиску сприяє збереженню природної циркуляції крові, попереджає порушення обміну речовин і забезпечує оптимальний рівень комфорту під час сну.

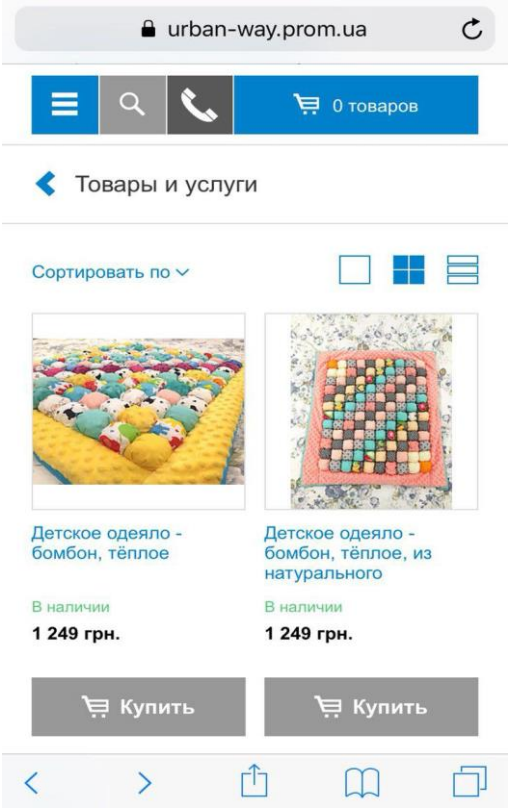
Memory Foam називають «дихаючим» матеріалом. Його внутрішня структура є самовентилюючою це дозволяє волозі, яку виділяє людина протягом ночі, швидко випаровуватися з поверхні матраца, забезпечуючи, тим самим, хороший доступ кисню до шкіри і підтримуючи природний повітрообмін в тканинах. Антибактеріальні та гіпоалергенні властивості Memory Foam дають матеріалу додаткові переваги перед іншими наповнювачами.

На ринку дитячих виробів матрациків в дизайні «Бонпон» з оздоровчими властивостями Memory Foam ще не існує.

Для реалізації нового проекту необхідні додаткові кошти на виробництво (табл. 4).



а)



б)

Рис. 3 Вигляд контенту: а) у Instagram , б) платформі Prom.ua

Таблиця 4 – Необхідні додаткові витрати на виробництво партії оздоровчих ковдр-матрациків з наповнювачем Memory Foam

№	Найменування статті витрат, грн	Величина, грн
1	Матеріли: - верхня тканина – сатин (відріз з урахуванням припусків розміром 140* 154 см); - наповнювач - Memory Foam (відріз з розміром 200*120*1 см); - армовані нитки в тон текстилю Сума по матеріалу:	 211,4 487 19,1 7 17,5
2	Робота (пошив):	200
3	Разом:	917,5

Висновки. Зроблено висновок, що підприємницький бізнес проявляє себе як особлива сила, що робить вплив на всі умови життя людського суспільства. В результаті розвитку підприємницького бізнесу підвищується матеріальний і духовний потенціал суспільства. Підприємництво створює сприятливий грунт для практичної реалізації здібностей і талантів кожної людини, формує повагу до особистості як такої, стає способом життя багатьох людей.

А розвиток саме молодіжної підприємницької діяльності потрібно розглядати як об'єктивну необхідність і реальність сучасного етапу розвитку України. Розвиток саме студентського підприємництва має зайняти особливе становище в системі державної молодіжної політики.

Втілення бізнес-проекту в повному обсязі (збільшення випуску ковдр по техніці «Бонпон» та розширенням лінійки асортименту – матрациків з наповнювачем Memory Foam) забезпечить розвиток підприємницької ініціативи та створення власного бізнесу, що дасть змогу само реалізуватися.

Матрацики з наповнювачем Memory Foam можуть використовуватися для дітей віком до трьох років та у комплексній терапії дітей з захворюванням аутизму, дитячого церебрального паралічу, виконуючи оздоровчу функцію.

Будь-яке ефективне підприємництво повинно забезпечувати прибуток. Проведені у бізнес-проекті розрахунки ефективності свідчать про прибутковість та рентабельність виробництва ковдр та матрациків: річний ефект становить 82674 грн., ефективність – 1,36, точка беззбитковості – 40 одиниць, термін окупності проекту близько 9 місяців.

В якості ринків збуту запропоновано використання молодіжного середовища й Інтернет-простору, що гарантує швидке реагування на ринку та нижчі витрати на збут ніж в офлайні.

Прораховане додаткове фінансування для подальшого розвитку бізнес-ідеї виробництва матрациків з наповнювачем Memory Foam.

Список літератури

1. Lyubov Pomytkina. Personal readiness of youth to making strategic life decisions. *European Applied Sciences*, Germany (Stuttgart), 2013, № 5. P. 155–157.

2. Кучеренко В.Р., Марущак В.П, Доброва Н.В., Осипова М.М. *Практичний курс бізнесу*. Навчальний посібник (збірник вправ, задач, тестів та ситуаційних завдань). Одеса. Пальміра, 2009. 184 с.
3. Літвиненко М.В., Зубкова Т.А. Створення сильних конкурентних позицій підприємства завдяки стратегічній сили маркетингу. *Матеріали IV міжнародної науково-практичної Internet конференції «Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики».* Харків: НФаУ, 2016.С. 479-486.
4. Зарипова Н.Ш. Обучение предпринимательству в современном социокультурном пространстве. *Информация и образование: границы коммуникаций*. Москва, 2014. № 6 (14). С. 220-222.
5. Літвиненко О.О. Інтернет-магазин, як різновид успішного бізнесу. *Тези доповідей I Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції*. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2018. С. 259-261.
6. Круглий стіл на тему «Підтримка жіночого підприємництва як фактор розвитку міста» [Електронний ресурс] – Режим доступу: www/ ULR: http://www.hduht.edu.ua/index.php/uk/news/1396-krugl-stil2016.
7. Державна цільова соціальна програма «Молодь України» на 2016–2020 роки. Постанова Кабінету Міністру України від 18 лютого 2016 року №148 ULR: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/148-2016-%D0%B.F.
8. Коваль Г.В. Особливості державної молодіжної політики в Миколаївській області. Наукові праці. Державне управління. ULR: file:///Users/tatanafesenko/Downloads/Npchdu_2012_181_169_8.pdf.
9. Літвиненко О.О., Літвиненко М.В., Чернобровкіна С.В., Великодна О.В. Дослідження особливостей формування програм мерчандайзингу компаніями-дистрибуторами. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» зб. наук. пр. Харків: НТУ «ХПІ»*, 2015. №33. С.39-43.
10. Ланглiц О., Герасикова В.В., Літвиненко М.В. Управління потенціалом підприємства на основі використання інструментів маркетингової діагностики. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» зб. наук. пр. Харків: НТУ «ХПІ»*, 2015. № 25 (1134). С. 42 – 47.
11. Коломиец Т.Д. Обучение предпринимательскому мышлению и предпринимательским действиям на основе системы элементов бизнеса. *Тезисы докладов Международной конференции «Формирование профессиональных предпринимательских компетенций молодежи в процессе обучения предпринимательству».* М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2014. С. 48-58.
12. https://news.finance.ua/ru/news/-/413044/predprinimatelstvo-v-ukraine-vozmozhnosti-problemy-i-vyzovy.

References (transliterated)

1. Lyubov Pomytkina. Personal readiness of youth to making strategic life decisions. *European Applied Sciences*, Germany (Stuttgart), 2013, no 5. pp. 155–157.
2. Kucherenko V.R., Marushhak V.P, Dobrova N.V., Osy`pova M.M. *Prakty`chny`j kurs biznesu.* [Practical course biznesu.] Navchal`ny`j posibny`k (zbirny`k vprav, zadach, testiv ta sy`tuacijny`x zavdan`). Odesa. Pal`mira, 2009. 184 p.
3. Litvy`nenko M.V., Zubkova T.A. Stvorennya sy`l`ny`x konkurentny`x pozy`cij pidpry`yemstva zavdyaky` strategichnij sy`ly` markety`ngu [Establishment of strong competitive positions strategic business ventures strategic marketing]. *Materialy` IV mizhnarodnoyi naukovo-prakty`chnoyi Internet konferenciyi «Menedzhment ta markety`ng u skladi suchasnoyi ekonomiky`, nauky`, osvity`, prakty`ky`»*[Materials of the 4th International Internet Scientific Practical Internet Conference "Management and marketing at the warehouse of economics, science, education, practice]. Xarkiv: NFaU, 2016.pp. 479-486.
4. Zary`pova N.Sh. Obucheny`e predpry`ny`matel`stvu v sovremennom socy`okul`turnom prostranstve [Entrepreneurship education in modern sociocultural space] . *Y`nformacy`ya y` obrazovany`e: grany`czы komtuny`kacy`j*. Moskva, 2014. no. 6 (14). pp. 220-222.
5. Litvy`nenko O.O. Internet-magazy`n, yak riznovy`d uspishnogo biznesu [Internet-shop, yak rzidovid successful business]. *Tezy` dopovidej I Vseukrayins`koyi naukovo-prakty`chnoyi internet-konferenciyi* [Tezi dopovidey I Vseukrainsko i naukovo-praktichno internet-conferencii]. Lucz`k: IVV Lucz`kogo NTU, 2018. pp. 259-261.
6. Krugly`j stil na temu «Pidtry`mka zhinochogo pidpry`yemny`cztva yak faktor rozvy`tku mista» [A round table on the topic «The Triumphant of the Living Party as a Factor in the Development of the City »] [Elektronny`j resurs]. ULR: http://www.hduht.edu.ua/index.php/uk/news/1396-krugl-stil2016.
7. Derzhavna cil`ova social`na programa «Molod` Ukrayiny`» na 2016–2020 roky` [State Social Program «Young Ukraine» for 2016–2020 Drops] Postanova Kabinetu Ministru Ukrayiny` vid 18 lyutogo 2016 roku no.148 ULR: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/148-2016-%D0%B.F.
8. Koval` G.V. Osobly`vosti derzhavnoyi molodizhnoyi polity`ky` v My`kolayivs`kij olasti [Osobennosti state youth policies in Mykolaivskiy areas] Naukovi praci. Derzhavne upravlinnya. ULR: file:///Users/tatanafesenko/Downloads/Npchdu_2012_181_169_8.pdf.
9. Litvy`nenko O.O., Litvy`nenko M.V., Chernobrovkina S.V., Vely`kodna O.V. Doslidzhennya osobly`vostej formuvannya program merchandajzy`ngu kompaniyamy`-dy`stry`butoramy`[Distribution of special features for merchandising by distributor companies]. *Visny`k Nacional`nogo texnichnogo universy`tetu «Xarkivs`ky`j politexnichny`j insty`tut» zb. nauk. pr.* Xarkiv: NTU «XPI»[Bulletin of the National Technical University "Kharkov Polytechnical Institute" zb. sciences. Kharkiv Ave.: NTU "KhPI"], 2015. no 33. pp.39-43.
10. Langlicz O., Gerasy`kova V.V., Litvy`nenko M.V. Upravlinnya potencialom pidpry`yemstva na osnovi vy`kory`stannya instrumentiv markety`ngovoyi diagnosty`ky`. [Managing the potential of the company on the basis of the innovation of marketing diagnostics.] *Visny`k Nacional`nogo texnichnogo universy`tetu «Xarkivs`ky`j politexnichny`j insty`tut» zb. nauk. pr.*[Bulletin of the National Technical University "Kharkov Polytechnical Institute" zb. sciences. Kharkiv Ave.: NTU "KhPI"] Kharkiv: NTU «XPI», 2015. no. 25 (1134). pp. 42 – 47.
11. Kolomy`ecz T.D. Obucheny`e predpry`ny`matel`skomu mыshleny`yu y` predpry`ny`matel`sky`m dejstvy`yam na osnove sy`stemы эlementov by`znesa. [Training in entrepreneurial thinking and entrepreneurial actions based on a system of business elements] *Tezy`sы dokladov Mezhdunarodnoj konferency`y` «Formy`rovany`e professy`onal`nыx predpry`ny`matel`sky`x kompetency`j molodezhy` v processe obucheny`ya predpry`ny`matel`stvu».* [Abstracts of the International Conference «Formation of professional entrepreneurial competencies of young people in the process of entrepreneurship education»]. Moscow: Moskovsky`j fy`nansovo-promыshlennыj uny`versy`tet «Sy`nergy`ya», 2014. pp. 48-58.
12. https://news.finance.ua/ru/news/-/413044/predprinimatelstvo-v-ukraine-vozmozhnosti-problemy-i-vyzovy.

Надійшла(received) 20.11.2018

Відомості про авторів /Сведения об авторах / About the Authors

Літвиненко Олександра Олександрівна (***Литвиненко Олександра Олександровна***, ***LitvinenkoOleksandraOleksandrivna***)– Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студент; м. Харків, Україна; e-mail: dozeentt@gmail.com

Літвиненко Марія Владиславна (***Литвиненко Мария Владиславна***, ***LitvinenkoMarijaVladuckavna***)– кандидат технічних наук, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри економіки і маркетингу; м. Харків, Україна; ORCID: https://orcid.org/ 0000-0002-7422-8302, e-mail: dozeentt@gmail.com

УДК 330.101

В. О. АЛЕКСАНДРОВА, Л.С.СТРИГУЛЬ, Т.Ю. ЧАЙКА

ФОРМУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ЛАНЦЮГІВ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Стаття присвячена оцінці і дослідженню напрямів формування і розвитку готельних ланцюгів на ринку туристських послуг. Розглянута і обґрунтована необхідність діяльності готельних ланцюгів на ринку туристських послуг, яка робить позитивний вплив на ефективність готельних підприємств. Готельні ланцюги є одній з найбільш прогресивних форм організації засобів розміщення, оскільки під єдиним брендом об'єднуються готелі з єдиною стратегією розвитку, відпрацьованою технологією обслуговування, загальними стандартами якості і цінової політики, системою бронювання і резервування місць. Саме єдині ознаки і принципи функціонування створюють популярність і прихильність бренду, високу завантаженість номерного фонду і відповідну рентабельність. У статті обґрунтовується необхідність задоволення споживчого попиту на готельні послуги і розвиток економіки в цілому. Відмічений низький рівень розвитку готельних ланцюгів на території України і на основі систематизації досліджень учених виділені основні проблеми формування готельних ланцюгів на ринку туристських послуг в Україні. З урахуванням міжнародного і вітчизняного досвіду і прогнозованих тенденцій розвитку готельних ланцюгів запропоновані напрями в області державної політики по формуванню і розвитку готельних ланцюгів на ринку туристських послуг: аналізу методів збільшення інвестиційної привабливості проектів будівництва і модернізації сучасної мережі; забезпечення сприятливого середовища для формування і розвитку готельних ланцюгів на ринку туристських послуг; стимулювання використання підприємцями в управлінні готельними підприємствами комплексних підходів, стандартних бізнес, - процесів, сучасних технологій якості послуг. Використання державними органами влади запропонованих напрямів, на думку автора, дозволить підвищити активність і ефективність державної політики в області формування і розвитку готельних ланцюгів на ринку туристських послуг.

Ключові слова: готельні ланцюги, туристські послуги, формування і розвиток готельних ланцюгів, туризм.

В. О. АЛЕКСАНДРОВА, Л.С.СТРИГУЛЬ, Т.Ю. ЧАЙКА

ФОРМИРОВАНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ ЦЕПЕЙ НА РЫНКЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Статья посвящена оценке и исследованию направлений формирования и развития гостиничных цепей на рынке туристских услуг. Рассмотрена и обоснована необходимость деятельности гостиничных цепей на рынке туристских услуг, которая оказывает положительное влияние на эффективность гостиничных предприятий. Гостиничные цепи являются одной из наиболее прогрессивных форм организации средств размещения, поскольку под единым брендом объединяются гостиницы и отели с единой стратегией развития, отработанной технологией обслуживания, общими стандартами качества и ценовой политики, системой бронирования и резервирования мест. Именно единые признаки и принципы функционирования создают популярность и приверженность бренду, высокую загруженность номерного фонда и соответствующую рентабельность. В статье обосновывается необходимость удовлетворения потребительского спроса на гостиничные услуги и развитие экономики в целом. Отмечен низкий уровень развития гостиничных цепей на территории Украины и на основе систематизации исследований ученых выделены основные проблемы формирования гостиничных цепей на рынке туристских услуг в Украине. С учетом международного и отечественного опыта и прогнозируемых тенденций развития гостиничных цепей предложены направления в области государственной политики по формированию и развитию гостиничных цепей на рынке туристских услуг: анализа методов увеличения инвестиционной привлекательности проектов строительства и модернизации современной сети; обеспечение благоприятной среды для формирования и развития гостиничных цепей на рынке туристских услуг; стимулирование использования предпринимателями в управлении гостиничными предприятиями комплексных подходов, стандартных бизнес - процессов, современных технологий качества услуг. Использование государственными органами власти предложенных направлений, по мнению автора, позволит повысить активность и эффективность государственной политики в области формирования и развития гостиничных цепей на рынке туристских услуг.

Ключевые слова: гостиничные цепи, туристские услуги, формирование и развитие гостиничных цепей, туризм.

V. A. ALEKSANDROVNA, L.S. STRYGUL, T.Y. CHAIKAV

FORMINGS OF HOTEL CHAINS AT THE MARKET OF TOURIST SERVICES

The article is devoted an estimation and research of directions of forming and development of hotel chains at the market of tourist services. Considered and grounded necessity of activity of hotel chains at the market of tourist services, which renders positive influence on efficiency of hotel enterprises. Hotel chains are one of the most progressive forms of organization of facilities of placing, as under a single brand hotels and hotels unite with single strategy of development, exhaust technology of service, general standards of quality and price policy, system of reserving and backuping of places. Exactly single signs and principles of functioning are created by popularity and adherence to the brand, high work-load of containing a number fund and proper profitability. In the article the necessity of satisfaction of consumer demand is grounded on hotel services and development of economy on the whole. The low level of development of hotel chains is marked on territory of Ukraine and on the basis of systematization of researches of scientists the basic problems of forming of hotel chains are selected at the market of tourist services in Ukraine. Taking into account international and domestic experience and forecast progress of hotel chains trends directions are offered in area of public policy on forming and development of hotel chains at the market of tourist services: analysis of methods of increase of investment attractiveness of projects of building and modernization of modern network; providing of favourable environment for forming and development of hotel chains at the market of tourist services; stimulation of the use businessmen in a management the hotel enterprises of complex approaches, standard business - processes, modern technologies of quality of services. The use of the offered directions the public organs of power, in opinion of author, will allow to promote activity and efficiency of public policy in area of forming and development of hotel chains at the market of tourist services.

Keywords: hotel chains, tourist services, forming and development of hotel chains, tourism.

Вступ. За весь період існування готельний бізнес випробував різні моделі: від сімейного володіння до участі в міжнародних готельних ланцюгах, які є наглядним прикладом найбільш ефективного ведення готельного бізнесу.

Даний підхід управління гостинним бізнесом сприяє створенню значної кількості переваг, завдяки яким виникає можливість більшою мірою

© В.О. Александрова, Л.С. Стригуль, Т.Ю. Чайка, 2018

удосконалювати якість готельного продукту, що реалізовується, диверсифікувати послуги, що надаються в рамках сегменту ринку, знаходити індивідуальний підхід в обслуговуванні клієнтів.

Об'єднання готелів в ланцюзі з використанням єдиних стандартів обслуговування і централізованим наданням готелем ряду послуг, в т.ч. по бронюванню місць, матеріально-технічному оснащенню, безпеці й т. д., значною мірою знижують витрати управління і підвищують рентабельність готельних підприємств.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Метою статті є оцінка та дослідження напрямів формування і розвитку готельних ланцюгів на ринку туристських послуг. Розглянута і обґрунтована необхідність діяльності готельних ланцюгів на ринку туристських послуг, яка робить позитивний вплив на ефективність готельних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Вчені дають різні визначення поняттям «готельний ланцюг».

Фахівці Катькало В.С. і Мукба В.Н. під готельний ланцюг розуміють «довгострокове взаємовигідне об'єднання готельних підприємств, а також фірм супутніх галузей в єдину структуру і систему стратегічного співробітництва з метою створення спільних відмінних компетенцій» [1].

Путіліна Є.Л. розглядає готельну мережу, як «складну багаторівневу систему, що складається з різних підприємств готельної галузі і характеризується їх стратегічним співробітництвом як основною властивістю даної системи» [2].

Як показує світовий досвід для результативнішого ведення готельного бізнесу утворилося декілька форм об'єднання готелів. Ланцюг може мати власні будівлі або орендувати їх. Керівництву ланцюга надана перевага при розподілі прибули, але при цьому воно несе відповідальність за операційні втрати.

Питанням формування готельних ланцюгів приділяли увагу багато як вітчизняних, так і закордонних науковців, серед них: Х. Адлер, Дж. Р. Рузелли, Р.А. Браймер, Кабушкін Н.И., Бондаренко Г.А.

На даний момент часу для розвитку світового готельного бізнесу властива глобалізація і інтеграція управління, яка виявляється в створенні готельних мереж. Об'єднання готелів в єдину готельну мережу з утворенням неповторного мережевого готельного бренду є на сьогодні найбільш поширеною в світовій практиці формою стратегічного управління готельними підприємствами. Незалежно від рейтингу, фактично всі міжнародні готельні мережі випробовують на собі постійний тиск жорсткої конкурентної боротьби, вишукують будь-які можливості для збільшення свого потенціалу.

Процес зростання значення готельних мереж в управлінні світовим готельним господарством характеризується істотною суперечністю: з одного боку, - укрупнюються міжнародні готельні корпорації, з іншою, - все більше країн створюють власні національні готельні мережі, які успішно конкурують з інтернаціональними монополіями.

Викладання основного матеріалу дослідження.

Характерні процеси глобалізації і інтеграції готельної індустрії виявляються в створенні масштабних корпорацій і готельних ланцюгів. В даний час готельні корпорації міцно укорінялися на ринку готельних послуг. У всьому світі в кожному великому місті є готелі, які входять в готельні мережі. У світовій практиці найбільш поширеною формою управління готельним бізнесом є об'єднання засобів розміщення в готельні ланцюги.

Існує декілька об'єктивних чинників, які привели до інтеграційних процесів у сфері світової індустрії готельного бізнесу.

- стабільне навантаження є неодмінна умова для продуктивної і рентабельної роботи будь-якого об'єкту готельних послуг. Для цього кожен готель, що входить в готельну мережу має власну систему бронювання, яка орієнтована на завантаження, в першу чергу, своїх готелів.

- заставою успішної діяльності готельного підприємства є формування якісної готельної послуги, яка залежить від безлічі чинників: оформлення інтер'єру, якість устаткування, кваліфікація персоналу, рівень безпеки тих, що проживають і їх майна і ін.

- керівництво готель орієнтований на збільшення рівня завантаження, залучення нових клієнтів і збереження «старих» обґрунтовує потребу постійного системного вивчення, моніторингу та аналізу кон'юнктури ринку готельних послуг, клієнтури, готелів-конкурентів, здійснення маркетингової політики, що вимагає споживання істотних фінансових, інформаційних та людських ресурсів.

Отже, гострий брак професійних і кваліфікованих кадрів готелів, вплив на якість обслуговування яких неприпустимо недооцінювати, припускає наявність власної системи підготовки і підвищення кваліфікації персоналу, а значить — чергової істотної статті витрат.

Готельні ланцюги є одним з важливих елементів сучасної міжнародної інфраструктури по наданню туристичних послуг, які надають ключову дію на використовуваних туристичними організаціями стандарти обслуговування, стратегії управління бізнесом і форми міжгалузевої взаємодії в регіоні в цілому.

Як показує світова практика, більшість готельних підприємств миру входять в той або інший готельний ланцюг. Готельні ланцюги - це групи готелів, що здійснюють колективний бізнес і керівництво, що знаходиться під безпосереднім контролем, ланцюгом.

Утворення готельних ланцюгів дозволяє просувати на світовий ринок готельних послуг високі стандарти обслуговування, а також сприяє підтримці готельного обслуговування туристів.

Потреба функціонування готельних ланцюгів на ринку туристських послуг мотивована наступними чинниками.

1. Підвищення ефективності діяльності готельних підприємств. Використання готелями високих стандартів і технологій функціонування на

корпоративному рівні веде до підвищення ефективності управління і розвитку готелів [3].

За рахунок масштабу відбувається скорочення витрат, зменшення цін на закупівлю устаткування для номерів, засобу для підтримки чистоти, тобто можливість оптових закупівель, з розрахунку на один готель відбувається зменшення витрат на рекламу, зокрема завдяки використанню готелями готового бренду і тому, що торгова марка є додатковою рекламою. За рахунок використання бренду відбувається збільшення обхвату готелями ланцюга ринку туристичних послуг, а так само використання централізованої системи бронювання.

Підвищенню стабільності і фінансової незалежності сприяє допустимість перерозподілу фінансового навантаження і зовнішнього економічного тиску між готельними підприємствами. Завдяки централізованої підготовки фахівців готельної сфери підвищується ресурс людського потенціалу в управлінні готельними підприємствами.

Крім того, ефективність діяльності готельних підприємств збільшують використання централізованої системи бухгалтерського обліку і масштабні маркетингові дослідження [4].

2. Збільшення споживчого попиту на готельні послуги. Зростання споживчого попиту на послуги готельного ланцюга завдяки тому, що споживачі можуть прогнозувати якість послуг незалежно від регіону розміщення учасника даного ланцюга [5].

Перевищення попиту на високоякісні готельні послуги над їх пропозицією обумовлений тим, що на сьогодня у вітчизняному бізнесі готельних послуг недостатньо високий рівень сервісного обслуговування.

3. Стимул для розвитку економіки в цілому.

Розвиток міжнародних готельних ланцюгів веде до інтеграції вітчизняної економіки в світову і залучення інвестицій. Забезпечується зайнятість населення, виявляється позитивний вплив на галузі, суміжні з готельною. Високий відсоток споживачів готельних послуг складають іноземці, притока яких забезпечує валютні надходження до державного бюджету [6].

4. Вплив поточних глобальних економічних тенденцій.

Пошук ефективних методів створення конкурентних переваг вітчизняними готельними підприємствами викликаний сучасними умовами конкуренції з міжнародними готельними мережами. Іншою значущою для світового економічного розвитку тенденцією є зростання вимог споживачів до готельних послуг в області забезпечення їх безпеки і якості, стандарти яких успішно реалізуються готельними ланцюгами [3].

Дослідники відзначають такі переваги готельних ланцюгів, як збільшення цінності та комплексності готельних послуг, підвищення продуктивності праці (вхідні в ланцюг готелі мають на 60 % більше середній дохід і на 8 % більше наповнюваність, чим самостійні підприємства) [7], найбільше наближення до відповідності використовуваних стратегій і технологій споживчому попиту і поточному економічному стану [8].

Розвиток готельних ланцюгів в Україні знаходиться на початковому етапі, що знаходить віддзеркалення в їх невеликому обхваті вітчизняного готельного ринку і слабкій присутності міжнародних готельних ланцюгів в цілому по країні.

Необхідність діяльності готельних ланцюгів на ринку туристських послуг вимагає дозволу проблем, що існують формування готельних ланцюгів в Україні і визначення напрямів, по яких ці проблеми можливо вирішити. Тут необхідно приділити увагу міжнародному досвіду формування готельних ланцюгів і прогнозам подальшого їх розвитку.

Висновки. Відповідно до сучасних економічних напрямів і прогнозів учених, що займаються дослідженням даної проблеми, можна виділити наступні концепції по формуванню і розвитку готельних ланцюгів на ринку туристських послуг: аналізу методів збільшення інвестиційної привабливості проектів будівництва і модернізації сучасної мережі; забезпечення сприятливого середовища для формування і розвитку готельних ланцюгів на ринку туристських послуг; стимулювання використання підприємцями в управлінні готельними підприємствами комплексних підходів, в основі яких якість, ефективний менеджмент і унікальність готельного продукту, стандартних бізнесів - процесів, сучасних технологій якості послуг, принципів управління готельним господарством, стратегії формування і розвитку готельних ланцюгів, актуальних концепцій побудови комплексних систем управління.

Це дозволить підвищити активність і ефективність державної політики в області формування і розвитку готельних ланцюгів на ринку туристських послуг.

Список літератури.

1. Катькало В. С. Международные гостиничные сети: специфика организации и типология стратегий развития. Часть 3 / В. С. Катькало, В. Н. Мукба. *Продажа недвижимости: информационный портал*. URL: http://ros-nedvigimost.ru/publikaciya-polnaya/534 (дата звернення: 21.11.2018)
2. Путилина Е. Л. *Формирование и развитие национальных гостиничных сетей в России*: автореф. дис. на получение науч. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.05 / Е. Л. Путилина. ФГБОУ ВПО «Гос. ун-т управления». — М., 2011. — 27 с.
3. Арифуллин М. В., Морозова Л. С. *Генезис понятий «гостиничная цепь» и «гостиничная сеть»* // Сервис в России и за рубежом. 2012. № 2. С. 53-63.
4. Егорова Е. Н., Кравцова Ю. А. Маркетинг гостиничных цепей: особенности и перспективы развития в России // *Курорты. Сервис. Туризм.* 2013. № 2-4. С. 67-72.
5. Шарафанова Е. Е., Виленский А. Е. Полноправный член сети. Использование франчайзинга в гостиничных цепях // *Российское предпринимательство.* 2008. № 6-2. С. 142-146.
6. Арифуллин М. В. Транснациональные гостиничные цепи: становление, развитие, современ- ные тенденции // *Научный вестник МГИИТ.* 2010. Т. 4. № 2. С. 7-11.
7. Сафронова А. А., Данилова А. М. Международные гостиничные цепи, как эффективная форма управления гостиничным бизнесом // *Инновационная экономика и современный менеджмент*. 2015. № 3. С. 16-21.
8. Захарова Р. М. Логистическая организация и развитие гостиничных сетей в отечественной сфере гостеприимства //

Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2014. № 1 (45). С. 43-49.
9. Александрова В. О. Визначення чинників та їх вплив на розвиток готельно-ресторанного бізнесу. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 45 (1266). – С. 89-92.
10. Побережна Н. М. Проблеми розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу / Н. М. Побережна, О. В. Мелень, Л. С. Стригуль // *Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю* : матеріали 3-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 26 жовтня 2018 р. – Полтава : ПДАА, 2018. – С. 67-68.

References (transliterated):

1. Katkalo V. S. Mezhdunarodnыe hostynychnыe sety: spetsyfyka orhanyzatsyy y typolohyia stratehyi razvytyia. [International hotel chains: the specifics of the organization and the typology of development strategies.] Chast 3 *Prodazha nedvyzhymosty: ynformatsyonnыi portal.* [Real Estate Sale: Information Portal] URL: http://ros-nedvigimost.ru/publikaciya-polnaya/534 (data zvernennia: 21.11.2018)
2. Putylyna E. L. *Formyrovanye y razvytye natsyonalnыkh hostynychnыkh setei v Rossyy*: [Formation and development of national hotel chains in Russia] avtoref. dys. na poluchenye nauch. stepeny kand. эkon. nauk: spets. 08.00.05 / E. L. Putylyna. FHBOU VPO «Hos. un-t upravlenyia». — Moscow, 2011. — 27 p.
3. Aryfullyn M. V., Morozova L. S. *Henezys poniatyi «hostynychnaia tsep» y «hostynychnaia set»* [Genesis of the terms "hotel chain" and "hotel chain"] Servys v Rossyy y za rubezhom. 2012. no 2. pp. 53-63.
4. Ehorova E. N., Kravtsova Yu. A. Marketynh hostynychnыkh tsepei: osobennosty y perspektyvы razvytyia v Rossyy [Marketing of hotel chains: features and prospects of development in Russia] *Kurortы. Servys. Turyzm.* [Resorts. Service Tourism.] 2013. no 2-4. pp. 67-72.
5. Sharafanova E. E., Vylenskyi A. E. Polnopravnыi chlen sety. Yspolzovanye franchaizynha v hostynychnыkh tsepiakh [Full member network. Using franchising in hotel chains] *Rossyiskoe predprynymatelstvo.* [Russian entrepreneurship] 2008. no 6-2. pp. 142-146.
6. Aryfullyn M. V. Transnatsyonalnыe hostynychnыe tsepy: stanovlenye, razvytye, sovremen- nыe tendentsyy [Transnational hotel chains: formation, development, modern tendencies] *Nauchnыi vestnyk MHYYT.* [*Scientific Bulletin of MGIIT.*] 2010. T. 4. no 2. pp. 7-11.
7. Safronova A. A., Danylova A. M. Mezhdunarodnыe hostynychnыe tsepy, kak эffektyvnaia forma upravlenyia hostynychnыm byznesom [International hotel chains as an effective form of hotel business management] Ynnovatsyonnaia эkonomyka y sovremennыi menedzhment. [Innovative economy and modern management] 2015. no 3. pp. 16-21.
8. Zakharova R. M. Lohystycheskaia orhanyzatsyia y razvytye hostynychnыkh setei v otechestvennoi sfere hostepryymstva [Logistics organization and development of hotel chains in the domestic sphere of hospitality] *Vestnyk Rostovskoho hosudarstvennoho эkonomycheskoho unyversyteta (RYNKh).*[Bulletin of the Rostov State Economic University (RINC)] 2014. no 1 (45). pp. 43-49.
9. Aleksandrova V. O. Vyznachennia chynnykiv ta yikh vplyv na rozvytok hotelno-restorannoho biznesu. [Determination of factors and their influence on the development of hotel and restaurant business.] *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyi politekhnichnyi instytut" (ekonomichni nauky)* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences)]: zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2017. – no 45 (1266). – pp. 89-92.
10. Poberezhna N. M. Problemy rozvytku pidpryiemstv hotelno-restorannoho biznesu [Problems of development of enterprises of hotel and restaurant business] *Problemy oblikovo-analitychnoho zabezpechennia upravlinnia pidpryiemnytskoiu diialnistiu* [Problems of accounting and analytical support of management of entrepreneurial activity]: materialy 3-i Vseukr. nauk.-prakt. konf., 26 zhovtnia 2018 r. – Poltava : PDAA, 2018. – pp. 67-68.

Надійшла (received) 21.11.2018

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Александрова Вікторія Олександрівна (Александрова Виктория Александровна, Aleksandrova Viktorija Aleksandrovna) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», старший викладач кафедри економічного аналізу та обліку; м. Харків, Україна; ORCID: https://orcid.org/0000-0003-3567-979X, e-mail: vik_al07@ukr.net

Стригуль Лариса Станіславівна (Стригуль Лариса Станиславовна, Strygul Larysa Stanyslavovna) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри економічного аналізу та обліку; м. Харків, Україна; ORCID: http://orcid.org/0000-0003-2343-4234, e-mail: lastri@ukr.net

Чайка Тетяна Юріївна (Чайка Татьяна, Юриевна, Chaika Tatiana Yuryevna) **–** кандидат економічних наук, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри економічного аналізу та обліку; м. Харків, Україна; ORCID: https://orcid.org/0000-0002-7622-3193, e-mail: chaykatata@gmail.com

УДК 339.138

Т.І. КОЛЯДА, Т.С. КУЗЬМЕНКО

КОНЦЕПТ ТА ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Проаналізовано теоретичні та практичні аспекти щодо визначення сутності концепту і проблем маркетингової діяльності на сучасному етапі розвитку суспільства. Оговорене головне завдання маркетингу та що підприємство має визначити і на що має бути орієнтоване Розкрито поняття маркетингової структури на підприємстві та чому вона повинна відповідати, та під впливом чого змінюється концепція. Розглянуто внутрішні та зовнішні загальносвітові чинники, які викликають необхідність «перезавантаження» концепції маркетингу. Описано чому сприяла фетишизація маркетингу. Розібрано чому концепція маркетингу повинна мати двоєдиний вектор розвитку. Проаналізовано, які товари набувають додаткову цінність для споживачів, та за рахунок чого. Перелічені зарубіжні та вітчизняні науковці, які займалися питаннями концепту та проблем маркетингової діяльності. Розглянуто що потребують розроблені стратегічні концепції, підходи і дії щодо управління маркетинговою діяльністю. Оглянуто під впливом чого відбувалося формування концепції маркетингу. Досліджено концепцію соціально-етичного маркетингу (освіченого маркетингу, соціально-орієнтованого маркетингу, соціально-відповідального маркетингу). Розглянуто перші системні підходи до сутності концепції соціально-етичного маркетингу в роботах вчених. Описано п’ять умов завдяки яким соціально-етичний маркетинг здатний підтримувати оптимальний збут. Окреслено яких факторів вимагає концепція. Описано три концептуальні напрямки соціально-етичного маркетингу: соціальний, гуманістичний, екологічний. Описано який обсяг великих і складних проблем стоїть перед маркетологами. Перелічено фактори, які визначають платоспроможний попит. Перелічено які існують чотири типи відносин між попитом та потребами. Проаналізовано зв'язок реклами з маркетингом. Перелічено основні проблеми маркетингу та маркетингової діяльності. Також проаналізовано як розвиток суспільства вплинув на таку науку, як маркетинг.

Ключові слова: концепція маркетингу, сучасні проблеми маркетингу, соціально-етичний маркетинг, попит, потреби, збут, маркетингова діяльність.

Т.И. КОЛЯДА, Т.С. КУЗЬМЕНКО

КОНЦЕПТ И ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Проанализированы теоретические и практические аспекты по определению сущности концепта и проблем маркетинговой деятельности на современном этапе развития общества. Оговорена главная задача маркетинга и что предприятие должно определить и на что должно быть ориентировано. Раскрыто понятие маркетинговой структуры предприятия, чему она должна соответсвовать и под влиянием чего меняется концепция. Рассмотрены внутренние и внешние общемировые факторы, которые вызывают необходимость «перезагрузки» концепции маркетинга. Описано чему способствовала фетишизация маркетинга. Разобрано почему концепция маркетинга должна иметь двуединый вектор развития. Проанализировано какие товары приобретают дополнительную ценность для потребителей и за счет чего. Перечисленные зарубежные и отечественные ученые, занимавшиеся вопросами концепта и проблем маркетинга. Рассмотрено что требуют разработанные стратегические концепции, подходы и действия по управлению маркетинговой деятельностью. Рассмотрено под влиянием чего происходило формирование концепции маркетинга. Исследована концепция социально-этичного маркетинга (образованного маркетинга, социально-ориентированного маркетинга, социально-ответственного маркетинга). Рассмотрены первые системные подходы к сущности концепции социально-этичного маркетинга в работах ученых. Описаны пять условий благодаря которым социально-этический маркетинг способен поддерживать оптимальный сбыт. Определено каких факторов требует концепция. Описаны три концептуальные направления социально-этичного маркетинга: социальный, гуманистический, экологический. Описаны какой объем крупных и сложных проблем стоит перед маркетологами. Перечислены факторы, которые определяют платежеспособный спрос. Перечислены существующие четыре типа отношений между спросом и потребностями. Проанализирована связь рекламы с маркетингом. Перечислены основные проблемы маркетинга и маркетинговой деятельности. Также проанализировано как развитие общества повлияло на такую науку, как маркетинг.

Ключевые слова: концепция маркетинга, современные проблемы маркетинга, социально-этический маркетинг, спрос, потребности, сбыт, маркетинговая деятельность.

KOLIADA T., KUZMENKO T.

CONCEPT AND PROBLEMS OF MARKETING ACTIVITY

The theoretical and practical aspects concerning definition of the essence of the marketing activity concept and problems at the present stage of development of society are analyzed. The main task of marketing, what the company should determine and what it should be oriented at are stated. The concept of the marketing structure at the enterprise is disclosed and why it should correspond, and under the influence of which the concept changes. The internal and external world factors, which cause the need to "reboot" the concept of marketing, are considered. The result of fetishization of marketing is described. Why the marketing concept should have a two-way vector of development is disassembled. Why marketing concept should have a dual development vector is disassembled. Which goods acquire additional value for consumers and due to what are analyzed. Foreign and domestic scientists dealing with the concept and problems of marketing activities are listed. It is considered what developed strategic concepts, approaches and actions for the management of marketing activities require. Under the influence of what was the formation of the concept of marketing is considered. The concept of socio-ethical marketing (educated marketing, social-oriented marketing, socially responsible marketing) has been studied. The first systematic approaches to the essence of the concept of socio-ethical marketing in the works of scientists are considered. Five conditions due to which social and ethical marketing is able to maintain optimal sales are described. It is defined what factors requires the concept. Three conceptual directions of social and ethical marketing are described: social, humanistic, ecological. Volume of large and complex problems faced by marketers is described. The factors that determine effective demand are listed. The four types of relationships between demand and needs are listed. The relationships of advertising with marketing are analyzed. The main problems of marketing and marketing activities are listed. It also analyzed how the development of society influenced such a science as marketing.

Key words: marketing concept, modern marketing problems, socio-ethical marketing, demand, needs, sales, marketing activity.

© Т.І.Коляда, Т.С.Кузьменко, 2018

Вступ. Становлення ринкової економіки в Україні висуває багато проблем, практичне вирішення яких ускладнюється через відсутність відповідних теоретичних розробок. Однією з них, причому найактуальніших сьогодні, є маркетингова діяльність підприємств. В сучасних умовах для підприємств актуальним стає питання ефективної організації маркетингової діяльності, яка дозволила би організації не лише залучати нових клієнтів, виходити на нові ринки збуту, але й ефективніше пропонувати товар вже існуючому споживачеві. У практичній діяльності підприємства, з метою адекватного відтворення динаміки реальних економічних процесів, що відбуваються всередині нього, і його взаємини з навколишнім середовищем, значна роль відводиться маркетингу. Головне завдання маркетингу - визначення стійкої конкурентної переваги. Підприємство має визначити свою конкурентну перевагу з позицій як основних, так і допоміжних видів діяльності. При цьому, наприклад, якщо підприємство не орієнтоване на ринок, то «підключити» не зв'язані з маркетингом види діяльності до пошуку стійкої конкурентної переваги стає складно. Виходячи з цього, з'являється багато не вирішених проблем. Маркетингова структура на підприємстві існує не сама по собі, вона повинна відповідати цілям бізнесу. Сукупність усіх робіт на підприємстві стає ефективною, лише коли вони відповідають інтересам клієнтів (додають цінність, знижують собівартість).

Аналіз стану питання. У статті розглядається концепція маркетингу, суттю якої є «орієнтація на споживачів», виникла в кінці XIX століття. Однак зараз, у XXI столітті, ефективність маркетингової діяльності почала знижуватися.

У загальному сенсі концепція часто розуміється як система поглядів, спосіб представлення тих чи інших явищ в процесі організації та здійснення будь-якої діяльності. Очевидно, що така система поглядів безперервно змінюється під впливом зовнішніх впливів, а також керуючись внутрішніми мотивами [7].

Необхідність «перезавантаження» концепції маркетингу викликана як внутрішніми, так і зовнішніми загальносвітовими чинниками [8].

До зовнішніх чинників доцільно віднести:

1. Відносини з державними органами управління, стан ринку, трудових ресурсів, а також виявлення конкурентів, аналіз поведінки споживачів, ефективність використання коштів реклами;

2. Визначення факторів які безпосередньо впливають на ефективне функціонування служб маркетингу, а також визначення масштабів своєї діяльності і кордонів зовнішнього середовища.

3. До загальносвітових факторів можна віднести те, що, по-перше, ринок перенасичений диференційованими товарними пропозиціями. В епоху масового споживання базові потреби задоволені, тому маркетинг, заснований на вивченні саме потреб споживачів, стає неефективним: 90% товарів-новинок провалюються на ринку, так і не знаходячи споживачів. Виграє той, хто створює таку маркетингову пропозицію, яка формує нові потреби і веде до підвищення якості життя. По-друге, у середині XX століття наука вперше зіткнулася з таким протиріччям: людство, з одного боку, зацікавлене, з іншого – не зацікавлене в розвитку науки, якщо вектор такого розвитку призводить до негативних змін навколишнього середовища [10].

Внутрішніми чинниками є :

1. Недостатнє фінансування маркетингових заходів. Так, при складанні фінансового плану підприємства має передбачатися виділення визначених засобів на маркетингові дослідження. Розрахунки, як правило, базуються на оцінці рівня попиту і можливі тенденції його зміни;

2. Застосування маркетингових заходів, як правило, носить одноразовий характер, відсутня безперервність маркетингового процесу;

3. Слабке розуміння значущості маркетингових заходів керівництвом.

4. Нечіткий розподіл обов'язків між посадовими особами маркетингової служби викликає ряд проблем. До таких проблем відносяться: недостатньо оперативний обмін інформацією, складності при впровадженні та оцінці доцільності технологічних процесів;

5. Невисокий професійний рівень посадових осіб, задіяних в маркетингових процесах, призводить до невміння оцінити перспективи розвитку окремих проектів, незадовільного прогнозування цін, неправильної оцінки обсягів виробництва;

6. Низька зацікавленість співробітників в кінцевому результаті своєї діяльності.

Зокрема, за останні 15 років відбулася фетишизація маркетингу. Цьому сприяли численні бізнес-школи, які, залучаючи слухачів, наділяли маркетинг чарівними характеристиками, формуючи думку, що є секретні інструменти, які знають «гуру» маркетингу. Це значно підвищувало кількість слухачів семінарів, проте з часом викликало протилежний ефект – розчарованість у маркетингу.

Для вирішення зазначених протиріч еволюція концепції маркетингу повинна мати двоєдиний вектор розвитку, завдяки якому товари набувають додаткову цінність для споживачів та суспільства за рахунок:

1. Орієнтації на формування додаткового попиту для поліпшення якості життя.

2. Врахування екологічних стандартів і соціально-економічних наслідків виробництва та споживання товарів.

Система маркетингу повинна передбачати зворотний зв'язок, тобто на підприємстві своєчасно і безперервно повинна надходити інформація про ринок, з іншого боку, підприємство повинно активно впливати на ринок. Засобами впливу можуть виступати збутова мережа, імідж, цінова політика підприємства, реклама.

За останні роки питання концепту та проблем маркетингової діяльності є предметом теоретичних та прикладних досліджень багатьох зарубіжних та вітчизняних науковців, таких як: Гуна Онке, Антил Кумар, О. Купченко, В. Полторак, Дж. мл. Кук, С. ударкіна, О. Маслій, Г. Мішулін, Т. Циганкова, Г.

Євтушенко, Н.Симоненко, Т. Лебідь та інші. У сучасній економічній літературі велика увага приділяється складовим маркетингової діяльності; комплексній системі управління маркетинговою товарною політикою, яка враховує комплексний, системний, процесний і стратегічний підходи; методиці та методології оцінювання стратегічної маркетингової позиції підприємств, соціально - економічній ефективності управління маркетинговою товарною політикою. Зазначені питання розглядали в своїх роботах науковці Г. Л. Багієв, Л. В. Балабанова, Л. Баттерфілд, Є. Ю. Вершигора, А. В. Войчак, С. С. Гаркавенко, П. С. Зав'ялов, С. М. Ілляшенко, В. Я. Кардаш, Ф. Котлер, Ж. Ламбен, А. Н. Романов, В. Руделіус, О. І. Сидоренко, А. О. Старостіна, Н. Б. Ткаченко, Е. А. Хартман, В. Є. Хруцький, С. Г. Чумакова.

Проте розроблені стратегічні концепції, підходи і дії щодо управління маркетинговою діяльністю потребують подальшого розвитку та удосконалення в сучасних умовах функціонування підприємств.

Незважаючи на достатньо глибоке вивчення досліджуваних проблем у працях вітчизняних і зарубіжних науковців, ряд теоретико-методичних та прикладних особливостей застосування концепції маркетингової діяльності, дослідження ключових концептів предметної області «маркетинг» залишається не вирішеним у повному обсязі, що пояснюється складністю і різноманітністю можливостей цієї сфери людської діяльності [12].

Мета роботи. Метою даної статті є систематизування та аналіз теоретичних та практичних аспектів щодо визначення сутності концепту і проблем маркетингової діяльності на сучасному етапі розвитку суспільства.

Сучасна концепція маркетингу є результатом багаторічної еволюції поглядів на цілі та процес розвитку господарювання. Свого часу формування концепції маркетингу відбувалося під впливом науково-технічного прогресу, який забезпечив велике розмаїття товарів, високі темпи їх оновлення. Однак подальша історія розвитку людства спричинила виникнення концепції соціально-етичного маркетингу [11].

Концепція соціально-етичного маркетингу (освіченого маркетингу, соціально-орієнтованого маркетингу, соціально-відповідального маркетингу) є відображенням сучасних потреб міжнародного співтовариства до подальшого розвитку економіки з урахуванням потреб майбутніх поколінь. Цей концептуальний напрямок є яскравим відображенням парадигми сталого розвитку, яка отримала підтримку багатьох країн світу як соціально та екологічно орієнтована модель розвитку світової цивілізації, при якій зростання добробуту суспільства не входить у протиріччя із соціальними потребами і можливостями природних систем [3].

Перші системні підходи до сутності концепції соціально-етичного маркетингу були відображені в роботі Ф. Котлера, Г. Армстронга, Дж. Сондреса, В. Вонга, які вважають, що соціально-етичний маркетинг здатний підтримувати оптимальний збут при виконанні

п'яти умов:

1. орієнтації на споживача;
2. інноваційності;
3. цінності товару;
4. усвідомлення своєї місії;
5. соціально-етичної спрямованості.

Остання умова передбачає задоволення потреб споживачів більш ефективним, ніж у конкурентів способом при збереженні благополуччя споживача і суспільства.

Таким чином, узагальнюючи існуючі погляди, можна вважати, що сутність концепції соціально-етичного маркетингу полягає у виявленні потреб, запитів і інтересів цільових ринків, в забезпеченні максимальної споживчої цінності способами, які підтримують або поліпшують добробут споживача і суспільства з урахуванням забезпечення цілісності існуючих природних систем. Ця концепція вимагає збалансованої ув'язки трьох факторів: прибутку підприємства, рівня задоволення запитів споживачів і врахування інтересів суспільства. Вона здатна усунути можливі конфлікти між швидкоплинними потребами і тривалим благополуччям клієнта і суспільства. Отже, сучасне бачення соціально-етичного маркетингу має містити три концептуальних напрямки: соціальний, гуманістичний, екологічний:

1. У соціальному маркетингу в якості пріоритетних, встановлені соціальні завдання і підходи - управління народжуваністю, медичним, соціальним, юридичним, освітнім обслуговуванням та інше.
2. Другий напрямок - це гуманістичний маркетинг. концепція гуманістичного маркетингу визначається як маркетингова філософія, що базується на етичних принципах, інтересах населення.
3. Третій напрям - це екологічний маркетинг. Базується на екологізації економіки, яка трактується як цілеспрямований процес перетворення, спрямований на зменшення еко-деструктивного впливу процесів виробництва і споживання в розрахунку на одиницю сукупного суспільного продукту. Екологізація здійснюється через систему організаційних заходів, інноваційних процесів, реструктуризації сфери виробництва і попиту, технологічну конверсію, раціоналізацію природокористування, трансформацію природоохоронної діяльності.

Проте сьогодні продовжується розвиток ринкової економіки, орієнтованої на прибуток, а не на задоволення потреб людини. Тому найбільш важливими проблемами маркетингової діяльності сучасності є наступні.

Основна проблема маркетингу та маркетингової діяльності – збути, продати, реалізувати товар будь-яким способом і будь-якої якості [4]. Це пояснюється тим, що, як зазначено вище, ринкова економіка орієнтована на прибуток, а не на задоволення потреб людини. Така економіка ніколи не буде працювати на потреби людей, її завдання – культивування і

стимуляція попиту людей на товари за допомогою реклами та моди, щоб їх реалізація приносила максимальний прибуток. Тому маркетологи представляють інтереси не споживача, а виробника (підприємця).

Якщо менеджмент як соціальне управління пов'язаний з управлінням людьми, то маркетинг можна вважати особливим видом управління людьми – покупцями і споживачами [2]. Тут відкривається можливість експлуатації людини за межами виробництва, тобто у сфері споживання, де торгівля займає провідне місце. Інструментом є існуюча концепція маркетингу, вся маркетингова технологія і далі – вся маркетингова діяльність. Перед маркетологами стоїть великий і складний обсяг власних проблем: вивчення потреб і попиту, вивчення груп населення, вивчення потенціалу видобуваючої промисловості, вивчення потенціалу обробної промисловості, вивчення ринкової кон'юнктури, вивчення конкурентів, вивчення товарів-аналогів, вивчення інфляційних процесів, вивчення рекламацій, вивчення можливостей реклами, а також тенденцій моди, платоспроможності попиту, економічної політики країн, можливостей консервації і трансляції продукції та ін. Підготовлений в такому напрямку фахівець-маркетолог здатний збути, продати реалізувати товар будь-яким способом і будь-якої якості.

Не менш важлива проблема маркетингу – забезпечити перетворення продукту в предмет споживання. Справа в тому, що в соціально-орієнтованій економіці виробництво має і працює на реальні, перспективні, масові потреби [1]. Але маркетинг абсолютно не працює на потреби людини, однак йому необхідно вивчати параметри потреб людини, щоб він міг би продавати все.

Наступною проблемою маркетингової діяльності є вибір факторів, що визначають попит. Оскільки попит – абсолютний, потенційний – може існувати завжди і всюди, для маркетолога важливо виявити фактори, які визначають саме платоспроможний попит. Тут можна виділити наступні фактори: рівень платоспроможності населення; динаміка соціально-побутових потреб; актуальність і потенційність екстремальних ситуацій; розширення сфери діяльності населення; медико-екологічна профілактика; сервісні перспективи; престижні міркування; реклама та інформація про товар; фінансові перспективи споживача.

Ще одною важливою проблемою є поєднання попиту і потреб. Попит і потреба зазвичай ототожнюють. Однак між ними існують відмінності: потреба - це об'єктивний стан, вона відображає те, що дійсно необхідно людині; попит - це суб'єктивне вираження потреби. Між цими категоріями існують чотири типи відносин:

1. є потреба - є попит = нормальне явище;
2. немає потреби - немає попиту = нормальне явище;
3. є потреба - але немає попиту = нерозвинена потреба;
4. немає потреби - але є попит = престижне споживання.

Особливу турботу у виробництва викликають два останні варіанти. У варіанті (3) - слід використовувати всі доступні засоби для інформування про товар (це не реклама), щоб задовольнити неусвідомлені, але реальні потреби людей. У варіанті (4) - тут повністю починає діяти реклама, нав'язуючи людині товар, який йому практично не потрібен. У всій потужності починають використовуватися інструменти маркетингу - реклама і мода, оскільки їх сутність - комерційна, фінансова: змусити людину купити непотрібний йому товар. Кажуть, що хороший товар реклами не потребує: «Краща реклама - якість товару» [Г. Форд].

Наступною проблемою є проблема падіння попиту у зв'язку зі зміною моди. Мода є налагодженим механізмом маркетингу. Сутність моди зводиться до трьох основних положень: це захоплення тимчасове; мода панує над аналогічними товарами; вона відповідає чиїмось смакам. Мода – це явище тимчасове, періодом від трьох до шести місяців. Вона диктує через громадську думку і суспільне виробництво смаки [6]. Зміна моди практично нічим не мотивована, за цим завжди стоять фінансові, комерційні інтереси. За своєю природою мода антигуманна, але цілі моди і маркетингу збігаються.

Інша проблема – проблема реклами у культивуванні попиту [5]. Зв'язок реклами з маркетингом зрозумілий через фразу «Реклама – двигун торгівлі». За допомогою реклами можна збути що завгодно – красиве і некрасиве, дороге і дешеве, корисне і шкідливе, потрібне і непотрібне. Фінансова сутність реклама очевидна і зрозуміла всім, проте люди все-таки потрапляють під її вплив масово і постійно. Сила реклами не зупиняє покупців навіть при наявності екологічного висновку про шкідливість продукту. Тому в рекламу вкладаються величезні кошти, які складають до 70% ціни товару.

Існує також проблема експорту та імпорту. У сучасний період в області управління збутом і рухом товарів проглядається чотири позиції щодо експорту та імпорту: що продавати; кому продавати; коли продавати; за скільки продавати. Сьогодні по всіх цих позиціях немає достатньої визначеності та ясності. Не у кращому становищі й імпорт: що купувати; у кого купувати; коли купувати; за скільки купувати [9].

Висновки. Таким чином, можна вважати, що розвиток концепції соціально-етичного маркетингу, сутність якого полягає у виявленні потреб, запитів та інтересів цільових ринків, у забезпеченні максимальної споживчої цінності способами, які підтримують або поліпшують добробут споживача і суспільства з урахуванням забезпечення цілісності існуючих природних систем, є необхідним на сучасному етапі розвитку суспільства. Ця концепція вимагає збалансованої ув'язки трьох факторів: прибутку підприємства, рівня задоволення запитів споживачів і врахування інтересів суспільства. Вона здатна усунути можливі конфлікти між швидкоплинними потребами і тривалим благополуччям клієнта і суспільства. Вона являє собою

науково обґрунтований задум організації діяльності, який грунтується на конкретній керівній ідеї, ефективній стратегії, необхідному оперативному інструментарії здійснення підприємництва.

Розглянувши види і проблеми маркетингових концепцій, можна простежити, як розвиток суспільства вплинув на таку науку, як маркетинг: влада виробника поступово перейшла під владу споживача, і тепер, в даний час виробник, який бажає втриматися на ринку і отримувати вигоду, вже не може ігнорувати або нехтувати бажаннями споживачів.

Підсумовуючи, слід зазначити, що незважаючи на те, що, здавалося б, концепції, що виникли на початку минулого століття вже неактуальні, деякі виробники дотримуються саме їх, оскільки виходять зі своїх конкретних цілей і займаного положення на ринку.

Список літератури

1. Блюмська-Данько К. В. *Розвиток маркетингової діяльності аграрних підприємств* : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічноїдіяльності)» / К. В. Блюмська-Данько. – Харків, 2015. – 24 с.
2. Гарафонова О. І. Сучасний розвиток маркетингу / *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія «Економічні науки»*. − 2016. − № 2 (97). − 96−102 с.
3. Мишулин Г.М., Сериков Д.Ю. У розвиток підходу до формування сучасної моделі маркетингу / *Економіка і підприємництво*. – 2017. – № 2-1 (79-1), 552-556 с.
4. Симоненко Н.Н., Симоненко В.Н. Сучасні проблеми маркетингу / *Успіхи сучасного природознавства*. – 2014. – № 3. 191-193 с.
5. Сударкіна С.П., Маслій О.О. Планування маркетингової діяльності підприємства в сучасних умовах: інструменти і організація / *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. −2016. − №2. 8 (1200), 95-99 с.
6. Loureiro S. M. C., Sarmento E. M. The effect of corporate brand reputation on brand attachment and brand loyalty: Automobile sector / *Cogent Business & Management*. – 2017.
7. Багиев Г.Л. *Маркетинг взаємодії: підручник для ВНЗ*. - 2013. - 768 с. ISBN 978-5-94856-784-6
8. Багиев Г.Л., Пінчук А.В., Сєрова Є.Г., Шульга А.О. *Проблеми сучасної економіки*. - 2013. -№ 4 (44), 219-225 с.
9. Симоненко Н.Н., Симоненко В.Н., Сучасні проблеми маркетингу / *Успіхи сучасного природознавства*. - 2014. - № 3, 191-193 с.
10. Багиев Г.Л., Мефферт Х. *Маркетинг взаємодії. Концепція. Стратегії. Еффектівність*, 2013. - 688 с.
11. Аренков І.А. *Маркетинг, просунутий рівень. Лекції для бакалаврату*, 2016. - 173 с.
12. Котлер Ф. *Основи маркетингу. Короткий курс*. Видавничий дім «Вільямс», 2007. - 656 с.

References

1. Bliumska-Danko K. V. *Rozvytok marketynhovoi diialnosti ahrarnykh pidpryiemstv* [Development of agrarian enterprises marketing activity], avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk : spets. 08.00.04 «Ekonomika ta upravlinnia pidpryiemstvamy (za vydamy ekonomichnoi diialnosti)», Kharkiv, 2015, 24 p.
2. Harafonova O. I. Suchasnyi rozvytok marketynhu *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnolohii ta dyzainu. Seriia «Ekonomichni nauky»* [Bulletin of the Kiev National University of Technology and Design. Series "Economic Sciences"], 2016, no. 2 (97), pp. 96−10.
3. Myshulyn H.M., Serykov D.Y. V razvytye podkhoda k formyrovanyiu sovremennoi modely marketynha *Эkonomyka y predprynymatelstvo* [Economy and entrepreneurship], 2017, no. 2, 1 (79-1), pp. 552-556.
4. Symonenko N.N., Symonenko V.N. Sovremennie problemi marketynha *Uspekhy sovremennoho estestvoznanyia* [Advances in modern science], 2014, no. 3, pp. 191-193.
5. Sudarkina S.P., Maslii O.O. Planuvannia marketynhovoi diialnosti pidpryiemstva v suchasnykh umovakh: instrumenty i orhanizatsiia *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu «Kharkivskyi politekhnichnyi instytut»*. [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"], 2016, no. 2, 8 (1200), pp. 95-99.
6. Loureiro S. M. C., Sarmento E. M. The effect of corporate brand reputation on brand attachment and brand loyalty: Automobile sector *Cogent Business & Management*., 2017.
7. Bahyev H.L. *Marketynh vzaiemodii: pidruchnyk dlia VNZ* [Interaction Marketing: Textbook for Higher Education], 2013, 768 p. ISBN 978-5-94856-784-6
8. Bahyev H.L., Pinchuk A.V., Sierova Y.H., Shulha A.O. Problemy suchasnoi ekonomiky [Problems of the modern economy], 2013, no. 4 (44), pp. 219-225.
9. Symonenko N.N., Symonenko V.N., Suchasni problemy marketynhu *Zhurnal Uspikhy suchasnoho pryrodoznavstva* [Advances in modern science], 2014, no. 3, pp. 191-193.
10. Bahyev H.L., Meffert K. *Marketynh vzaiemodii. Kontseptsiia. Stratehii. Effektivnost* [Marketing interaction. Concept. Strategies. Efficiency] 2013, 688 p.
11. Arenkov I.A. *Marketynh, prosunutyi riven. Lektsii dlia bakalavratu* [Marketing, advanced level. Lectures for the bachelor's degree], 2016, 173 p.
12. Kotler F. *Osnovy marketynhu. Korotkyi kurs* [Fundamentals of Marketing. Short Course.] Vydavnychyi dim «Viliams», 2007, 656 p.

Надійшла (received) 22.11.2018

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Коляда Тетяна Ігорівна (Коляда Татьяна Игоревна, Koliada Tetiana) –Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студентка групи БЕМ-13бмп; Харків, Україна; ORCID: https://orcid.org/0000-0002-3515-9842; e-mail: tatianakoliada23@gmail.com; tel. 0969699549

Кузьменко Тетяна Сергіївна (Кузьменко Татьяна Сергеевна, Kuzmenko Tetiana) –Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студентка групи БЕМ-13бмп; Харків, Україна; ORCID: https://orcid.org/0000-0003-1749-1128; e-mail: tatyanakuzmenko44@gmail.com; tel. 0671585165

УДК 338.46:35

Д.А. ГОРОВИЙ, Д.О. ОЛЬХОВСЬКИЙ

ВПЛИВ РИС КЕРІВНИКА НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Кризовий стан багатьох підприємств України багать в чому пов'язаний із недостатньою ефективністю системи їх управління. Переважно це є наслідком непристосованості керівників цих підприємств, які отримали освіту у часи командної економіки, до ринкових умов і нових економічних реалій сьогодення..
Метою статті є визначення вимог до керівника сучасного підприємства, аби його рішення сприяли підвищенню ефективності його діяльності. Різноманітність в думках різних авторів щодо рис керівника вимагає виділення різних варіантів впливу цих рис на ефективність управління підприємством. Адже деякі риси залежать одна від одної, деякі є похідними від інших, а деякі поєднують інші у собі.
На наш погляд, слід замінити такі поняття як знання, вміння, здібності категорією більш високого порядку, яка б їх об'єднувала – професіоналізм. Професіоналізм поєднує знання, вміння, навички, здобуту освіту і вроджений талант саме з обраним місцем роботи і посадою. В свою чергу професіоналізм, як шальки терезів балансує між двома категоріями, що формують позитивний або негативний досвід ефективного керівника – компетентність та відповідальність. З боку компетентності важливим складником, якому на жаль досі не приверталося багато уваги, є здатність до подальшого навчання. Слід також звернути увагу на вроджену та набуту компетентність. Вроджена компетентність допомагає знайти працю, яка відповідає здоров'ю, таланту тощо, в той час як за допомогою набутої – можна пристосуватися до будь-якої професії і приносити користь, навіть не володіючи якимись особливими вродженими здібностями.
У подальшому буде проведено дослідження впливу різних рис керівника на безпосередній результат роботи підприємства (отримання прибутку або збитку), як матеріальний показник ефективності управління ним.

Ключові слова: управління, ефективність, керівництво, керівник, риси керівника, компетентність, відповідальність, професіоналізм.

Д.А. ГОРОВОЙ, Д.О. ОЛЬХОВСКИЙ

ВЛИЯНИЕ ЧЕРТ РУКОВОДИТЕЛЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Кризисное состояние многих предприятий Украины во многом связано с недостаточной эффективностью системы их управления. Преимущественно это является следствием неприспособленности руководителей этих предприятий, получивших образование во времена командной экономики, к рыночным условиям и экономическим реалиям .
Целью статьи является определение требований к руководителю современного предприятия, чтобы его решения способствовали повышению эффективности деятельности предприятия. Разнообразие в мыслях разных авторов по чертам руководителя требует выделения различных вариантов влияния этих черт на эффективность управления предприятием. Ведь некоторые черты зависят друг от друга, некоторые являются производными от других, а некоторые сочетают другие в себе.
На наш взгляд, следует заменить такие понятия как знания, умения, способности категорией более высокого порядка, которая бы их объединяла – профессионализм. Профессионализм сочетает знания, умения, навыки, полученное образование и врожденный талант именно с выбранным местом работы и должностью. В свою очередь профессионализм, как чаши весов балансирует между двумя категориями, которые формируют положительный или отрицательный опыт эффективного руководителя, – компетентность и ответственность. Со стороны компетентности важной составляющей, которой к сожалению до сих пор не приделялось много внимания, является способность к дальнейшему обучению. Следует также обратить внимание на врожденную и приобретенную компетентность. Врожденная компетентность помогает найти работу, которая соответствует здоровью, таланту и т.д., в то время как с помощью приобретенной – можно приспособиться к любой профессии и приносить пользу, даже не обладая какими-то особыми врожденными способностями.
В дальнейшем будет проведено исследование влияния различных черт руководителя на непосредственный результат работы предприятия (получение прибыли или убытка), как материальный показатель эффективности управления им.

Ключевые слова: управление, эффективность, руководство, руководитель, черты руководителя, компетентность, ответственность, профессионализм.

D.A. GOROVYI, D.O. OLKHOVSKYI

INFLUENCE OF THE MANAGER'S FEATURES ON THE EFFICIENCY OF THE ENTERPRISE ACTIVITY

The crisis state of many enterprises in Ukraine is largely due to the lack of effectiveness of their management system. Mostly this is a consequence of the unsuitability of the leaders of these enterprises, who were educated during the times of a command economy, to the market conditions and economic realities.
The purpose of the article is to determine the requirements for the head of a modern enterprise so that its decisions contribute to an increase of the efficiency of the enterprise's activities. Diversity in the thoughts of various authors according to managerial features requires the identification of various options for the influence of these characteristics on the efficiency of enterprise management. After all, some features depend on each other, some are derived from others, and some combine others in themselves.
In our opinion, it is necessary to replace such concepts as knowledge, skills, abilities with a category of a higher order that would unite them - professionalism. Professionalism combines knowledge, skills, skills, education and innate talent with the chosen place of work and position. In turn, professionalism, like the scales, balances between the two categories that form the positive or negative experience of an effective leader - competence and responsibility. On the part of competence, an important component, which unfortunately has not yet received much attention, is the ability for further learning. Attention should also be paid to innate and acquired competence. Inborn competence helps to find a job that corresponds to health, talent, etc., while with the help of acquired one, you can adapt to any profession and benefit without even having any special innate abilities.
In the future, a study will be conducted by the influence of various managerial features on the direct result of the enterprise's work (making a profit or loss) as a tangible indicator of its management efficiency.

Keywords: management, efficiency, leadership, leader, manager's features, competence, responsibility, professionalism.

© Д.А. Горовий, Д.О. Ольховський, 2018

Вступ. Кризовий стан багатьох підприємств України багать в чому пов'язаний із недостатньою ефективністю системи їх управління. Переважно це є наслідком непристосованості керівників цих підприємств, які отримали освіту у часи командної економіки, до ринкових умов і нових економічних реалій сьогодення.

На жаль використання інструментів планового управління в ринковій економіці призвело до масового банкрутства та занепаду підприємств, збільшенню безробіття, падіння обсягів виробництва в Україні. Тому актуальною і досі залишається проблема побудови ефективної системи управління підприємством в сучасних умовах.

Аналіз стану питання. Традиційні підходи до оцінки ефективності управління, узагальнені О.О. Огарковим [1], представлені як «Ефективність управління – це відносна характеристика результативності діяльності конкретної керуючої системи, що відображається в різних показниках як об'єкта управління, так і власне управлінської діяльності (суб'єкта управління), що мають як кількісні, так і якісні характеристики». Проте з цього визначення залишається невідомим, які саме результати повинно показувати підприємство, аби його управління вважалося ефективним і, найголовніше, які саме риси повинна мати така діяльність. Адже залежно від масштабів результатів О.О. Огарков визначає індивідуальну, групову та організаційну ефективність.

Аналіз основних досягнень і літератури. У найбільш загальному вигляді ефективність системи управління являє собою відношення ефекту, отриманого в результаті її вдосконалення, до витрат. Тому головним завданням на підприємствах є виявлення ефекту, який повинен визначатися, насамперед тим, якою мірою система управління сприяє досягненню головних цілей організації. Найбільш широко в працях авторів школи наукового управління (Ф. Тейлор, Г. Гант) розглядалися питання організаційної ефективності управління, в роботах А. Файоля, М. Мескона більш досліджувалися вже питання групової ефективності (на рівні окремих груп робітників), але найменш дослідженими залишаються питання індивідуальної ефективності. Так в роботах А. Маслоу та Д. Макклелланда розглядалися лише питання підвищення ефективності використання людських ресурсів [2], проте в їх роботах не розглядалося питання вимог до самого керівника, аби його управлінська діяльність була ефективною.

Тому **метою** статті є визначення вимог до керівника сучасного підприємства, аби його рішення сприяли підвищенню ефективності його діяльності.

Постановка задачі. За думкою В. Трапезнікова [3] керівник повинен виконувати 4 функції, аби бути ефективним: знати, бути спроможним, хотіти, встигати. Тобто, якщо замінити дієслова на звичні для використання функцій іменники, це буде – знання, спроможність, бажання, здатність встигати.

За думкою А. Барендрегта «ідеальний топ-менеджер повинен володіти підприємницькими здібностями і креативністю мислення» [4].

Л. Орбан-Лембрик виокремлює такі обов'язкові для управлінця якості: компетентність; висока відповідальність; особиста гідність; відчуття нового та вміння йти на розумний ризик; сміливість у прийнятті рішень; гнучкість; розуміння ситуації; гостре сприйняття нових потреб; відчуття часу, подій; висока працездатність, постійне прагнення бути кращим, комунікабельність, здатність установлювати контакти; увага до підлеглих [5].

На думку В. Шуванова, на ефективність управління впливають особистісні фактори: досвід роботи, здібності, сукупність особистих і ділових якостей [6]. Згідно М. Шоу, ефективність управління обумовлена вродженими характеристиками, вміннями і рисами особистості [7].

За думкою, наведеною у [8] ефективний керівник повинен володіти наступними особистими якостями: «широким кругозором, жаданням знань, професіоналізмом, новаторством, творчим підходом до роботи; відчуттям розуміння ситуації; творчим відношенням до роботи, завзятістю, упевненістю в собі і відданістю справі; нестандартним мисленням, винахідливістю, ініціативністю і здатністю генерувати ідеї; готовністю до змін, відвертістю, гнучкістю і легкою пристосовністю до змін, що відбуваються; прагненням до співпраці, комунікабельністю і відчуттям успіху; емоційною врівноваженістю і стресостійкістю, психологічними здібностями впливати на людей; ситуаційним лідерством і енергією особи в корпоративних структурах; здатністю працювати в колективі і з колективом; умінням передбачати результат; внутрішньою потребою до саморозвитку і самоорганізації; здатністю і умінням ризикувати; здатністю діяти самостійно; відповідальністю за діяльність і за ухвалені рішення; здатністю побачити, виділити істотне; мистецтвом виконувати плани».

Така різноманітність в думках різних авторів щодо рис керівника вимагає виділення різних варіантів впливу цих рис на ефективність управління підприємством. Адже деякі риси залежать одна від одної, деякі є похідними від інших, а деякі поєднують інші у собі.

Проте , на наш погляд, слід замінити такі поняття як знання, вміння, здібності категорією більш високого порядку, яка б їх об’єднувала – професіоналізм.

Професіоналізм поєднує знання, вміння, навички, здобуту освіту і вроджений талант саме з обраним місцем роботи і посадою. Адже талановита людина не на «своєму місці» не здатна принести результат, який би вдовольнив власника підприємства, а , відповідно, і саму людину, і суспільство [9].

В свою чергу професіоналізм, як шальки терезів балансує між двома категоріями, що формують позитивний або негативний досвід ефективного керівника – компетентність та відповідальність.

Адже згідно [10] «компетентність означає коло питань, у яких людина добре обізнана, має знання та досвід. Компетентність також визначається як набута у процесі навчання інтегрована здатність особистості, яка складається із знань, досвіду, цінностей і ставлення, що можуть цілісно реалізовуватися на практиці». «Відповідальність – категорія, яка виражає свідоме ставлення особи до вимог суспільної необхідності, обов'язків, соціальних завдань, норм і цінностей. Відповідальність означає усвідомлення суті та значення діяльності, її наслідків для суспільства і соціального розвитку, вчинків особи з погляду інтересів суспільства або певної групи» [11].

Тобто компетентність відповідає за надбання необхідного для управління «багажу», а відповідальність – за його використання.

З боку компетентності важливим складником, якому на жаль досі не приверталося багато уваги, є здатність до подальшого навчання. Адже сучасний світ неможливий без подальшого навчання: змінюються гаджети і пристрої, за допомогою яких можна ділитися інформацією, наочно представляти результати роботи, технологія і засоби виробництва. Отже людина, яка не в змозі скористатися новинками техніки, не здатна зробити щось нове, а тим більше адекватно управляти в своїй сфері діяльності.

Слід також звернути увагу на вроджену та набуту компетентність. Вроджена компетентність допомагає знайти працю, яка відповідає здоров'ю (наприклад, вантажник, пілот, моряк), таланту (художник, архітектор) тощо, в той час як за допомогою набутої можна пристосуватися до будь-якої професії і приносити користь, навіть не володіючи якимись особливими вродженими здібностями (життєвими активами).

Недарма американський стандарт критеріїв оцінки ефективності управлінського працівника включає в себе такі параметри: рівень загальної освіти; професійна підготовка; розумові й фізичні здатності; типи й риси темпераменту; професійні інтереси (переваги, схильності); стан здоров'я [12].

На жаль, в Україні ніхто не проводить психотести зі сумісності керівника та колективу з точки зору їх психотипів (видів темпераменту). Проте несумісність керівника і переважної частини колективу навіть за темпераментом може суттєво вплинути на загальний результат (ефективність) роботи окремого колективу або підприємства в цілому.

З цього фактично складається і інша неодмінна риса керівника для ефективного управління – відповідальність. Адже всі інвестиції власника в підприємство не можуть бути повернуті, якщо керівник:

1) не може працювати з іншими в команді, або нездатний самостійно (без інших) виконати роботу, взявши на себе відповідальність;

2) не працює або працює не в повну силу;

3) використовує отримані знання лише для власного збагачення, або розбудови власної кар'єри;

4) пішов з роботи.

Висновки. Підсумовуючі розглянуті в статті аспекти ефективного управління підприємством з точки зору підбору його керівника, слід зазначити, що головними рисами керівника мають стати є компетентність та відповідальність. Ці обидві риси можуть бути поєднані у єдину – професіоналізм. Оскільки саме професіоналізм і є головним критерієм у роботі керівника, характеризує його здатність управляти колективом, підприємством в цілому. Ця категорія також включає в себе як такі риси: знання, вміння, здібності (складові компетентності), так і поняття спроможність, бажання, здатність встигати (складові відповідальності).

Загальну ієрархію рис керівника для забезпечення ефективного управління підприємством наведено на рис. 1.

У подальшому буде проведено дослідження впливу різних рис керівника на безпосередній результат роботи підприємства (отримання прибутку або збитку), як матеріальний показник ефективності управління ним. Причому оцінка рис керівника може бути проведена за допомогою психологічних тестів, соціологічних досліджень або експертного опитування, а фінансовий результат – отриманий із фінансової звітності підприємства. Отримання певного масиву даних по декількох підприємствах по декількох роках дозволить побудувати кореляційну залежність та визначити вплив кожного фактору.

Рис. 1 Загальна ієрархія рис керівника для забезпечення ефективного управління підприємством

Список літератури

1. Огарков А.А. Эффективность управления: как ее измерить, оценить и достичь / А.А. Огарков.– [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.elitarium.ru/ehffektivnost-upravleniya-sistema-organizaciya-deyatelnost-pokazatel-rabotnik-rabota-dostizhenie-rezultat-zatrata-navyk-umenie-ocenka-kachestvo-kriterij/
2. Григорян А. Ф. Менеджмент. Учебник/ А.Ф. Григорян – М.: ПБОЮЛ, 2002. – 264 с.

3. Трапезников В.А. Управление и научно-технический прогресс. / В.А. Трапезников. – М.: Издательство «Наука», 1983. – 224 с.
4. Барендрегт А. Настоящий топ-менеджер — тот, с кого берут пример/ А .Барендрегт, Д. Кристофор.– [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.top-personal.ru/issue.html?2894
5. Обран-Лембрик Л.Е. Психологія управління: Посібник. / Л.Е. Обран-Лембрик. – К.: Академвидав, 2003. - 567 с.
6. Шуванов В.И. Социальная психология управления / В.И. Шуванов. – М. : ЮНИТИ, 2012. – 463 с.
7. Бондаренко И.В. Эффективность управления предприятием - ключевая задача менеджмента / И.В. Бондаренко // Das Management. – 2010. – №5 /10-12. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.progressive-management.com.ua/statyi-avtora/ef-management
8. Бізнес Портал Луцька. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://toplutsk.com/articles-article_194.html
9. Горовий Д.А. Розвиток людського капіталу сучасної держави / Д.А. Горовий // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць. – Харків: ХНАДУ. – 2015. – №2(9) – С. 144-150.
10. Компетентність. Вікіпедія. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Компетентність.
11. Відповідальність. Вікіпедія. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Відповідальність.
12. Дудукало Г. О. Аналіз методів оцінювання ефективності управління діяльністю підприємства. / Г. О. Дудукало // Ефективна економіка № 3, 2012 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1031

References (transliterated)

1. Ogarkov A. *Effektivnost upravleniya: kak yeye izmerit, otsenit i dostich* [Management efficiency: how to measure, evaluate and achieve it]. Available at:: http://www.elitarium.ru/ehffektivnost-upravleniya-sistema-organizaciya-deyatelnost-pokazatel-rabotnik-rabota-dostizhenie-rezultat-zatrata-navyk-umenie-ocenka-kachestvo-kriterij/
2. Grigoryan A. F. *Menedzhment. Uchebnik* [Management. Textbook]. Moscow, PBOYUL, 2010. 264 p.
3. Trapeznikov V.A. *Upravleniye i nauchno-tekhnicheskiy progress* [Management and science-technological progress]. Moscow, Izdatelstvo «Nauka», 1983, 224 p.
4. Barendregt A.., Kristofor D. *Nastoyashchiy top-menedzher — tot, s kogo berut primer* [The real top manager is the one with whom the example is taken]. Available at: http://www.top-personal.ru/issue.html?2894
5. Obran-Lembrik L.Ye. *Psikhologíya upravlínnya* [Psychology Management]. Kyiv, Academvidav, 2003. 567 p.
6. Shuvanov V.I.. *Sotsial'naya psikhologiya upravleniya*. [Social Psychology of Management]. Moscow, YUNITI, 2012. 463 p.
7. Bondarenko I.V.. *Effektivnost' upravleniya predpriyatiyem - klyuchevaya zadacha menedzhmenta* [The efficiency of enterprise management is a key management task]. *Das Management* [Das Management], 2010, no 5 / 10-12, Available at: https://www.progressive-management.com.ua/statyi-avtora/ef-management
8. *Bíznes Portal Lutska* [Business Portal Lutsk]. Available at: http://toplutsk.com/articles-article_194.html
9. Gorovyi D.A.. Rozvitok lyudskogo kapitalu suchasnoii derzhavy [Development of human capital of the modern state]. *Problemy` i perspekty`vy` rozvy`tku pidpry`yemny`cztva: Zbirny`k naukovy`x pracz`* [Problems and prospects of entrepreneurship development: Collection of scientific works.] Kharkiv, KHNADU, 2015, no 2 (9), pp. 144-150.
10. *Kompetentníst. Víkipediya*. [Competence. Wikipedia]. Available at:. https://uk.wikipedia.org/wiki/Компетентність
11. *Vidpovidalnist. Víkipediya* [Responcibility. Wikipedia] Available at: https://uk.wikipedia.org/wiki/Відповідальність
12. Dudukalo G. O. *Analiz metodiv otsinyuvannya efektyvnosti upravlinnya diyal'nistyu pidpryyemstva* [Analysis of methods for assessing the effectiveness of management of the enterprise]. *Efektyvna ekonomika* [Effective economy] Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1031

Надійшла (received) 26.11.2018

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Горовий Дмитро Анатолійович (***Горовой Дмитрий Анатольевич***, ***Gorovyi Dmytro Anotoliiovych***) – доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри економіки та маркетингу; м. Харків, Україна; ORCID: https://orcid.org/0000-0002-0416-3857; email: digoro@ukr.net

Ольховський Денис Олегович (***Ольховский Денис Олегович***, ***Olkhovskyi Denis Olegovich***) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студент; м. Харків, Україна; e-mail: direct_pw@bk.ru

УДК 65.011.4:663.2

Л.П. СКОТНІКОВА, А. О. САФРОНОВА

УПРАВЛІННЯ ПІДВИЩЕННЯМ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ

Забезпечення ефективності діяльності є однією з головних завдань підприємств виноробної галузі. На думку провідних вчених сучасне виноградарство країни складна економічна система, ефективність якої визначається різноманітними факторами – соціальними, економічними, екологічними та організаційними. Управління ефективністю діяльності підприємства – це інтегрований підхід менеджменту, що об'єднує різні напрями діяльності підприємства, які включають: стратегію, управління персоналом та виробництвом, аналіз, облік та контроль, системи та програмне забезпечення. Проведено аналіз стану вітчизняної виноробної галузі, її потенціалу, існуючих складнощів, динаміки виробництва виноградного вина, перспектив розвитку за сприятливих економічних умов і державної підтримки. Наведені основні напрями управління підвищенням ефективності підприємств виноробної галузі: товарним асортиментом, якістю продукції, ресурсами, розвитком виробничо-технічної бази, доходами, витратами та фінансовими результатами, економічними ризиками, маркетинговою діяльністю, кадровою політикою підприємства і корпоративною культурою, конкурентоспроможністю підприємства. Запропонована структурна схема організаційного забезпечення управління ефективністю діяльності підприємств виноробної галузі, яка містить у собі організаційну й економічну складові, спрямована на підвищення показників ефективності їх діяльності.

Ключові слова: управління, ефективність, виноробна галузь, підприємство, напрямки , структурна схема.

Л.П. СКОТНИКОВА, А. О. САФРОНОВА

УПРАВЛЕНИЕ ПОВЫШЕНИЕМ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ВИНОДЕЛЬЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Обеспечение эффективности деятельности является одной из главных задач предприятий винодельческой отрасли. По мнению ученых современное виноградарство страны сложная экономическая система, эффективность которой определяется различными факторами - социальными, экономическими, экологическими и организационными. Управление эффективностью деятельности предприятия - это интегрированный подход менеджмента, объединяет различные направления деятельности предприятия, включающие: стратегию, управление персоналом и производством, анализ, учет и контроль, системы и программное обеспечение. Проведен анализ состояния отечественной винодельческой отрасли, ее потенциала, существующих проблем, динамики производства виноградного вина, перспектив развития при благоприятных экономических условиях и государственной поддержки. Приведены основные направления управления повышением эффективности предприятий винодельческой отрасли: товарным ассортиментом, качеством ресурсами, развитием производственно-технической базы, доходами, расходами и финансовыми результатами, экономическими рисками, маркетинговой деятельностью, кадровой политикой предприятия и корпоративной культурой, конкурентоспособностью предприятия. Предложенная структурная схема организационного обеспечения управления эффективностью деятельности предприятий винодельческой отрасли, которая включает в себя организационную и экономическую составляющие, направленная на повышение показателей эффективности их деятельности.

Ключевые слова: управления, эффективность, винодельческая отрасль, предприятие, направления, структурная схема.

L.P. SKOTNIKOVA, A.O. SAFRONOVA

MANAGEMENT SCHEME TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF THE ACTIVITIES OF VINEYARD COMPANIES

Ensuring the efficiency of activities is one of the main tasks of enterprises in the wine industry. According to leading scientists, modern wine-growing in the country is a complex economic system whose effectiveness is determined by various factors - social, economic, environmental and organizational. Managing the efficiency of an enterprise is an integrated management approach that combines different business activities, including: strategy, personnel management and production, analysis, accounting and control, systems and software. The analysis of the state of the domestic winemaking industry, its potential, existing difficulties, the dynamics of production of grape wine, prospects of development under favorable economic conditions and state support are carried out. The main directions of management of the increase of the efficiency of the enterprises of the wine-making industry are: the product range, the quality of products, resources, development of production and technical basis, income, expenses and financial results, economic risks, marketing activities, personnel policy of the enterprise and corporate culture, competitiveness of the enterprise. The proposed structural scheme of organizational support for managing the efficiency of enterprises in the wine industry, which includes organizational and economic components, aimed at increasing the performance indicators of their activities.

Keywords: management, efficiency, winemaking industry, enterprise, directions, structural scheme.

Вступ. Сучасний етап розвитку економіки України вимагає від вітчизняних підприємств активних дій з підвищення ефективності їх функціонування. Лише висока ефективність може забезпечити конкурентоспроможність підприємства, а внаслідок цього – його прибутковість і сильні конкурентні позиції на ринку. У зв'язку з кризою стан економіки значно погіршився, що актуалізує необхідність вирішення проблем, пов'язаних з підвищенням ефективності діяльності підприємств. Економічна ситуація, що склалась сьогодні, диктує необхідність пошуку нових шляхів підвищення ефективності діяльності підприємств, аналізу причин і факторів, що стримують їх розвиток.

Виноробна галузь України впродовж кількох останніх десятиліть оцінюється економістами як перспективна і відзначається значним потенціалом розвитку. Зважаючи на тенденції активного розвитку світового ринку виноробної продукції, зростання споживання вина і посилення конкуренції з боку країн, світових лідерів з виробництва вина, питання конкурентоспроможності, ефективності та можливостей розвитку даної галузі в Україні заслуговують детального розгляду.

Мета статті. Метою статті є аналіз визначення

© Л.П. Скотнікова, А. О. Сафронова, 2018

сутності управління ефективністю діяльності підприємства і удосконалення схеми управління ефективністю діяльності підприємств виноробної галузі.

Постановка проблеми. Забезпечення ефективності діяльності є однією з головних завдань будь-якого підприємства. В сучасних умовах господарювання виконання цього завдання ускладняється через вплив безлічі зовнішніх та внутрішніх факторів, що сприяють зростанню витрат та скороченню доходів підприємств. Керівництво підприємств потребує надійних методів та інструментів задля протистояння цим негативним факторам.

Викладення основного матеріалу. Останнім часом в українській і зарубіжній науці проблемі управління ефективністю діяльності підприємства приділяється все більше уваги. Натомість підходи до визначення цього поняття значно відрізняються.

Так, А. Куценко [1] розглядає управління ефективністю діяльності підприємства як «цілеспрямоване оперативне регулювання діяльності за напрямами управління ефективністю для забезпечення відповідності фактичного стану підприємства заданим параметрам».

Т. Говорушко та Н. Климаш [2] є прихильниками вартісно-орієнтованого підходу в управлінні ефективністю та визначають його як процес, який націлений на досягнення максимальної вартості підприємства, що повинен вирішувати наступні завдання:

– сформувати стратегію розвитку підприємства, та встановити етапи її реалізації;

– оптимізувати структуру джерел фінансування підприємства та інвестувати кошти в активи у відповідності з основними правилами фінансування;

– забезпечити ліквідність активів підприємства та прагнути до скорочення терміну обертання оборотних коштів;

– гарантувати захист прав акціонерів, тобто впровадити ефективну систему прийняття рішень, та надати акціонерам (як великим, так і міноритарним) можливість контролювати роботу менеджменту;

– використовувати інноваційні технології, що забезпечать зростання обсягу виробництва та продуктивності праці і гарантуватимуть високу якість та екологічний контроль продукції;

– вдосконалювати корпоративну культуру на підприємстві та довести до кожного працівника необхідність зростання вартості підприємства;

– сприяти підвищенню ділової репутації та іміджу підприємства.

Визначення, яке дають Т. Говорушко та Н. Климаш [2] розраховано для підприємств, які здійснюють свою господарську діяльність за умов функціонування розвиненого фондового ринку. В умовах початкового розвитку фондового ринку України та ускладненні реальної оцінки бізнесу в Україні через низку чинників, насамперед, через нестабільність зовнішнього середовища в якому функціонують вітчизняні підприємства, практичне застосування описаного вартісно-орієнтованого підхід в управлінні ефективністю діяльності українських підприємств є недоречним.

М. Армстронг [3] визначає управління ефективністю як систематичний та безперервний процес вдосконалення організаційної діяльності шляхом розробки показників ефективності окремих працівників та колективів. Розглядаючи управління ефективністю як систему, що складається з взаємопов'язаних елементів, спроектованих для досягнення цілей, підвищення індивідуальної, командної та організаційної ефективності

На думку С. Хетфілда [4], управління ефективністю – це процес створення робочого середовища, в якій люди мають можливість продемонструвати свої найкращі здібності. «Управління ефективністю – цілісна робоча система, яка починається, коли робота визначена як необхідна ... і закінчується, коли працівник залишає ваше підприємство». Таким чином, вона розглядає дане поняття у широкому контексті робочої системи, йдучи від поширеного уявлення про управління ефективністю як субститут традиційної системи оцінки діяльності [4].

Більшість науковців дотримуються думки що, управління ефективністю, це циклічний –процес, метою якого є підвищення ефективності. При цьому єдиного підходу щодо поділу циклу управління ефективністю на етапи не існує. Кожний автор пропонує різний набір і кількість етапів.

На думку Е. Холдсворд та Д. Джирасин [5], управління ефективністю включає заходи зі спільної роботи, довгострокового мислення, формування людського капіталу і лояльності клієнтів. Воно оцінює лідерів, які будують людський капітал, мотивацію співробітників та розвиток персоналу, а також управління ними. У своїй монографії ці автори виділяють два засоби управління ефективністю:

– розвиток ефективності, що обіцяє мотивацію на робочому місці та професійну підготовку співробітників;

– вимірювання ефективності, що робить співробітників відповідальними та оцінює їхній внесок.

Представник британської економічної школи, С. Хатчінсон [6], вважає, що управління ефективністю має багато різних значень, але, по суті, воно є поліпшенням ефективності, та, як правило, відноситься до ряду ініціатив в галузі управління, які прагнуть зробити ефективність більш «керованою». Його можна розглядати з самих різних точок зору, включаючи стратегії організаційної поведінки, операційний менеджмент, економіку та бухгалтерський облік, а також управління персоналом.

Окрім вище наведених визначень управління ефективності існують визначення, які базуються на системному підході. А. Г. Гончарук [7] є

прихильником цього підходу і дає таке визначення: «управління ефективністю – це особливий підхід менеджменту, створений для забезпечення ефективної роботи підприємства та описує методологію, вимірювання, процеси, методи, методики, системи та програмне забезпечення, які використовуються для діагностики (оцінки), аналізу, контролю і забезпечення зростання ефективності діяльності на різних підприємствах [7].

На наш погляд, найбільш прийнятним є наступне визначення, яке дає Лазарева Н. О: «управління ефективністю діяльності підприємства – це інтегрований підхід менеджменту, що об'єднує різні напрями діяльності підприємства, включаючи стратегію, управління персоналом, операційний менеджмент, планування, аналіз, облік та контроль, відповідні методи, моделі, системи та програмне забезпечення задля забезпечення сталого зростання ефективності діяльності підприємства» [8].

Управління ефективністю підприємства інтегровано в усі аспекти його діяльності і сфери прийняття управлінських рішень, поєднує усі його напрями, орієнтовано на досягнення високих результатів. Головне питання підприємств виноробної галузі це підвищення їх ефективності.

Виноробна галузь України впродовж кількох останніх десятиліть оцінюється економістами як перспективна і відзначається значним потенціалом розвитку. Вигідне географічне розташування України та помірний клімат сприяють розвитку виноробства і вирощування найрізноманітніших сортів винограду.

Виноградарство України у зв'язку з останніми політичними подіями зазнало значні втрати площ виноградників. Після анексії Криму загальна площа українських виноградників зменшилась з 75,1 тис. га до 48, 7 тис. га у 2014 році. У 2017 році площі виноградників в Україні становлять близько 44 тис га, що у чотири рази менше порівняно з 1990 роком[9].

У 2012 та 2013 роках більша частина українського винограду, відповідно 71,2 і 73,9%, були використані у процесі переробки на виноматеріали. У 2014 р. частка виноматеріалу, що переробляється, суттєво зменшилась до 52,3%, а обсяги виробництва скоротилися майже вдвічі – до 6062 тис. дал. У 2017 році частка переробки українського винограду склала 77%[10].

У 2016-2017 роках відбулося зростання обсягів виробництва споживання вина. Так у 2017 році виробництво вина виросло у порівнянні з 2016 роком на 1.5 млн. літрів. Обсяги споживання вина збільшилось на 1.1 млн. літрів. Для збільшення обсягів виробництва і споживання потрібно долучати людей до культури споживання вина. У структурі споживання алкогольних напоїв в Україні частка вина становить 9,0%, тоді як в європейських країнах спостерігається тенденція сталого високого рівня споживання вина і зниження обсягу споживання горілки і міцних спиртних напоїв. У середньому кожен українець випиває 5,8 л вина на рік, що є одним з найнижчих показників у Європі (у Польщі – 12 л на людину, у Чехії – 16 л, в Іспанії та Італії – по 40 л, а у Франції – максимальні 60 л) [10]

Сьогодні 95% вина, виробленого в Україні, реалізується на внутрішньому ринку, 5% – на зовнішньому ринку.

У структурі виробництва алкогольних напоїв все більшу частку починає займати виноробство. Цьому сприяє урядова політика та заходи державного регулювання в цій сфері. У 2016 році місткість ринку вина становила приблизно 31,9 млн. дал., а у 2017 р. – вже майже 37 млн. дал., темпи приросту відповідно становлять – 4,3%. Найбільшу питому вагу в виробництві вин займають виноградні вина (тихі вина), питома вага яких у загальному обсязі ринку алкогольних напоїв, за обсягами 2017 р., становила 32,8% (28,8% у 2016 р.), а у структурі виробництва вина – 75,8% (71% за показниками 2016 року) [10].

У 2017 році відбулося зменшення споживання ігристих він, а саме шампанське. Причина такої зміни смаків споживачів стало істотне подорожчання ігристих він. У вересні 2018 року мінімальна ціна на даний продукт збільшилась на 13,3% і склала від 79,19 грн. за пляшку. Таким чином, ігристе вино українського виробництва практично наздогнало за вартістю імпортні напої.

Проведений аналіз динаміки виробництва виноградного вина та стану галузі свідчить, що виноградарство займає невелику частку при виробництві валової продукції сільського господарства України. Воно значно знизило свої позиції, як на внутрішньому ринку, так і на зарубіжному у 2014-2017 роках. Зараз вітчизняна виноробна галузь переживає важкі часи, її розвиток більшою мірою залежить від економічних, політичних подій, а також підтримки державою галузі.

Не зважаючи на всі труднощі, українські виробники вина мають значний потенціал, досить великий досвід, сприятливі умови та бажання вдосконалюватись. Якщо умови державної політики українського виноробства і виноградарства будуть сприяти розвитку галузі, Україна має всі шанси бути конкурентоспроможною та успішною на світовому ринку.

На думку провідних вчених сучасне виноградарство країни це складна економічна система, ефективність якої визначається різноманітними факторами – соціальними, економічними, екологічними та організаційними.

Рівень економічної ефективності підприємства залежить від чисельних чинників, що її визначають. У зв'язку з цим для практичного розв'язання завдань управління ефективністю важливого значення набуває ідентифікація чинників і напрямів її зростання.

На рисунку 1 наведені напрямки підвищення ефективності підприємств виноробної галузі.

Підвищення ефективності підприємств виноробної галузі спрямовано на забезпечення виробництва і поставки продукції в заданих обсягах, асортименті, якості, в строки, що встановлені планами виробництва, договорами, замовленнями, потребами ринку при мінімальному циклі та мінімальних витратах виробництва. Об'єктом управління цієї підсистеми є процеси формування конкурентоспроможного асортименту продукції,

виробництва продукції і процеси її постачання.

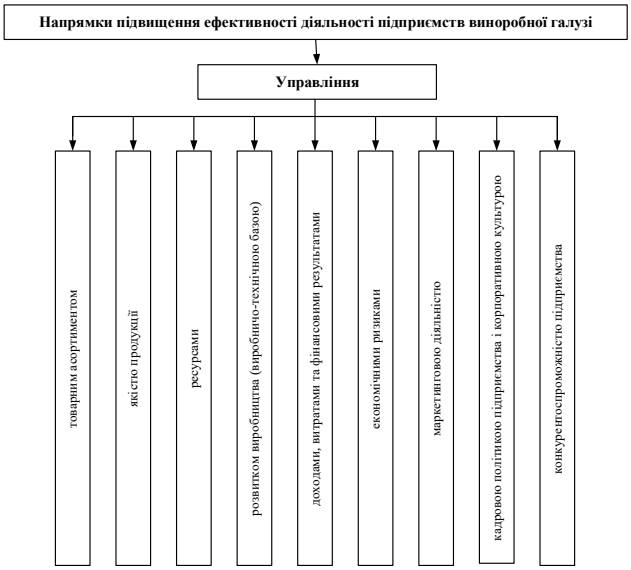


Рисунок 1 – Основні напрямки управління підвищенням ефективності підприємств виноробної галузі

Підвищення ефективності підприємств виноробної галузі має забезпечувати споживачів продукцією, якість якої задовольняла б їх потреби і відповідала умовам конкретного ринку збуту. Об'єктами управління в цього напрямку є технічний рівень і якість продукції в цілому, процеси їх формування на стадії дослідження і проектування, забезпечення якості в процесі виробництва, збереження в процесі обігу, повноцінного використання та оновлення в процесі споживання.

Об'єктами управління також є залучені ресурси, процеси виробничої, господарської та управлінської діяльності щодо їх використання. Основна мета управління ресурсами полягає у підвищенні ефективності використання ресурсів різними шляхами зокрема кожного його виду.

Об'єктом управління є процеси підвищення науково-технічного й організаційного рівня виробництва підприємства, виробничих потужностей і ефективності освоєння капітальних вкладень. Управління доходами, витратами та фінансовими результатами в процесі функціонування підприємств виноробної галузі відіграє основну роль. Саме цей напрям дозволить ефективно управляти усіма іншими напрямами підвищення ефективності підприємства. Його мета контролювати розмір, обґрунтованість, доцільність здійснення усіх витрат підприємства, а також величину та джерела доходів на підприємстві, отримання прибутку, оптимізація витрат та безперебійний процес функціонування підприємства.

Управління економічним ризиком спрямовано на своєчасне виявлення, ідентифікацію, оцінку та розробку системи методів управління економічними видами ризиків, які виникають в процесі виробничо-господарської діяльності підприємства.

Управління маркетинговою діяльністю дозволить: відслідковувати зміни у кон'юнктурі ринку, структурі попиту, розробці комплексу маркетингових інструментів для цілеспрямованого впливу на кінцевих споживачів виноробної продукції. Основною метою управління маркетинговою діяльністю є ефективність комерційної діяльності підприємства, пов'язаної з реалізацією продукції.

Управління кадровою політикою підприємства і корпоративною культурою сприяє підвищенню продуктивності праці, якості продукції, поліпшенню взаємовідносини у колективі підприємства.

Управління конкурентоспроможністю спрямовано на підтримку існуючих та створення нових стійких конкурентних переваг. Управління ефективністю діяльності являє собою систему принципів і методів розробки і реалізації управлінських рішень за всіма основними напрямками діяльності підприємства.

Успішне функціонування системи управління ефективністю діяльності підприємства багато в чому визначається ефективністю її організаційного забезпечення. Система організаційного забезпечення управління ефективністю діяльності підприємств є взаємопов'язаною сукупністю внутрішніх структурних служб і підрозділів підприємства, які забезпечують розробку і прийняття управлінських рішень з окремих питань планування, формування, розподілу і використання прибутку і несуть відповідальність за результати цих рішень.

Структурна схема організаційного забезпечення управління ефективністю діяльності підприємств виноробної галузі наведена на рисунку 2.

Представлена структурна схема організаційного забезпечення управління ефективністю діяльності виноробної галузі, містить організаційну й економічну складові, виконує основне завдання – забезпечення сталого зростання показників її ефективності, може бути застосована до будь-якого підприємства.

Висновки. Дослідження теоретичних та практичних аспектів управління ефективністю діяльності підприємств виноробної галузі дозволило визначити сутність управління ефективністю діяльності як безперервний процес управління усіма елементами системи підприємства, спрямований на забезпечення отримання прибутку. Це, у свою чергу, дозволить фінансувати розвиток підприємства, зміцнити його конкурентні позиції та підвищити ефективність його функціонування.

Аналіз стану вітчизняної виноробної галузі свідчить про наявність її потенціалу, позитивну динаміку виробництва виноградних вин, перспективи розвитку за сприятливих економічних умов і державної підтримки Наведені основні напрямки підвищення ефективності підприємств виноробної галузі, до яких віднесені: управління товарним асортиментом, якістю продукції, ресурсами, розвитком виробничо-технічної бази, доходами, витратами та фінансовими результатами,

економічними ризиками, маркетинговою діяльністю, кадровою політикою підприємства, його конкурентоспроможністю.

Рисунок 2 – Структурна схема організаційного забезпечення управління ефективністю діяльності підприємств виноробної галузі

Запропонована структурна схема організаційного забезпечення управління ефективністю діяльності підприємств виноробної галузі містить організаційну й економічну складові, має практичну спрямованість, щодо підвищення їх прибутковості.

Список літератури

1 Куценко А. В. *Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємств споживчої кооперації України: монографія* / А. В. Куценко. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. – 205 с.

2 Говорушко Т.А. *Управління ефективністю діяльності підприємств на основі вартісно-орієнтованого підходу : [монографія]* / Т.А. Говорушко, Н.І. Клімаш. – Київ. : Логос, 2015 – 229 с.

3 Armstrong M. *Armstrong's Handbook of Performance Management: An Evidence-Based Guide to Delivering High Performance* / M. Armstrong. – London: Kogan Page, 2015. – 416 p

4 Heathfield S.M. *Performance Management Is NOT an Annual Appraisal* [Електронний ресурс] / S.M. Heathfield. – 2014. – Режим доступу: http://humanresources. about.com/od/performanceevals/a/ performancemgmt_2.htm

5 Houldsworth E. *Managing and Measuring Employee Performance* / E. Houldsworth, D. Jirasinghe. – London: Kogan Page, 2006 – 245 p.

6 Hutchinson S. Performance Management: Theory and Practice / S. Hutchinson. – London: Chartered Institute of Personnel and Development, 2013. – 328 p.

7 Гончарук А.Г. *Управління ефективністю діяльності підприємства виноробної галузі* / А.Г. Гончарук.//*Економіка харчової промисловості* – 2014. -№1(21). — С. 25-29.

8 Лазарева Н.О. *Про розуміння управління ефективністю діяльності підприємства* / Н.О. Лазарева // *Економічний вісник Донбасу*. — 2015. — № 2 (40). — С. 105-109.

9 *OIV (International Organisation of Vine and Wine).* – 2015р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.oiv.int/oiv/cms/index

10 *Статистична інформація Державної служби статистики України* [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Режим доступу: http://www. ukrstat.gov.ua/

References (transliterated)

1. Kutsenko A. V. *Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm upravlinnia efektyvnistiu diialnosti pidpryiemstv spozhyvchoi kooperatsii Ukrainy* [Organizational and Economic Mechanism for Managing the Efficiency of Ukrainian Consumer Cooperatives*]: monohrafiia*. – Poltava: RVV PUSKU, 2008. – 205 p.

2 Hovorushko T.A. *Upravlinnia efektyvnistiu diialnosti pidpryiemstv na osnovi vartisno-oriientovanoho pidkhodu* [Managing the performance of enterprises based on a value-based approach]*: [monohrafiia]* – Kyiv. : Lohos, 2015 – 229 p.

3 Armstrong M. *Armstrongs Handbook of Performance Management: An Evidence-Based Guide to Delivering High Performance[*Armstrong's Handbook of Performance Management: An Evidence-Based Guide to Delivering High Performance *]* /. – London: Kogan Page, 2015. – 416 p

4 Heathfield S.M. *Performance Management Is NOT an Annual Appraisal* [Elektronnyi resurs]– 2014. – Rezhym dostupu: http://humanresources. about.com/od/performanceevals/a/ performancemgmt_2.htm

5 Houldsworth E. *Managing and Measuring Employee Performance* [Managing and Measuring Employee Performance]. – London: Kogan Page, 2006 – 245 p.

6 Hutchinson S. Performance *Management: Theory and Practice*. – London: Chartered Institute of Personnel and Development, 2013. – 328 p.

7 Honcharuk A.H. *Upravlinnia efektyvnistiu diialnosti pidpryiemstva vynorobnoi haluzi* [Management of the activity of the enterprise of the wine industry] Ekonomika kharchovoi promyslovosti [The economy of the food industry] – 2014. –no 1(21). — pp. 25-29.

8 Lazareva N.O. *Pro rozuminnia upravlinnia efektyvnistiu diialnosti pidpryiemstva* [About understanding of the management of the effectiveness of the enterprise] Ekonomichnyi visnyk Donbasu.[Economic Bulletin Donbass] — 2015. — no 2 (40). — pp. 105-109.

9 OIV (International Organisation of Vine and Wine)[International Organisation of Vine and Wine]. – 2015r. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://www.oiv.int/oiv/cms/index

10 *Statystychna informatsiia Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy* [Statistical information of the State Statistics Service of Ukraine] [Elektronnyi resurs] / *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy*.[State Statistics Service of Ukraine] – Rezhym dostupu: http://www. ukrstat.gov.ua/

Надійшла(received) 21.11.2018

Відомості про авторів /Сведения об авторах / About the Authors

***Скотнікова Любов Петрівна (Скотникова Любовь Петровна, Skotnikova Ljbov Petrivna)* -** кандидат економічних наук, доцент Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри менеджменту та оподаткування; м. Харків, Україна; ORCID: https:// orcid. Org.0000-0002-1422-8132; e-mail: Lps130847@gmail.com

Сафронова Анастасія Олегівна (Сафронова Анастасия Олеговна, Safronova Anastasia Olegovna) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», магістрант; м. Харків, Україна; e-mail: nastiawild@gmail.com

УДК 339.13: 658.588.8

В. М. КОБЄЛЄВ, О. М. КІТЧЕНКО, А. В. КОБЄЛЄВА

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ СЕРВІСНИХ ПОСЛУГ МІСТА ХАРКОВА, НА ПРИКЛАДІ СЕРВІСНОГО ЦЕНТРУ FRESHIT

Показано, що на сучасному етапі розвитку економіки в Україні спостерігається зростання сфери послуг, а сервісна галузь стає більш поширеною та популярною. Останнім часом, у зв‘язку зі значним збільшенням у споживачів різноманітних пристроїв, які виходять із ладу і потребують заміни або ремонту, потреба в сервісних центрах зростає. Цей факт також підтверджується загальносвітовими тенденціями на ринку сервісних послуг.

Досліджено сучасний стан ринку сервісних послуг з ремонту електроніки та цифрової техніки у місті Харкові. Виявлено, що ринок сервісних послуг міста дуже насичений різноманітними сервісними центрами, їх сьогодні існує 72 компанії.

Проведено оцінку діяльності найбільш відомих сервісних центрів міста Харкова. Для проведення дослідження, в якості прикладу, був обраний сервісний центр FreshIT. Дослідивши послуги, які він надає, для подальшого аналізу були підібрані найбільш схожі на нього. Надано загальну характеристику діяльності сервісних центрів та виконано порівняння якості та повноти послуг, які вони надають. Проаналізовано рівень цін, що склався на послуги з ремонту комп’ютерної техніки. Що стосується їх порівняння, то якихось особливих відмінностей не виявлено і всі сервісні центри між собою дуже схожі. Тому на цьому ринку дуже складно конкурувати.

Порівняння та аналіз конкурентоспроможності фірм пропонується проводити за допомогою балової методики, із залученням експертів. Експертами під час оцінки виступали компетентні спеціалісти ринку сервісних послуг, спеціалісти сервісного центру FreshIT та споживачі. На основі балової оцінки було розраховано комплексний показник конкурентоспроможності фірм та виконано порівняння підприємств-конкурентів.

Сфера послуг з ремонту електроніки та цифрової техніки на ринку Харкова та України в цілому перебуває на етапі підйому, тому компаніям необхідно вкладати якомога більше зусиль в свій подальший розвиток.

Ключові слова: конкурентоспроможність, послуга, ремонт, ринок, бальна оцінка, дослідження ринку, сервісний центр.

В. Н. КОБЕЛЕВ, Е. Н. КИТЧЕНКО, А. В. КОБЕЛЕВА

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА СЕРВИСНЫХ УСЛУГ ГОРОДА ХАРЬКОВА, НА ПРИМЕРЕ СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА FRESHIT

Показано, что на современном этапе развития экономики в Украине наблюдается рост сферы услуг, а сервисная отрасль становится более распространенной и популярной. В последнее время, в связи со значительным увеличением у потребителей разнообразных устройств, которые выходят из строя и требуют замены или ремонта, потребность в сервисных центрах растет. Этот факт также подтверждается общемировыми тенденциями на рынке сервисных услуг.

Исследовано современное состояние рынка сервисных услуг по ремонту электроники и цифровой техники в Харькове. Выявлено, что рынок сервисных услуг города очень насыщен разнообразными сервисными центрами, их сегодня существует 72 компании.

Проведена оценка деятельности наиболее известных сервисных центров города Харькова. Для проведения исследования, в качестве примера, был выбран сервисный центр FreshIT. Исследовав услуги, которые он предоставляет, для дальнейшего анализа были подобраны наиболее похожие на него. Представлена общая характеристика деятельности сервисных центров и выполнено сравнение качества и полноты услуг, которые они предоставляют. Проанализирован уровень цен, сложившийся на услуги по ремонту компьютерной техники. Что касается их сравнение, то особых различий не выявлено и все сервисные центры между собой очень похожи. Поэтому на этом рынке очень сложно конкурировать.

Сравнение и анализ конкурентоспособности фирм предлагается проводить с помощью балльной методики, с привлечением экспертов. Экспертами при оценке выступали компетентные специалисты рынка сервисных услуг, специалисты сервисного центра FreshIT и потребители. На основе балльной методики оценки был рассчитан комплексный показатель конкурентоспособности фирм и выполнено сравнение предприятий-конкурентов.

Сфера услуг по ремонту электроники и цифровой техники на рынке Харькова и Украины в целом находится на этапе подъема, поэтому компаниям необходимо вкладывать как можно больше усилий в свое дальнейшее развитие.

Ключевые слова: конкурентоспособность, услуга, ремонт, рынок, балльная оценка, исследования рынка, сервисный центр.

V. N. KOBIELIEV, E. N. KITCHENKO, A. V. KOBIELIEVA

MARKET RESEARCH OF SERVICES IN KHARKOV ON THE EXAMPLE OF FRESHIT SERVICE CENTER

It is shown that at the present stage of development of the economy in Ukraine there is an increase in the services sector, and the service industry is becoming more common and popular. Recently, due to a significant increase in consumers of a variety of devices that fail and require replacement or repair, the need for service centers is increasing. This fact is also confirmed by global trends in the service market.

It was investigated the current state of the market services of the electronics and digital technology repair in Kharkov. It was revealed that the market of services of the city is very saturated with various service centers, today there are 72 companies.

The evaluation of the activities of the most famous service centers of Kharkov was made. For the study, FreshIT Service Center was selected as an example. Having examined the services, he provides, the most similar ones were selected for further analysis. Provided a general description of the activities of service centers and a comparison of the quality and completeness of the services they provide. It was analyzed the price level prevailing in the repair of computer equipment. As for their comparison, no particular differences have been identified and all service centers are very similar to each other. Therefore, it is very difficult to compete in this market.

Comparison and analysis of the competitiveness of firms is proposed to be carried out by using a score method, with the involvement of experts. The experts in the assessment were the competent specialists of the services market, the specialists of the FreshIT service center and consumers. Based on the scoring assessment method, a complex indicator of firms' competitiveness was calculated and a comparison of competing enterprises was made.

The scope of repair services of electronics and digital equipment in the market of Kharkov and Ukraine in general is at the stage of recovery, so companies need to invest as much as possible in their further development.

Key words: competitiveness, service, repair, market, score, market research, service center.

© В. М. Кобєлєв, О. М. Кітченко, А. В. Кобєлєва, 2018

Вступ. На сучасному етапі розвитку економіки в провідних країнах світу спостерігається зростаюча роль сфери послуг, яка стає провідним сектором національного господарства, а також найважливішою сферою соціального та культурного життя суспільства. Так наприклад, в США частка сфери послуг у структурі ВВП займає 79,6%, у Франції 77,6%, у Великій Британії 74,5% [1]. Тобто чим більш розвинена економіка країни, тим більшу частку в ній займає сфера послуг.

Ринкові послуги в сучасній економіці вкрай різноманітні. Директива Європейського Союзу розділяє їх на три категорії: послуги, що надаються споживачам; послуги, що надаються бізнесу; послуги, що надаються одночасно споживачам і бізнесу [2]. Діяльність по експлуатаційному обслуговуванню виготовлених товарів охоплює значну сферу суспільних відносин, пов'язаних з розробкою, виробництвом і наданням сервісних послуг. З розвитком ринку сервісних послуг і зростанням ринкової конкуренції, підприємства сфери сервісу все більшу увагу приділяють якості надання сервісних послуг і орієнтації на вимоги ринку. Сервісна галузь в нашій країні набуває дедалі більшого поширення і стає дуже популярною. З проникненням в повсякденне життя людини різноманітних приладів, які покращують якість її життя, та чималій їх вартості стає все більш актуальним питання ремонту та подовження терміну життя вживаних речей, замість купівлі нових. Це особливо стає відмітним на ринках, де доходи споживачів не дуже високі а терміни накопичення коштів на придбання нових речей достатньо тривалі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В економічній літературі дослідженню проблем розвитку сфери надання послуг присвячено роботи вітчизняних та закордонних науковців, серед яких: Т. Д. Бурменко [3], Б. М. Данилишин [4], С. В. Мочерний [5], Я. В. Остафійчук [6], В. О. Сизоненко [7], О. В. Шапірян [8], Л. Беррі та інші. Незначна кількість наукових праць у сфері надання послуг стверджує про недостатній рівень обізнаності проблем у цій сфері [9].

Загострення конкуренції, необхідність зростання та стабільного функціонування сфери послуг, а також її основних елементів, зумовили вибір даної теми.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями.

Ринок сервісних послуг в Україні останні роки стрімко розвивається. З'являється чимало підприємств, які надають сервісні послуги, серед яких споживачам складно здійснити свій вибір. Труднощі також проявляються в тому, що споживачі як правило обирають послуги за декількома критеріями. Зазвичай це співвідношення ціна-якість. Одним із найважливіших завдань дослідження є оцінка якості та конкурентоспроможності послуг, які надають найбільш відомі сервісні центри міста Харкова. Також не зовсім вирішеними є питання, що стосуються маркетингових інструментів, які використовують сервісні центри, для залучення нових клієнтів і утримання існуючих.

У зв'язку із появою значної кількості компаній та загостренням конкуренції на ринку сервісних послуг, а зокрема, на ринку м. Харкова, пропонується дослідити цей ринок.

Мета роботи - виявити тенденції та закономірності, що склалися на ринку сервісних послуг з ремонту електроніки та цифрової техніки, провести оцінку конкурентоспроможності компаній з надання цих послуг та надати прогноз напрямків подальшого розвитку ринку.

Викладення основного матеріалу дослідження. Процеси постіндустріалізації, що відбуваються в країнах, які розвиваються, сприяли підвищенню ролі сервісної діяльності. Традиційна сфера послуг не тільки розширюється та модифікується, але вже по динаміці зростання числа зайнятих нерідко обганяє сферу промислового і сільськогосподарського виробництва [10].

Сфера послуг України поступово освоює механізм ринкових відносин, що супроводжується формуванням у ній конкурентного середовища. Світовий досвід свідчить, що в умовах конкуренції жоден суб'єкт ринку послуг не може ефективно працювати без детального розуміння форм і функцій конкуренції, особливостей конкурентної стратегії. Економічна сутність конкуренції на ринку послуг полягає у постійному змаганні суб'єктів ринку з метою здобуття переваг над іншими суб'єктами бізнесу, внаслідок чого споживачі мають змогу обирати послуги за уподобанням у кількох продавців [11].

Сьогодні на українському ринку все більшого поширення набувають послуги, що виступають як окремий товар і не пов'язані з постачаннями устаткування або ПЗ (програмного забезпечення). У першу чергу це ремонт, встановлення та настроювання ПЗ і устаткування, навчання і консультування, обслуговування цифрової техніки. Кон'юнктура ринку сфери послуг сьогодні в Україні перебуває на етапі підйому, і ті фірми, що вкладають кошти в її розвиток, діють далекоглядно [12].

Що стосується ринку сервісних послуг міста Харкова, то він дуже насичений сервісними центрами, мова йде вже не про одиниці, а про десятки компаній. Згідно [13] в м. Харків налічується більше 600 сервісних центрів, з яких 72 займаються ремонтом електроніки. Для проведення дослідження, в якості зразка, було обрано компанію FreshIT, яка надає широкий спектр послуг з сервісного обслуговування електроніки та цифрової техніки. Також ця компанія вдало використовує інструменти просування своїх послуг і зазвичай знаходиться в перших рядках пошукових запитів.

Сервісний центр FreshIT працює на комп'ютерному ринку з 2009 року. FreshIT надає комплекс послуг по ремонту електроніки та цифрової техніки: ноутбуків, мобільних телефонів, планшетних комп'ютерів, телевізорів, моніторів, цифрових фотоапаратів, IPad, персональних комп'ютерів, лазерних і багатофункціональних пристроїв, навушників. Займаються заправкою та відновленням

картриджів для лазерних принтерів. Виконують ремонт будь-якої складності з наданням гарантії на виконану роботу. В Харкові працюють два відділення сервісного центру [14].

Проведене авторами дослідження ринку показало, що найближчими конкурентами сервісного центру FreshIT є такі: Vlatar, Техномастер, IT Master та Valsys. Надамо стислу характеристику цих центрів.

Сервісний центр Vlatar надає наступні послуги: заправка картриджів, ремонт ноутбуків, ремонт моніторів, ремонт комп'ютерів, ремонт принтерів та іншої офісної техніки, налаштування ПЗ. В Харкові працює одне відділення [15].

Сервісний центр Техномастер, на ринку послуг працює вже більше 10 років. Техномастер надає такі послуги, як ремонт ноутбуків, ремонт комп'ютерів, ремонт телефонів та планшетів, ремонт побутової техніки та їх сервісне обслуговування. В Харкові працює два відділення сервісного центру [16].

IT Master надає наступні послуги: ремонт ноутбуків, ремонт комп'ютерів, ремонт телефонів та планшетів, ремонт моніторів та телевізорів, ремонт блоків живлення, налаштування ПЗ, налаштування драйверів, чистка комп'ютерів та ноутбуків, видалення вірусів, ремонт Apple. В Харкові працює одне відділення [17].

Сервісний центр Valsys уже понад 20 років здійснює гарантійне та післягарантійне обслуговування і ремонт телевізорів, аудіо-, відео-, фото-, дрібної побутової техніки, ноутбуків, КПК, мобільних телефонів в м. Харків. Вони є авторизованим сервісним центром таких торгових марок як: Panasonic, Philips, Apple, Gsmart, Sanyo, NRG, Pixus, Jeka, Bosch Siemens, Redmond, Ergo, Zelmer. В даний час в Харкові працюють три відділення сервісного центру Valsys [18].

Результати загальної характеристики обраних сервісних центрів представлено в таблицях 1 та 2.
Що стосується загальних характеристик, то вони приблизно однакові, різниться тільки кількість відділень сервісних центрів та наявність сторінок у соціальних мережах.

Що стосується набору послуг, які надають сервісні центри, то вони всі майже однакові і не мають суттєвої різниці між ними. Тому на цьому ринку дуже складно конкурувати.

Таблиця 1 –Загальна характеристика сервісних центрів з ремонту електроніки м. Харків

Характеристика	FreshIT	Vlatar	Техномастер	IT Master	Valsys
1.Кількість відділень сервісних центрів у місті	2	1	2	1	3
2.Наявність сайту	+	+	+	+	+
3.Наявність сторінок у соціальних мережах	+	-	+	-	-
4.Графік роботи	Пн.-Сб.	Пн.-Сб.	7 днів на тиждень	Пн.-Сб.	Пн.-Сб.

Одними із перших питань, що виникають у споживачів при зверненні до сервісного центру, це - яка ж буде вартість та тривалість ремонту? Саме тому, проведено порівняння цін сервісного центру FreshIT з його найближчими конкурентами. В якості прикладу виконано аналіз цін на найбільш популярні ремонтні роботи за п’ятьма позиціями електроніки та цифрової техніки, а саме: телефон, планшет, ноутбук, монітор та системний блок. Ремонт цих пристроїв є часто запитуваним серед споживачів. Результати дослідження наведено в таблиці 3.

Таблиця 2 – Порівняльна характеристика послуг сервісних центрів з ремонту електроніки м. Харків

Послуги, що надаються	FreshIT	Vlatar	Техномастер	IT Master	Valsys
1. Ремонт ноутбуків	+	+	+	+	+
2. Ремонт телефонів	+	-	+	+	+
3. Ремонт планшетів	+	-	+	+	+
4. Ремонт телевізорів	+	-	+	-	+
5. Ремонт моніторів	+	+	+	+	+
6. Ремонт комп`ютерів	+	+	+	+	+
7. Ремонт навушників	+	-	-	-	-
8. Ремонт електронних книг	+	-	-	-	+
9. Ремонт Mp3 та Mp4 плеєрів	+	-	-	-	+
10. Ремонт принтерів та БФП	+	+	-	-	-
11. Заправка картриджів	+	+	-	-	-
12. Ремонт пилососів	-	-	+	-	+
13. Ремонт мікрохвильових печей	-	-	+	-	+
14. Ремонт GPS-навігаторів	+	-		-	+
15. Ремонт фотоапаратів	+	-	-	-	+
16. Ремонт пральних машин	-	-	-	-	+
17. Ремонт холодильників	-	-	-	-	+

Таблиця 3 – Порівняння цін найбільш популярних ремонтних робіт сервісних центрів м. Харкова

Характеристика виду ремонтної роботи	Ціна ремонту, грн.				
	FreshIT	Vlatar	Техномастер	IT Master	Valsys
1. Телефон (заміна сенсорного скла)	510-1020	-	600	950	1100
2. Планшет (заміна дисплея в планшеті Asus/Acer/Samsung/Lenovo/Dell)	180-450	-	200	1950	2150
3. Ноутбук (заміна материнської плати)	145	від 800	від 300	від 500	від 1000
4. Монітор (заміна/відновлення лампи матриці)	195-448	від 350	від 250	від 250	від 200
5. Системний блок (заміна блоку живлення)	70	від 300	від 800	від 150	від 250

За результатами таблиці можна зробити висновок, що сервісний центр FreshIT має середній рівень цін, в той час як у його конкурентів вони на порядок вищі. Виникає питання, - за рахунок чого це відбувається? А це відбувається за рахунок того, що FreshIT закуповує комплектуючі і матеріали великими партіями, за що має знижку у постачальників, тому і має можливість трохи знизити вартість ремонту.

Порівняння та аналіз конкурентоспроможності фірм було проведено за допомогою балової методики, із залученням експертів. Це пов‘язано зі складністю кількісної оцінки нематеріальних показників [20-21]. Балова методика оцінки конкурентоспроможності полягає у наступному: визначається ступінь широти та якості надання сервісних послуг, маркетингу, кадрів, додаткових (супутніх) послуг та фінансів. Оцінка проводилася за п’яти бальною шкалою, де оцінка 5 балів виставляється як вищий бал (найкращий показник), 1 відповідно – нижчий. Під ступенем значущості малося на увазі те, наскільки експерт вважає значущим критерій за яким проводилася оцінка.

Оскільки основні конкуренти FreshIT вже визначені, ми можемо провести аналіз конкурентоспроможності.

Експертні оцінки кожного конкурента наведено в табл. 4.

При аналізі конкурентів і визначенні підсумкової значущості кожного критерію, далі експерти оцінюють кожен критерій та виставляють бали, які вважають за потрібне, а потім данні вносяться в відповідну таблицю. Цей метод дозволяє зробити порівняння сервісних центрів між собою, а також отримати узагальнену кількісну оцінку становища оцінюваних центрів.

Таблиця 4– Оцінка конкурентоспроможності фірм з надання сервісних послуг

Критерій оцінки	Ступінь значущості критерія	Експертна оцінка				
		FreshIT	Vlatar	Техномастер	IT Master	Valsys
Цінова політика	0,3	5,0	4,0	4,0	3,8	4,5
Широта пропозиції	0,065	4,5	3,5	4,5	4,5	5,0
Надання знижок	0,045	5,0	4,5	4,0	4,0	4,8
Якість послуг	0,09	5,0	4,5	4,5	4,5	5,0
Рекламна політика	0,15	4,0	4,0	3,8	4,0	4,2
Політика просування	0,1	4,0	3,8	4,0	4,0	4,5
Використання маркетингу на підприємстві	0,15	3,5	3,5	3,8	3,5	4,5
Місцезнаходження	0,1	5,0	4,5	4,8	4,5	4,5
Всього	1	4,49	3,99	4,12	3,99	4,55

Експертами під час оцінки виступали компетентні спеціалісти ринку сервісних послуг, спеціалісти сервісного центру FreshIT та зацікавлені споживачі, які чітко розуміють, на що треба звертати увагу при виборі того, чи іншого сервісного центру.

Експерти оцінювали конкурентоспроможність підприємства з позицій управління підприємством, оцінки експерти керувалися такими аргументами:

1. Ціни на послуги в різних компаніях значно відрізняються. У FreshIT ціни нижчі, ніж у обраних конкурентів;

2. Знижки надаються усіма сервісними центрами. Як правило вони надаються постійним клієнтам. Розмір знижки зазвичай становить від 3% до 5% від вартості послуг. Однак у сервісного центру FreshIT є безкоштовна діагностика, що також можна вважати за знижку;

3. З точки зору рекламної складової, найбільш конкурентоспроможним є сервісний центр Valsys [21-22]. Основні інструменти, які вони застосовують в своїй роботі - реклама в газетах, соціальних мережах,

Інтернеті. Сервісний центр FreshIT використовує рекламу в Інтернеті та соціальних мережах (Twitter), але керівництво вважає що цього не достатньо;

4. Політика просування у сервісного центру Valsys найкраща;

5. Що стосується використання маркетингу на підприємстві, то майже у всіх сервісних центрів він розвинений дуже слабко, і тільки у Valsys він застосовується значно краще;

6. З точки зору місця розташування сервісного центру, найбільш конкурентоспроможним є FreshIT (вул. Свободи, 36). Причина цього - близькість до центру міста.

В цілому, що стосується якості послуг, то FreshIT та Valsys є достатньо конкурентоспроможними, на відміну від інших сервісних центрів.

Комплексний показник конкурентоспроможності розраховується як зведений параметричний індекс по формулі:

$$K_i = \sum_{i=1}^{n} a_i q_i$$

де: K_i – комплексний показник конкурентоспроможності;

q_i - параметричний індекс і -го параметру;

a_i- вага і -го параметру [19].

Комплексний показник конкурентоспроможності конкурентів був розрахований наступним чином:

$$K_{FreshIT}=0,3*5,0+0,065*4,5+0,045*5,0+0,09*5,0+0,15*4,0+0,1*4,0+0,15*3,5+0,1*5,0 = 4,49 \text{ бали}$$

$$K_{Vlatar}=0,3*4,0+0,065*3,5+0,045*4,5+0,09*4,5+0,15*4,0+0,1*3,8+0,15*3,5+0,1*4,5 = 3,39 \text{ бали}$$

$$K_{Техномастер}=0,3*4,0+0,065*4,5+0,045*4,0+0,09*4,5+0,15*3,8+0,1*4,0+0,15*3,8+0,1*4,8 = 4,1 \text{ бали}$$

$$K_{IT\ Master}=0,3*3,8+0,065*4,5+0,045*4,0+0,09*4,5+0,15*4,0+0,1*4,0+0,15*3,5+0,1*4,5 = 3,99 \text{ бали}$$

$$K_{Valsys}=0,3*4,5+0,065*5,0+0,045*4,8+0,09*5,0+0,15*4,2+0,1*4,5+0,15*4,5+0,1*4,5 = 4,55 \text{ бали}$$

Отже, розрахунок, який нами був проведений, дозволяє зробити наступний висновок: перше місце посідає сервісний центр Valsys, друге місце займає FreshIT. Сервісний центр FreshIT поступається лідеру за такими основними позиціями: політика просування, використання маркетингу на підприємстві, рекламна діяльність та широта пропозиції.

Висновки. Виявивши тенденції та закономірності, що склалися на ринку сервісних послуг, можна констатувати, що сфера послуг стрімко розвивається. Ринок міста вже достатньо насичений компаніями які надають послуги з ремонту електроніки та цифрової техніки (існує 72 компанії) та потребує чималих зусиль, аби існувати на ньому.

Проведено оцінку діяльності найбільших та найвідоміших сервісних центрів міста - Vlatar, FreshIT, Техномастер, IT Master та Valsys. Оцінку проведено шляхом порівняння окремих характеристик та комплексного показника конкурентоспроможності. Надано загальну характеристику діяльності сервісних центрів та виконано порівняння якості та повноти послуг, які вони надають. Проаналізовано рівень цін, що склався на послуги з ремонту комп'ютерної техніки.

Сфера послуг з ремонту електроніки та цифрової техніки на ринку Харкова та України в цілому перебуває на етапі підйому, тому компаніям необхідно вкладати якомога більше зусиль в свій подальший розвиток. Тільки так підприємства зможуть конкурувати не тільки по місту а й в країні в цілому.

Список літератури

1. https://geographyofrussia.com/20-stran-mira-s-naibolshej-dolej-sfery-uslug-v-strukture-vvp/
2. Foster H. and K. Krizan The Link Between Aggregate and Microproductivity growth: Evidence from Retail Trade. NBER Working Paper № 9120, Wash. 2002.
3. Бурменко Т. Д. *Сфера послуг: економіка*: навч. посіб. / Т. Д. Бурменко, Н. Н. Даниленко, Т. А. Туренко. – М.: КНОРУС, 2008. – 328 с.
4. Данилишин Б. М. Сфера та ринок послуг у контексті соціальної модифікації суспільства / Б. М. Данилишин, В. І. Куценко, Я. В. Остафійчук. – К.: Нічлава, 2005. – 328 с.
5. Мочерний С. В. Сфера послуг / С. В. Мочерний // Економічна енциклопедія: у 3-х т. Т. 3. – К.: Академія, 2002. – 678 с.
6. Остафійчук Я. В. Потенціал сфери послуг у стимулюванні розвитку регіонів шляхом формування міжрегіональних науково-освітньо-виробничих кластерів з урахуванням принципу поляризованого просторового розвитку / Я. В. Остафійчук // *Національне господарство України: теорія та практика управління: зб. наук. праць*. – К.: Рада по вивченню продуктивних сил України НАН України, 2009. – С. 86–91.
7. Сизоненко В. О. *Сучасне підприємництво*: Довідник / В. О. Сизоненко. – К.: Знання-Прес, 2003. – 380 с.
8. Шапірян О. В. *Маркетинг послуг* : навч. посіб. / О. В. Шапірян. – К.: Кондор, 2008. – 250 с.
9. Вареник І. В. Конкурентоспроможність сфери послуг України URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2_ukr/9.pdf (дата звернення: 20.01.2018).
10. Аванесова Г. А. *Сервісна діяльність: Історична і сучасна практика, підприємництво, менеджмент*: навчальний посібник. М.: Аспект Пресс, 2006. С. 34
11. Моргулець О. Б. *Менеджмент у сфері послуг*: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл./ О. Б. Моргулець - К.: Центр учб. л-ри, 2012. С. 82
12. Єжова Л. Ф. *Інформаційний маркетинг*: навч. посіб. - К.: КНЕУ, 2002. С. 280-287.
13. https://pn.com.ua/fm/electronics/10/
14. https://freshit.ua/
15. http://vlatar.com.ua/
16. https://tech-remont.kharkov.ua/
17. http://itmaster.kh.ua/
18. https://valsys.com.ua/
19. Горбашко Е. А. Управління конкурентоспроможністю: теорія і практика: підручник і практикум для бакалаврату та магістратури / Е. А. Горбашко, І. А. Максимцев, Ю. А. Рикова, Н. Ю. Четиркіна; під ред. Е. А. Горбашко, І. А. Максимцева. - М.: Видавництво Юрайт, 2015. С. 56.
20. Розробка моделі оцінки рівня конкурентоспроможності

підприємства / М. В. Мірошник, В. М. Кобєлєв // Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Сер.: Технічний прогрес та ефективність виробництва. - 2014. - № 32. - С. 182-187.
21. Кобєлєв В. М. Методичні підходи щодо оцінки ефективністі маркетингової діяльності підприємства / В. М. Кобєлєв, К. О. Василюк // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 98-103.
22. Кобєлєва Т. О. Методи оцінювання ефективності реклами та її впливу на споживачів / Т. О. Кобєлєва, Л. С. Марчук // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ": зб. наук. пр. Темат. вип.: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ "ХПІ". – 2015. – № 25 (1134). – С. 79-84..

References (transliterated)

1. https://geographyofrussia.com/20-stran-mira-s-naibolshej-dolej-sfery-uslug-v-strukture-vvp/
2. Foster H. and K. Krizan The Link Between Aggregate and Microproductivity growth: Evidence from Retail Trade. NBER Working Paper no 9120, Wash. 2002.
3. Burmenko T. D. *Sfera posluh: ekonomika*: [Service sector: economics] navch. posib. – Moscow: KNORUS, 2008. – 328 p.
4. Danylyshyn B. M. *Sfera ta rynok posluh u konteksti sotsialnoi modyfikatsii suspilstva* [Sphere and market of services in the context of social modification of society] – Kiev: Nichlava, 2005. – 328 p.
5. Mochernyi S. V. *Sfera posluh* [Service Industries] Ekonomichna entsyklopediia: [Economic Encyclopedia] u 3-kh t. vol. 3. – Kiev: Akademiia, 2002. – 678 p.
6. Ostafiichuk Ya. V. Potentsial sfery posluh u stymuliuvanni rozvytku rehioniv shliakhom formuvannia mizhrehionalnykh naukovo-osvitno-vyrobnychykh klasteriv z urakhuvanniam pryntsypu poliaryzovanoho prostorovoho rozvytku [The potential of services in stimulating the development of regions through the creation of interregional science and production-production clusters, taking into account the principle of polarized spatial development] Natsionalne hospodarstvo Ukrainy: teoriia ta praktyka upravlinnia: zb. nauk. prats. [National Economy of Ukraine: Theory and Practice of Management: collection of scientific works] – Kiev: Rada po vyvchenniu produktyvnykh syl Ukrainy NAN Ukrainy, 2009. – pp. 86–91.
7. Syzonenko V. O. Suchasne pidpryiemnytstvo: Dovidnyk [Contemporary entrepreneurship] – Kiev: Znannia-Pres, 2003.– 380p.
8. Shapiria O. V. *Marketynh posluh*: [Marketing services] navch. posib. – Kiev: Kondor, 2008. – 250 p.
9. Varenyk I. V. Konkurentospromozhnist sfery posluh Ukrainy URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2_ukr/9.pdf (data zvernennia: 20.01.2018).
10. Avanesova H. A. Servisna diialnist: Istorychna i suchasna praktyka, pidpryiemnytstvo, menedzhment: navchalnyi posibnyk .[Service activities: Historical and contemporary practice, entrepreneurship, management] Moscow: Aspekt Press, 2006. p. 34
11. Morhulets O. B. Menedzhment u sferi posluh: [*Management in the field of services*] navch. posib. dlia stud. vyshch. navch. zakl - Kiev: Tsentr uchb. l-ry, 2012. p. 82
12. Yezhova L. F. Informatsiinyi marketynh: navch. posib. [Information Marketing] - Kiev: KNEU, 2002. pp. 280-287.
13. https://pn.com.ua/fm/electronics/10/
14. https://freshit.ua/
15. http://vlatar.com.ua/
16. https://tech-remont.kharkov.ua/
17. http://itmaster.kh.ua/
18. https://valsys.com.ua/
19. Horbashko E. A. Upravlinnia konkurentospromozhnistiu: teoriia i praktyka: pidruchnyk i praktykum dlia bakalavratu ta mahistratury. [Competitiveness Management: Theory and Practice] - Moscow: Vydavnytstvo Yurait, 2015. p. 56.
20. Rozrobka modeli ocinki rivnja konkurentospromozhnosti pidpriємstva [Development of a model for assessing the level of competitiveness of an enterprise]/ M. V. Miroshnik, V. M. Kobєlєv // Visnik Nacional'nogo tehnichnogo universitetu "HPI". Ser.: Tehnichnij progres ta efektivnist' virobnictva. - 2014. - № 32. - S. 182-187. - Rezhim dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vcpitp_2014_32_36
21. Kobєlєv V. M. Metodichni pidhodi shhodo ocinki efektivnisti marketingovoї dijal'nosti pidpriємstva [Methodical approaches to the assessment of efficiency of enterprise marketing]/ V. M. Kobєlєv, K. O. Vasiljuk // Visnik Nacional'nogo tehnichnogo universitetu "Harkivs'kij politehnichnij institut" (ekonomichni nauki): zb. nauk. pr. – Harkiv : NTU "HPI", 2018. – № 19 (1295). – S. 98-103.
22. Kobєlєva T. O. Metodi ocinjuvannja efektivnosti reklami ta її vplivu na spozhivachiv [Methods for evaluating the effectiveness of advertising and its impact on consumers] / T. O. Kobєlєva, L. S. Marchuk // Visnik Nac. tehn. un-tu "HPI": zb. nauk. pr. Temat. vip.: Tehnichnij progres i efektivnist' virobnictva. – Harkiv : NTU "HPI". – 2015. – № 25 (1134). – S. 79-84.

Надійшла (received) 22.11.2018

Відомості про авторів /Сведения об авторах / About the Authors

Кобєлєв Валерій Миколайович (Кобелев Валерий Николаевич, Kobieliev Valerii Nikolaevich) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри економіки та маркетингу; місто Харків, Україна; ORCID: 0000-0001-6576-9759; e-mail:v.n.kobelev@gmail.com

Кітченко Олена Миколаївна (Китченко Елена Николаевна, Kitchenko Elena Nikolaevna) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри економіки та маркетингу; місто Харків, Україна; ORCID: 0000-0002-3868-5653; e-mail: lenakitchenko@gmail.com

Кобєлєва Анна Валеріївна (Кобелева Анна Валерьевна, Kobielieva Anna Valeryevna) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студент; місто Харків, Україна; e-mail: ann.foto.file@gmail.com

УДК 621

С.М. ПОГОРЄЛОВ

ВПЛИВ ІТ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Сучасні комп'ютерні технології активно впроваджуються в сферу туристського бізнесу, їх використання стає невід'ємною умовою успішної роботи. Відомий вислів "Хто володіє інформацією, той володіє світом" особливо актуально для сфери туристичного бізнесу, оскільки саме оперативність, надійність, точність, висока швидкість обробки і передачі інформації багато в чому визначають ефективність управлінських рішень в цій області. Реалізація цих умов можлива тільки в рамках використання інформаційних комп'ютерних систем.
Повноцінна інтеграція України в світовий туристський бізнес вимагає найшвидшої реалізації сформульованих задач і є необхідною умовою створення і просування сучасних туристських продуктів.
Загальна тенденція упровадження інформаційних технологій у сфері туризму, активна робота ряду комп'ютерних фірм, що спеціалізуються в цій області, свідчать про хороші перспективи цього напряму.
У сьогоднішніх економічних умовах жорсткої конкуренції і ринкової економіки жодна успішна туристична фірма не може повноцінно розвиватися й ефективно просуватися без сучасних автоматизованих інформаційних технологій.
Для більшості турфірм України (60 %), впровадження ІТ управління є необхідним, і вже стало реальним фактом, критично важливим для успішного розвитку бізнесу. Як в усьому світі, так і в Україні, використання сучасних ІТ стає засобом конкурентної боротьби туроператорів.
У сучасних умовах неможливо забезпечити якісне ведення туристичного бізнесу без впровадження й застосування новітніх інформаційних технологій. Саме їх використання на практиці забезпечує дотримання суб’єктами туристичної діяльності комплексу взаємодіючих і взаємодоповнюючих вимог, що формують якість туристичних послуг.

Ключові слова: система, ефективність, контроль, стратегія, технологія, методика, туризм, організація, менеджер.

С.Н. ПОГОРЕЛОВ

ВЛИЯНИЕ ИТ НА РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Современные компьютерные технологии активно внедряются в сферу туристского бизнеса, их применение становится неотъемлемым условием успешной работы. Известное изречение "Кто владеет информацией, тот владеет миром" особенно актуально для сферы туристского бизнеса, так как именно оперативность, надежность, точность, высокая скорость обработки и передачи информации во многом определяют эффективность управленческих решений в этой области. Реализация этих условий возможна только в рамках использования информационных компьютерных систем.
Полноценная интеграция Украины в мировой туристский бизнес требует скорейшей реализации сформулированных задач и является необходимым условием создания и продвижения современных туристских продуктов.
Общая тенденция внедрения информационных технологий в сфере туризма, активная работа ряда компьютерных фирм, специализирующихся в этой области, свидетельствуют о хороших перспективах этого направления.
В сегодняшних экономических условиях жесткой конкуренции и рыночной экономики ни одна успешная туристическая фирма не может полноценно развиваться и эффективно продвигаться без современных автоматизированных информационных технологий.
Для большинства турфирм Украины (60 %), внедрение ИТ управления является необходимым, и уже стало реальным фактом, критически важным для успешного развития бизнеса. Как во всем мире, так и в Украине, использование современных ИТ становится средством конкурентной борьбы туроператоров.
В современных условиях невозможно обеспечить качественное ведение туристического бизнеса без внедрения и применения новейших информационных технологий. Именно их использование на практике обеспечивает соблюдение субъектами туристической деятельности комплекса взаимодействующих и взаимодополняющих требований, формирующие качество туристических услуг.

Ключевые слова: система, эффективность, контроль, стратегия, технология, методика, туризм, организация, менеджер.

S.M. POHORIELOV

THE IMPACT OF IT ON DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY

Modern computer technologies are actively introduced into the tourism business, their application becomes an essential condition for successful work. The well-known saying "who owns the information, owns the world" is especially important for the tourism business, as it is the efficiency, reliability, accuracy, high speed of processing and transmission of information largely determine the effectiveness of management decisions in this area. The implementation of these conditions is possible only within the framework of the use of information computer systems.
Full integration of Ukraine into the world tourism business requires the speedy implementation of the formulated tasks and is a necessary condition for the creation and promotion of modern tourist products.
The General trend of the introduction of information technologies in the field of tourism, the active work of a number of computer companies specializing in this field, indicate good prospects for this direction.
In today's economic conditions of fierce competition and market economy, no successful travel Agency can fully develop and effectively move without modern automated information technologies.
For most travel agencies in Ukraine (60 %), the introduction of it management is necessary, and has become a real fact, critical to the successful development of the business. As all over the world, and in Ukraine, the use of modern it becomes a means of competition of tour operators.
In modern conditions, it is impossible to ensure the quality of tourism business without the introduction and application of the latest information technologies. It is their use in practice that ensures compliance by the subjects of tourism activities with the complex of interacting and complementary requirements that form the quality of tourist services.

Keywords: system, efficiency, control, strategy, technology, methodology, tourism, organization, manager.

Одним з принципів класифікації країн з економічної точки зору є їх поділ відповідно з розміром частки ІТ- галузі у створенні ВВП. При такому підході країни можна умовно поділити на аутсайдерів, поставників сировини, кваліфікованих виконувачів та на інноваційних та технологічних лідерів.

Згідно звітів аналітиків об’єм інформаційно-телекомунікаційного ринку в 2016 р. склав 2,1 трлн євро, причому на частку ІТ припадає приблизно 46%, а на частку телекомунікаційного ринку – 55%. Ділення інформаційно-телекомунікаційного ринку відбувається наступним чином: приблизно 30% США та Європа, більше 10% - Японія, та менше 30% - усі інші країни, але найбільшими темпами розвиток даного ринку відбувається саме в країнах, що розвиваються.

© С.М. Погорєлов,2018

Дані в абсолютних числах та темпах розвитку ІТ-ринку далеко не повністю відображають стан ІТ індустрії в конкретній країні. Важливими показниками в цьому сенсі є ступінь необхідності інформаційних технологій, рівень ринкової споживацької зрілості, а також різноманіття інформаційних технологій та складність представлених у країні ІТ-послуг. Для аналізу даних показників варто звернутися до міжнародного рейтингу країн по зрілості ринку ІТ-послуг – IT-Services Country Maturity Index (ITS-CMI). Ця данні, розроблені та розраховані вченими на основі різних статистичних даних різних закордонних організацій станом на 2016 рік, представляє собою аналітичний інструмент для комплексної оцінки рівня зрілості по питанням ефективного застосування інформаційних технологій в різних країнах.

Для оцінки технологічного рівня країни в сфері ІТ використовується співвідношення загальних видатків на ІТ до обсягу ВВП. По цьому показнику в десятку лідерів входять Швейцарія, Швеція, Данія, Великобританія, Фінляндія, США, Австралія, Нідерланди, Сінгапур, Норвегія.

Рівень ринкової споживчої зрілості розраховується як співвідношення обсягу представлених на ринку ІТ-послуг до загального обсягу ІТ-ринку. Тут також лідирують Японія, Фінляндія, Іспанія, Швеція, Великобританія, Канада, США, Бельгія, Німеччина, Норвегія.

Ступінь розмаїття та складності представлених у країні ІТ-послуг є найбільш значним критерієм для оцінки зрілості вказаного ринку та визначається на основі:

відношення обсягу засобів, необхідних на підтримку та обслуговування апаратних та програмних ІТ-продуктів, до витрат на їх придбання;

відношення затрат на аутсорсинг до загальних витрат на придбання ІТ-послуг;

відношення затрат на аутсорсінг бізнес-процесів до загальних витрат на покупку ІТ-послуг.

По цьому комплексному показнику в десятку лідерів входять Японія, Фінляндія, Канада, США, Великобританія, Іспанія, Австралія, Німеччина, Нова Зеландія, Швеція. Для визначення рейтингу ITS-CMI усі вище вказані показники нормуються, а потім складаються.

Таки чином були визначені основні лідери в сфері інформаційних технологій у світі. Серед них країни Західної Європи, США, Канада, Австралія та Японія. У той же час найбільші темпи росту сфери ІТ спостерігаються у країн, що розвиваються.

Інформаційний сектор (ІС) економіки України включає в себе: сферу виробництва знань – науку та НДДКР і сферу інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), що в свою чергу включає виробництво засобів обробки і зберігання інформації – електронну промисловість виробництво напівпровідників, процесорів, комп'ютерів і телекомунікаційного обладнання, розробку інформаційних технологій і програмного забезпечення та інфокомунікації, які забезпечують генерацію, обробку, зберігання та передачу даних. [14]

Українська сфера ІКТ є в основному не стільки виробництвом ІКТ-продукції, скільки наданням послуг дистрибуції, інтеграцією обладнання і програмного забезпечення, інсталяцією готових програмних продуктів (ПП) і систем, будівництвом телекомунікаційних мереж та наданням послуг.

Створення та впровадження ПП. За підсумками 2016 року на встановлення і підтримку ПП і обладнання припадає 51% всього ринку ІТ-послуг в Україні, що становить 98,022 млн. дол., на системну інтеграцію програмного забезпечення – 25% (48,05 млн. дол.), розробку і доопрацювання ПП – 10%, по 5% - на аутсорсинг та ІТ-консалтинг(всього 19,2 млн. дол..), на ІТ-навчання і тренінги – всього 4% (7.68 млн. дол.).

Надання телекомунікаційних послуг.

Ринок телекомунікаційних послуг України стрімко розвивається якісно і кількісно. Темпи зростання доходів галузі досягають 20-30% щорічно, випереджаючи показники темпів зростання економіки країни практично в усіх галузях. Протягом 2016-2017 років обсяги телекомунікаційних послуг збільшилися в 3 рази.

За 2017 рік споживачам було реалізовано послуг зв'язку на суму 40 млрд. грн.., зокрема населенню – на 16,1 млрд. грн.., що порівняно з обсягами 2016 року відповідно більше на 19,4% і на 20,7%. Частка доходів від надання послуг зв'язку в загальному обсязі ВВП за цей період становила 5,8% (дод.6) [14]. Такий показник у розвинених країнах світу досягає 5,0%. Таким чином тенденції розвитку телекомунікацій в Україні відповідають світовим.

У загальному обсязі послуг реалізованих споживачам підприємствами сфери послуг в 2017 році, частка послуг різних видів зв'язку становила приблизно 30%.

Спостерігається позитивна динаміка зростання частки доходів від надання телекомунікаційних послуг в загальному обсязі доходів від надання послуг зв'язку, протягом 2012-2017 років вона зросла з 92,5% до 94,5% і становила 37,8 млрд. грн. (5,3% ВВП).

В наш час найбільша частина технологічних розробок в галузі інформаційних технологій застосовується для вирішення оперативних управлінських задач. Новітні розробки свідчать про зростання можливостей вдосконалення інформаційних технологій в таких ключових напрямках:

¨ значне підвищення показників ефективності технології;

¨ спрощення доступу і розширення потенційних можливостей засобів програмного забезпечення і широкого застосування "відкритих технологій";

¨ створення дружнього інтерфейсу для користувача;

¨ істотне покращання якості і функцій інформаційних технологій та зниження їх вартості.

Використання електронних таблиць, наприклад, особливо корисне у питаннях фінансового контролю. Експертні системи створюють сприятливі умови для автоматизації рейтингу кредиту, а також процесу навчання у сфері фінансів. Телеконференції полегшують спілкування менеджерів, які можуть бути віддалені географічно, таким чином, економляться витрати і прискорюються прийняття рішень. Системи демонстраційних залів, які оснащені базами даних і відеозв'язком, сприяють плануванню і контролю: затрати на інвестиції в нові технології дуже високі, навіть беручи до уваги великі потенційні можливості останніх досягнень. Туристичний бізнес, будучи однією з найдинамічніших сфер економіки, є високо насиченою інформаційною галузю. Іншими словами, збір, зберігання, обробка і передача актуальної інформації є найважливішою і необхідною умовою функціонування будь-якого туристського підприємства. Успіх бізнесу деяких галузей

економіки напряму залежить від швидкості передачі і обміну інформацією, від її актуальності, своєчасності отримання, адекватності і повноти. У зв'язку з цим успішний розвиток туристського бізнесу припускає широке використання новітніх технологій як в області створення туристичного продукту, так і його просування на ринок послуг.

Сучасні комп'ютерні технології активно упроваджуються в сферу туристичного бізнесу, і їх вживання стає невід'ємною умовою підвищення конкурентоспроможності будь-якого туристичного підприємства. Індустрія туризму дозволяє використовувати усе різноманіття комп'ютерних технологій, починаючи від спеціалізованих програмних продуктів управління окремою туристською фірмою до вживання глобальних комп'ютерних мереж. На сьогоднішній день в туризмі використовується достатньо багато новітніх комп'ютерних технологій, наприклад, глобальні комп'ютерні системи резервування, інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа, Smart Cards, інформаційні системи менеджменту і ін. Перераховані вище інформаційні технології використовуються з різним ступенем активності і мають неоднакове розповсюдження. Розрізняється також ступінь їх впливу на розвиток туристської індустрії.

Вплив інформаційних технологій на туризм відчувається на різних стадіях створення і просування туристичного продукту.

Найбільший вплив сучасні комп'ютерні технології мають на просування туристичного продукту (розповсюдження і продажі). Перш за все це стосується можливості формування нових маркетингових каналів просування і збуту туристичного продукту. Так, в області реклами широке поширення набула пряма розсилка туристської інформації по електронній пошті (direct-mail). Останніми роками більшість туристських підприємств створює свої власні сайти в Інтернеті, а також використовує баннерну рекламу. Хоча ефективність цих каналів розповсюдження туристського продукту в Україні не дуже висока, цей напрям слід розглядати як перспективний.

На Заході вже зараз на туристський ринок починає активно проникати і впроваджуватися електронна комерція. Вже існують електронні туристичні офіси, наприклад туристичне бюро "Експедіа" фірми Microsoft, що дозволяє будь-якому власнику кредитної карти придбати тур, забронювати місце на літак або в готелі, придбати квитки на видовищні заходи і замовити напрокат автомобіль в будь-якій точці земної кулі. За оцінками німецьких експертів, близько 25 % всіх продажів туристичних продуктів може в найближчому майбутньому реалізовуватися через електронну комерцію. Таким чином, комп'ютерні технології спровокували створення і вживання принципове нових електронних маркетингових каналів просування і збуту туристичного продукту.

Комп'ютерні системи резервування CRS (Computer Reservation System), що з'явилися в середині 60-х рр. XX ст., дозволили прискорити процес резервування авіаквитків і здійснити його в режимі реального часу. В результаті цього підвищилася якість сервісних послуг за рахунок зменшення часу обслуговування клієнтів, збільшення об'ємів і різноманітності пропонованих послуг і т.д., а також з'явилися можливості забезпечення оптимізації завантаження авіалайнерів, реалізації стратегії гнучкого ціноутворення, вживання нових управлінських методів і т.д. Висока надійність і зручність цих систем резервування сприяли їх швидкому і широкому розповсюдженню. В даний час 98 % зарубіжних підприємств сфери туризму використовують системи бронювання. На українському ринку представлені в основному такі системи глобального резервування, як Amadeus, Galileo Worldspan. Комп'ютерна система бронювання Amadeus функціонує на українському ринку з 1996 р., і на даний момент в Україні налічується більше 200 туристичних фірм - користувачів системи.

Одним з основних напрямів вживання інформаційних технологій в туризмі є упровадження мультимедійних технологій, зокрема довідників і каталогів. В даний час туристські довідники і каталоги випускаються в книжковому виконанні, на відеокасетах, на лазерних дисках CD-ROM, в мережі Інтернет. Електронні каталоги дозволяють віртуально подорожувати по пропонованих маршрутах, проглянути ці маршрути в активному режимі, одержати інформацію про країну, об'єктах по трасі маршруту, дані про готелі, кемпінги, мотелі і інші засоби розміщення, ознайомитися з системою пільг і знижок, а також законодавством у сфері туризму. Крім того, в цих каталогах звичайно приводяться інформація про правила оформлення туристських документів, туристські формальності, моделі поведінки туриста в екстремальних ситуаціях і т.д. Клієнт може спланувати програму туру, вибрати його по заданих оптимальних параметрах (ціна, система пільг, система транспорту, сезон і ін.).

Використання мультимедійних технологій оперативно надає потенційному клієнту інформацію про будь-який тур, що цікавить його, і тим самим дозволяє швидко і безпомилково вибрати відповідний туристичний продукт. При цьому туроператор (туристичний агент) має нагоду при необхідності внести зміни в даний тур або сформувати новий ексклюзивний тур, провести бронювання місць і продати туристу створену в оперативному режимі туристську послугу.

В області менеджменту в туристському бізнесі відбулися також кардинальні зміни. Сучасний рівень розвитку туристичного бізнесу і жорстка конкуренція в цій області додають особливу важливість інформаційним системам туристичних агентств. Функціональні можливості цих систем повинні забезпечувати введення, редагування і зберігання інформації про тури, готелях, клієнтах, про стан заявок, передбачати висновок інформації у формі різних документів: анкет, ваучерів, списків туристів, описів турів, готелів; розраховувати вартість турів з урахуванням курсу валют, знижок, контролювати оплату турів, формування фінансової звітності, переклад експорт-імпорт даних в інші програмні продукти (Word, Excel, бухгалтерські програми) і інші можливості. Ці системи не тільки прискорюють процес розрахунків і формування документів, але і можуть зменшувати вартість послуг (туристичного пакета), вибравши оптимальний за ціною варіант доставки клієнтів, розміщення і т.п. Замовлення на розробку унікальної інформаційної системи автоматизації туристського офісу коштує достатньо дорого, та і в даний час в цьому немає особливої необхідності, оскільки існує ряд програмних продуктів, що добре зарекомендували себе.

На ринку програмних продуктів представлено декілька комп'ютерних систем, що дозволяють автоматизувати внутрішню діяльність туристської фірми. Як правило, ці

системи забезпечують ведення довідкових баз даних по клієнтах, партнерам, готелям, транспорту, посольствам, а також ведення турів і облік платежів, прийом замовлень і роботу з клієнтами, формування вихідних документів і т.д. Практично всі програмні комплекси забезпечують формування бухгалтерської звітності і часто експорт-імпорт даних в спеціалізовані бухгалтерські програми.

Разом з автоматизацією туристичних фірм ведеться аналогічна розробка програм автоматизації діяльності готелів, ресторанів і інших підприємств туристичного бізнесу. Вживання інформаційних систем в цій області приводить до істотних змін в менеджменті, а також підвищує якість обслуговування.

Список літератури:

1. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі / *М.М. Скопень*. - К.: Кондор, 2005. - 301 с.
2. Туризм в України: стат. зб. - К.: Держкомстат України, 2008. - 184 с.
3. Тенденции мирового туризма [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://top.tourua.com/2007/14/03.
4. *Якушкина М.* Galileo под новым трендом / М. Якушкина // Турбизнес. - 2007. - № 2. - С. 12.
5. Угода між Урядом України та Урядом Королівства Нідерландів про повітряне сполучення [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Міністерства транспорту та зв'язку України. - Режим доступу: www.mtu.gov.ua/mintrans/control.
6. Туристичні потоки. Пасажирські перевезення. Кількість проведених виставкових заходів [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Держ. ком. статистики України. - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua.
7. Интернет изменит туриндустрию в ближайшее время [Электронный ресурс] / Сайт Держ. служби туризму і курортів Міністерства культури і туризму України. - Режим доступа: http://www.tourism.gov.ua/publ.aspx.
8. Основные показатели развития туризма в мире. Данные Всемирной туристской организации [Электронный ресурс] / Сайт Всемирной туристской организации (ЮНВТО). - Режим доступа: www.world-tourism.org.
9. Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг: ГОСТ 28681.1–95. - [Чинний від 1997-01-01]. - К.: Держстандарт України, 1996. - 14 с.
10. *Забалдіна Ю.Б.* Маркетинг туристичного підприємства: навч. посіб. / *Ю.Б. Забалдіна.* - К.: Муз. Україна, 2002. - 196 с.
11. *Погорєлов С.М.* Методика оцінки рівня організації праці менеджерів // Вісник НТУ «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). Збірник наукових праць. – Х. : НТУ «ХПІ». – 2018. – № 15 (1291). – С 125-128
12. *Погорєлов С.М.* Особливості застосування інформаційних технологій в менеджменті та економіці // Вісник НТУ «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). Збірник наукових праць. – Х. : НТУ «ХПІ». – 2018. – № 19 (1295). – С 151-155

References(transliterated) :

1. *Kompiuterni informatsiini tekhnolohii v turyzmi* / M.M. Skopen. - K.: Kondor, 2005. - 301 s.
2. *Turyzm v Ukrainy*: stat. zb. - K.: Derzhkomstat Ukrainy, 2008. - 184 s.
3. *Tendentsyy myrovoho turyzma* [Эlektronnыi resurs]. - Rezhym dostupa: http://top.tourua.com/2007/14/03.
4. Yakushkyna M. *Galileo pod novыm trendom* / M. Yakushkyna // Turbyznes. - 2007. - № 2. - S. 12.
5. *Uhoda mizh Uriadom Ukrainy ta Uriadom Korolivstva Niderlandiv pro povitriane spoluchennia* [Elektronnyi resurs] / Ofitsiinyi sait Ministerstva transportu ta zviazku Ukrainy. - Rezhym dostupu: www.mtu.gov.ua/mintrans/control.
6. *Turystychni potoky. Pasazhyrski perevezennia. Kilkist provedenykh vystavkovykh zakhodiv* [Elektronnyi resurs] / Ofitsiinyi sait Derzh. kom. statystyky Ukrainy. - Rezhym dostupu: http://www.ukrstat.gov.ua.
7. *Ynternet yzmenyt turyndustryiu v blyzhaishee vremia* [Эlektronnыi resurs] / Sait Derzh. sluzhby turyzmu i kurortiv Ministerstva kultury i turyzmu Ukrainy. - Rezhym dostupa: http://www.tourism.gov.ua/publ.aspx.
8. *Osnovnыe pokazately razvytyia turyzma v myre. Dannыe Vsemyrnoi turystskoi orhanyzatsyy* [Эlektronnыi resurs] / Sait Vsemyrnoi turystskoi orhanyzatsyy (IuNVTO). - Rezhym dostupa: www.world-tourism.org.
9. *Turystsko-эkskursyonnoe obsluzhyvanye. Proektyrovanye turystskykh usluh*: HOST 28681.1–95. - [Chynnyi vid 1997-01-01]. - K.: Derzhstandart Ukrainy, 1996. - 14 s.
10. Zabaldina Yu.B. *Marketynh turystychnoho pidpryiemstva:* navch. posib. / Yu.B. Zabaldina. - K.: Muz. Ukraina, 2002. - 196 s.
11. Pohorielov S.M. *Metodyka otsinky rivnia orhanizatsii pratsi menedzheriv* // Visnyk NTU «Kharkivskyi politekhnichnyi instytut» (ekonomichni nauky). Zbirnyk naukovykh prats. – Kh. : NTU «KhPI». – 2018. – № 15 (1291). – S 125-128
12. Pohorielov S.M. *Osoblyvosti zastosuvannia informatsiinykh tekhnolohii v menedzhmenti ta ekonomitsi* // Visnyk NTU «Kharkivskyi politekhnichnyi instytut» (ekonomichni nauky). Zbirnyk naukovykh prats. – Kh. : NTU «KhPI». – 2018. – № 19 (1295). – S 151-155

Надійшла (received) 22.11.2018

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Погорєлов Сергій Миколайович (Погорелов Сергей Николаевич, Pohorielov Serhii Mukolaevich)– кандидат економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри організація виробництва і управління персоналом; тел.: (057) 707-65-07; e-mail: pogser.sp@gmail.com, (ORCID: 0000-0003-0868-2002)

УДК 339.322.012.329

Ю.С. ПРИЛУЦЬКА, Е.В. ПАТЛАНЬ, А.І. ЯКОВЛЕВ

ЕФЕКТИВНОСТЬ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Основним критерієм того, що продукція користується попитом, є її реалізація. Тільки споживач дає оцінку, чи потрібна така продукція. Тому один з основних постулатів ринку полягає в тому, щоб задовольнити індивідуальні потреби споживачів. Для цього товарам повинна бути притаманна конкурентоздатність. Вона відкриває дорогу новим виробам на міжнародний ринок, що особливо важливо для підвищення ефективності вітчизняної економіки в епоху глобалізації економіки, функціонування транснаціональних компаній, що викликає підвищення вимог до рівня конкурентоздатності українських товарів. Вони можуть бути створенні на основі інновацій. В Україні є певні здобутки у цьому напрямі. На жаль, інноваційна активність в Україні на сьогодні не висока. Розробкою та впровадженням інновацій займаються не більше 15% підприємств та організацій. На це існує ряд причин: недостатнє фінансування, застаріла матеріально-технічна база, недоліки в організації та управлінні нововведеннями.

Невеличке зростання економіки України в останні роки надає підстави для оптимізму. Щоб здійснити відповідні кроки, потрібно визначити сучасний характер підвищення конкурентоздатності. Чимале значення мають методи оцінки конкурентоздатності в глобальних умовах, їх подальший розвиток. Такі напрями розглядаються нижче у даній роботі.

Проаналізовані існуючі методичні розробки оцінки переваг від реалізації передових науково-технічних розробок в інших менш розвинутих країнах, в т. ч. при утворені транснаціональних компаній (ТНК). Запропоновані засоби розрахунку величини ефекту, який має місце при цьому. Визначенні переваги зростання економічних показників компаній при нарощуванні обсягів виробництва і реалізації при розширенні зарубіжних виробництв. Розглянуті переваги і недоліки діяльності транснаціональних компаній, намічені шляхи зменшення негативних наслідків останніх.

Ключові слова: науково-технічні розробки, транснаціональні компанії, ефект міжнародних зв'язків, розширення виробництва, переваги і недоліки ТНК, державна підтримка вітчизняних виробників.

Ю.С. ПРИЛУЦЬКА, Е.В. ПАТЛАНЬ, А.І. ЯКОВЛЕВ

ЕФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Основным критерием того, что продукция пользуется спросом, является ее реализация. Только потребитель дает оценку, нужна ли такая продукция. Поэтому один из основных постулатов рынка заключается в том, чтобы удовлетворить индивидуальные потребности потребителей. Для этого товарам должна быть присуща конкурентоспособность. Она открывает дорогу новым изделиям на международный рынок, что особенно важно для повышения эффективности отечественной экономики в эпоху глобализации экономики, функционирование транснациональных компаний, вызывает повышение требований к уровню конкурентоспособности украинских товаров. Они могут быть созданы на основе инноваций. В Украине есть определенные достижения в этом направлении. К сожалению, инновационная активность в Украине на сегодняшний день не высока. Разработкой и внедрением инноваций занимаются не более 15% предприятий и организаций. На это существует ряд причин: недостаточное финансирование, устарела материально-техническая база, недостатки в организации и управлении нововведениями.

Небольшой рост экономики Украины в последние годы дает основание для оптимизма. Чтобы осуществить соответствующие шаги, нужно определить современный характер повышения конкурентоспособности. Немалое значение имеют методы оценки конкурентоспособности в глобальных условиях, их дальнейшее развитие. Такие направления рассматриваются ниже в данной работе.

Проанализированы существующие методологические разработки оценки преимуществ от реализации передовых научно-технических разработок в других менее развитых странах, в т. ч. при создании транснациональных компаний (ТНК). Предложены средства расчета величины эффекта, который имеет при этом место. Определены преимущества роста экономических показателей компаний при росте объемов производства и реализации при расширении зарубежных производств. Рассмотрены преимущества и недостатки деятельности транснациональных компаний, определены пути уменьшения негативных последствий последних.

Ключевые слова: научно-технические разработки, транснациональные компании, эффект международных связей, расширение производства, преимущества и недостатки ТНК, государственная поддержка отечественных производителей.

Y.S. PRILUTSKA, E.V. PATLAN, A.I. YAKOVLEV

EFFICIENCY OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION OF THE ECONOMY

The main criterion that products are in demand is its implementation. Only the consumer assesses whether such products are needed. Therefore, one of the main tenets of the market is to satisfy the individual needs of consumers. For this product must be inherent competitiveness. It opens the way for new products on the international market, which is especially important for improving the efficiency of the domestic economy in the era of globalization of the economy, the operation of transnational companies, and the rise in requirements for the level of competitiveness of Ukrainian goods. They can be created on the basis of innovation. In Ukraine, there are certain achievements in this direction. Unfortunately, innovative activity in Ukraine today is not high. No more than 15% of enterprises and organizations are engaged in the development and implementation of innovations. There are a number of reasons for this: insufficient funding, the material and technical base is outdated, shortcomings in the organization and management of innovations.

A small growth of the Ukrainian economy in recent years gives grounds for optimism. To implement the appropriate steps, it is necessary to determine the modern nature of improving competitiveness. Of considerable importance are methods for assessing competitiveness in global conditions and their further development. Such areas are discussed below in this paper.

Analyzed the existing methodological development of the assessment of the benefits from the implementation of advanced scientific and technological developments in other less developed countries, including the creation of transnational companies (TNCs). Proposed means of calculating the magnitude of the effect, which has a place. The advantages of growth in the economic performance of companies with an increase in production and sales in the expansion of foreign production are identified. The advantages and disadvantages of the activities of transnational companies are considered, ways to reduce the negative effects of the latter are identified.

Key words: scientific and technical developments, transnational companies, the effect of international relations, expansion of production, advantages and disadvantages of TNCs, state support for domestic producers.

© А.І. Яковлев, Ю.С. Прилуцька, Е.В. Патлань, 2018

Вступ. Конкурентоздатність відкриває дорогу новим виробам на міжнародний ринок. Це особливо важливо для підвищення ефективності вітчизняної економіки в епоху глобалізації економіки, функціонування транснаціональних компаній, що викликає підвищення вимог до рівня конкурентоздатності українських товарів.

Аналіз існуючих літературних джерел. Питання ефективності зовнішньо- економічної діяльності (ЗЕД) розглянуті в цілому ряді робіт [1], [2], [3], [4]. В основному, ефект ЗЕД знаходиться на основі відомих принципів співвідношення результатів і витрат. На цій основі розраховуються також гранична величина ціни експортно-імпортного товару.

Федорець [5] розглядає відомі показники оцінки ефективності ЗЕД. Однак він пропонує більш аргументований засіб їх оцінки, як аналіз динаміки основних результативних показників діяльності ЗЕД. Він розглядає також можливі втрати, які можуть виникнути від проведення ЗЕД. Вони пов'язані із показниками загальноприйнятої фінансової стабільності підприємства і не стосуються витрат, що є предметом даного дослідження. Аналогічно О.М. Вакульчик [4] посилається на відомі показники економічної безпеки підприємства. Здавалось подібні питання могли бути розглянуті у фундаментальному підручнику з міжнародної економіки [7]. Автори зупиняються на актуальних аспектах міжнародних кредитів [7], валютного механізму формування сучасного світового господарства [7]. Однак вони наведені у загальній постановці без надання відповідних формул. Проблеми складностей світового глобального розвитку, діяльності транснаціональних компаній (ТНК) аналізуються в монографії «Глобальная перестройка» [8]. В ній поставлені глобальні питання ефективного регулювання глобальних ринків, можливих видів ризиків при цьому [8]. Зокрема, небезпека того, що ТНК (особливо приватні), можуть заради власної вигоди наносити збитки національній економіці [8]. Такі вади, на жаль, притаманні вітчизняній економіці. Підкреслюється як негатив відірваність ТНК від реального сектора фінансових потоків, що викликає необхідність їх адекватного регулювання, особливо в умовах світової економічної кризи [8]. Однак відповідних розрахунків, як і методів їх проведення не наводиться. Наведений аналіз свідчить про необхідність проведення подальших досліджень у даному напрямі, зокрема визначення переваг і недоліків ТНК, покращення фінансово-економічних показників вітчизняних компаній при їх виході на міжнародні ринки. Мета статті полягає у розробці засобів визначення ефекту участі вітчизняних дослідників – підприємств в ТНК. Методи дослідження. Використані положення теорії ефективності суспільного виробництва, ефективності інвестицій, інновацій, порівняльного аналізу Результати досліджень. В цілому величина ефекту від транснаціональних інноваційних розробок визначається на основі широко розповсюджених у світовій практиці показників таких, як чиста поточна вартість, її коефіцієнт, внутрішня норма доходності, строк окупності інвестицій. Однак мають місце і певні особливості при виконанні відповідних результатів.

Одна з них полягає в тім, що розрахунки за готовий продукт у різних країнах проводяться або в загально прийнятій міжнародній валюті в умовних одиницях (у.о.) – в доларах США, або в національній валюті з перерахуванням її в одну з валют, прийнятних у міжнародному обігу. Тому сумарний ефект у валюті Е за реалізовану в інших країнах власної продукції являтиме собою подвійну суму з урахуванням кількості використаних валют і валютного курсу у різних країнах. Слід ураховувати також додаткові витрати на пристосування даної продукції до місцевих умов. Вони включатимуть як додаткові капітальні витрати, так і поточні – навчання персоналу і т. ін. Вважаємо, що інші капітальні витрати - на придбання товару і т. ін. увійшли до величини ефекту - Еij. Відповідно

$$E = \sum_{i=1}^{n}\sum_{j=1}^{m}\left(E_{ij} - З_{\partial}\right) \qquad (1)$$

де Еij – ефект від продажу товару в і-й країні при розрахунках у валюті даної країни з переводом її в найбільш поширену валюту j – умовних одиниць (у.о.), п – кількість використовуваних валют, одиниць (од.), т – курси національних валют по відношенню до міжнародної валюти, од., Зд – додаткові витрати, пов’язані з пристосовуванням імпортного товару до місцевих умов (тис. у.о.)

При розрахунку у більш розповсюдженій валюті складова формули (2.1) спрощується до $\sum_{e=1}^{k} E_{ie}$, де Еіе – ефект від продажу е-того товару у і-й країні, тис. у.о.; k – асортимент проданих товарів, од.

Інша особливість полягає в тім, що на міжнародному ринку, частіше ніж на внутрішньому, надходять нові, більш конкурентоспроможні товари і ефект 216 від реалізації товарів конкретної фірми, що надійшов на ринок раніше, зменшується за період життєвого циклу товару. До цього призводить також безперервна науково технічна революція, постійне зменшення попиту на ринок попередніх товарів. Такі особливості покладені у формулі розрахунку відповідного ефекту Е:

$$E = \sum_{t=th}^{tk}\sum_{n=1}^{m}(ПР_{1tn} - З_{1tn} - Н_{1tn})A_{1kn} * \gamma_1 + \sum_{t=t`k}^{tk}\sum_{n=1}^{m}(ПР'_{1tn} - З'_{1tn} - Н'_{1tn})\,A_{tk`n} \cdot \gamma_2 \qquad (2)$$

де $ПР_{1tn}$, $З_{1tm}$ – Відповідно на виробництво і реалізацію n-го товару у році t за період th-t`k, коли данні товари мають найвищу конкурентоздатність у.о.(умовних одиниць); $Н_{1tn}$ – податкові та інші відрахування в році t за період th-t`k, коли данні товари мають найвищу конкурентоздатність у.о.(умовних одиниць); A_{1kn}- обсяг реалізації n-го товару у році t за період th-t`k одиниць(од.); $\gamma_1$- ймовірність продажу даних товарів за період, що аналізується, в.о.(відносні одиниці); $ПР'_{1tn}$, $З'_{1tm}$ - відповідно прибуток та витрати на виробництво та реалізацію n-го товару у році t за період t`k-tk, де tk – останній рік виробництва даного товару в фірмі, що аналізується, коли на ринку з’явилися конкурентоспроможні товари, у.о.; $Н'_{1tn}$ – податкові та інші відрахування за цей період на одиницю n-го у.о.; $A_{1k'n}$- обсяг виробництва n-го товару за цей період од.; γ_2- ймовірність продажу даних товарів за цей період, в.о.; th - початковий рік виходу

товарів на ринок, tk – кінцевий рік реалізації товарів, коли вони найбільш конкурентоспроможні на ринку.

Слід відзначити, що показники маси та норми прибутку відсутні у ряді зарубіжних методик. Перевага надається показникам чистого грошовою доходу (ЧГД), та коефіцієнту ЧГД.

Зменшення питомих поточних витрат в результаті підвищення ступеня використання основних фондів впливатиме на зменшення амортизаційних відрахувань та умовно-постійних витрат на одиницю продукції. Зменшення питомих амортизаційних відрахувань ΔА знаходиться за формулою:

$$\Delta A = \sum_{i=1}^{тф} \frac{A_{фi}\Delta T_i}{Ф_{дi}} \quad (3)$$

Де $A_{фi}$ – фактичні річні амортизаційні відрахування на реновацію із *і*-го виду основних фондів, при існуючому їх завантажені, грн.; ΔΔА T_i – збільшення часу використання і-го обладнання у році при зростанні обсягів виробництва, год/рік; $Ф_{дi}$ – дійсний річний фонд часу і –го обладнання,год/рік; *тф* – кількість видів основних фондів, які амортизуються,од.

Таку різницю можна також розрахувати за формулою:

$$\Delta A = \sum_{i=1}^{тф} \frac{A_{pi}}{Ф_{дн}} + \frac{A_{pi}}{Ф_{дн} - Ф_{вi}} - \frac{A_{pi}}{Ф_{вi} + \Delta T} \quad (4)$$

Де A_{pi} – нормативна річна величина амортизаційних відрахувань по і-му виду обладнання, грн/од.; $Ф_{дн}$ – нормативний річний фонд використання і- го обладнання**,** год/рік ; $Ф_{вi}$ – фактичний час використання і-го обладнання у році , год/рік.

Зростання обсягів випуску продукції впливає не тільки на підвищення комерційної ефективності суб'єктів підприємства. Матимуть місце також переваги для населення та держави.

Переваги для населення полягають у збільшенні виплат заробітної плати трудівникам при простоях технологічного обладнання $Зб_{ЗП}$. Знаходяться з урахуванням вимог кодексу закону про працю:

$$Зб_{ЗП} = \sum_{j=1}^{p} V_j * N_{pj} * T_{прj} * З_{п1rj} \quad (5),$$

де N j – кількість простоїв робочих j-го виду, од./рік; Np j – кількість основних робочих j-го виду, що простоюють при відмовах засобів праці, чол.; Тпр j – середній час простою робочих j-го виду при одній відмові, год.; $З_{п1rj}$- погодинна заробітна плата основних робочих j -го виду, Р – кількість видів основних робочих, од. 0,5 – коефіцієнт оплати простоїв від величини заробітної плати при нормальних умовах праці згідно кодексу законів про працю.

Збитки для держави:

1. Зменшення величини заробітної плати призводить до зниження величини податків $Зб_{ПФ}$ з фізичних осіб, що виплачуються у бюджет держави:

$$Зб_{ПФ} = Зб_{ЗП} \cdot \%Пд_{ф} \quad (6)$$

де % Пдф – середній відсоток податків з фізичних осіб.

2. Зменшення випуску продукції при простоях технологічного обладнання призводить до зниження величини прибутків, що виплачуються у бюджет держави з юридичних осіб

$$Зб_{пюр}.: Зб_{пюр} = Зб_{пр}\% \, П_{дюр} \quad (7)$$

де Пдюр – середній відсоток податків з юридичних осіб.

3. Матиме місце також зменшення доходів держави в результаті зниження величини споживання домашніх господарств Збдх при зменшенні доходів родини. Відповідно до статистичної обробки даних за 10 років1 співвідношення росту (і відповідно зменшення) споживання домашніх господарств при зростанні (зміненні)доходу трудящих становить $Зб_{дт}$ 0,68. Тоді:

$$Зб_{пюр} = Зб_{пр} \cdot \% \, Пд_{юр} \quad (8)$$

де % від – відсоток відрахувань державі від продажу товарів та послуг. В середньому його можна прийняти в Україні рівнем 0,3.

Однак розвиток ТНК привів і до негативних наслідців. Це сталось тому, що керівництво цілого ряду компаній зосередилось в руках одного відсотка міжнародних олігархів, які розглядають ТНК, як засіб одержання надприбутків. Це позначилось, зокрема на погіршенні економічних показників цілого ряду країн, в тому числі США [9].

Тому необхідно віддати пріоритет національним інтересам. На це націлюють і вітчизняні фахівці В.М. Геєць [10], А.А. Гриценко [11] та ін. Однак нам треба враховувати сучасний стан української економіки і гіпотетичні можливості її стрімкого зростання без закордонних вливань.

Висновки. У ході роботи виконано аналіз особливостей конкурентоздатності в умовах глобалізації, визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності. Доведено, що вони потребують подальшого розвитку. Визначено що в умовах глобалізації безперервно надходять до ринку більш конкурентоздатні товари. Тому ефект від реалізації товарів, конкретної фірми, що надійшли на ринок раніше, зменшується.

Розглянуто склад поточних і капітальних втрат при зміні обсягів продажів на зовнішньому ринку, наведено методи їх розрахунку.

Доведено, що при роботі транснаціональних компаній поруч із перевагами матимуть місце й недоліки. Вони викликані тим, що при вироблені ряду товарів спостерігається зменшення кількості власних робочих місць, зменшення власної заробітної плати власним висококваліфікованим працівникам, зменшення прошарку висококваліфікованого персоналу та інші у країнах основних виробниках товарів. Тому слід захищати власні інтереси.

Розроблені рекомендації сприяють подальшому розвитку теорії та практики визначення ефективності нововведень в умовах глобалізації і тим самим вибору найбільш ефективним варіантів інноваційно – інвестиційної діяльності.

Список літератури

1. Федоренько Н.І. *Аналіз ефективності експортних та імпортних операцій. Глобальні та національні проблеми економіки.* 2016. № 10. С. 120-123.
2. Вічевич А.М. А*наліз зовнішньоекономічної діяльності*. Львів, Афіни, 2004. 140 с.
3. Семенов І.А. Економічна ефективність зовнішньоекономічної діяльності акціонерних товариств. *Економічний вісник Донбаса.* 2009. № 4. С. 54-59.

4. Яковлєв А.І. *Визначення ефекту від проведення експортно-імпортних операцій в системі «підприємство-посередник держава». Формування ринкової економіки.* 2006. № 16. С. 32-40.
5. Федорець А.М. Методичний підхід до оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності. *АПК Регіону Агросвіт.* 2011. № 21. С. 13-18.
6. Вакульчик О.М. Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств. *Вісник академії Митної служби України.* Сер: Економіка. 2013. № 2. С. 75-82.
7. Лук'яненко Д.Г. *Міжнародна економіка*. Київ : КНЕУ, 2014. С. 762.
8. Дынкин А.А. *Глобальная перестройка*. Москва : Весь Мир, 2013. 528 с.
9. Фокс Дж. Торговельна політика США – час починати спочатку. *Економіка України.* 2017. № 5/6. С. 16-30.
10. Геєць В.М. Чому знову настав час починати спочатку. *Економіка України.* 2017. № 5/6. С. 31-38.
11. Гриценко А.А. Логіко-історичні засади кардинальних економічних змін і переходу до реконструктивного розвитку. *Економіка України.* 2017. № 5/6. С. 39-56.
12. *Science and Engineering Indicators 2016* [Електронний ресурс] URL: https://www.nsf.gov/statistics/2016/nsb20161/#/data.
13. Рєпіна І.М. Інтелектуалізація суспільства як стратегічна передумова інноваційного розвитку України. *Зб. наукових праць VI Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: виклики постіндустріальної економіки» Львів, 18-19 травня 2017р.* Львів: Львівська політехніка. 2017. С. 828-829.

References (transliterated)

1. Fedorenko N.I. Analiz efektyvnosti eksportnykh ta importnykh operatsii.[Analysis of the efficiency of export and import operations] *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*. [Global and national problems of the economy] 2016. no. 10. p. 120-123.
2. Vichevych A.M. *Analiz zovnishnoekonomichnoi diialnosti*. [Analysis of foreign economic activity] Lviv, Afiny, 2004. p. 140.
3. Semenov I.A. Ekonomichna efektyvnist zovnishnoekonomichnoi diialnosti aktsionernykh tovarystv. [Economic efficiency of foreign economic activity of joint-stock companies] *Ekonomichnyi visnyk Donbasa*.[Economic Newsletter of the Donbas] 2009. no. 4. p. 54-59.
4. Iakovliev A.I. Vyznachennia efektu vid provedennia eksportno-importnykh operatsii v systemi «pidpryiemstvo-poserednyk derzhava». [Determination of the effect of conducting export-import operations in the system of "intermediary state enterprise"] *Formuvannia rynkovoi ekonomiky*.[Formation of a market economy] 2006. no. 16. p. 32-40.
5. Fedorets A.M. Metodychnyi pidkhid do otsinky efektyvnosti zovnishnoekonomichnoi diialnosti. [Methodical approach to the estimation of the efficiency of foreign economic activity] *APK Rehionu Ahrosvit*. [Agroindustrial complex AgroSvit] 2011. no. 21. p. 13-18.
6. Vakulchyk O.M. Analiz efektyvnosti zovnishnoekonomichnoi diialnosti pidpryiemstv.[Analysis of the effectiveness of foreign economic activity of enterprises] *Visnyk akademii Mytnoi sluzhby Ukrainy*.[Journal of the Academy of Customs Service of Ukraine] Ser: Ekonomika. 2013. no. 2. p. 75-82.
7. Lukianenko D.H. *Mizhnarodna ekonomika*. [International Economics] Kiev : KNEU, 2014. p. 762.
8. Dynkyn A.A. *Hlobalnaia perestroika*. [Global restructuring] Moscow : Ves Myr, 2013. p. 528.
9. Foks Dzh. Torhovelna polityka SShA – chas pochynaty spochatku. [US Trade Policy - It's time to start from the beginning] *Ekonomika Ukrainy*. [Ukraine economy] 2017. no. 5/6. p. 16-30.
10. Heiets V.M. Chomu znovu nastav chas pochynaty spochatku. [Why it's time to start from the beginning] *Ekonomika Ukrainy*.[Ukraine economy] 2017. no. 5/6. pp. 31-38.
11. Hrytsenko A.A. Lohiko-istorychni zasady kardynalnykh ekonomichnykh zmin i perekhodu do rekonstruktyvnoho rozvytku. [Logico-historical principles of fundamental economic changes and transition to reconstructive development] *Ekonomika Ukrainy*. [Ukraine economy] 2017. no. 5/6. pp. 39-56.
12. Science and Engineering Indicators 2016 [Elektronnyi resurs] URL: https://www.nsf.gov/statistics/2016/nsb20161/#/data.
13. Riepina I.M. Intelektualizatsiia suspilstva yak stratehichna peredumova innovatsiinoho rozvytku Ukrainy. [Intellectualization of society as a strategic precondition for the innovative development of Ukraine] *Zb. naukovykh prats VI Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii «Problemy formuvannia ta rozvytku innovatsiinoi infrastruktury: vyklyky postindustrialnoi ekonomiky»* [Collection of scientific works of VI International scientific and practical conference "Problems of formation and development of innovation infrastructure: challenges of post-industrial economy"] Lviv, 18-19 travnia 2017r. Lviv: Lvivska politekhnika. 2017. pp. 828-829.

Надійшла (received) 22.11.2018

Відомості про авторів /Сведения об авторах / About the Authors

Яковлєв Анатолій Іванович (Яковлев Анатолий Иванович, Yakovlev Anatoly Ivanovich) – доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», завідуючий кафедри економіки і маркетингу; м. Харків, Україна; ORCID: https://orcid.org/ 0000-0003-0751-7072; e-mail: yakovlevkpi@gmail.com

Прилуцька Юлія Сергіївна (Прилуцкая Юлия Сергеевна, Prilutskaya Julia Sergeevna) – студентка, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студентка кафедри економіки і маркетингу; м. Харків, Україна; e-mail: Yulia020112@bigmir.net

Патлань Катерина Вікторівна (Патлань Екатерина Викторовна, Patlan Ekaterina Viktorovna) – студентка, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студентка кафедри економіки і маркетингу; м. Харків, Україна; e-mail: sonnyanishakal@gmail.com

УДК 331.108.2

О. М. СИНІГОВЕЦЬ, А. С. ТВЕРДОХЛЄБОВА

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Ефективна система управління персоналом надає можливість керівникам досягати поставлених цілей підприємства, впроваджувати інноваційні технології, що призведе до підвищення фінансових результатів і конкурентоспроможності підприємства. Метою статті є дослідження проблеми формування ефективної системи управління персоналом. Дослідження проведено на основі монографічної літератури, інтернет-ресурсів, статей, навчальних посібників вітчизняних та зарубіжних авторів. Узагальнено теоретичні засади сутності та характеристик системи управління персоналом, проаналізовано поняття «ефективна система управління персоналом». Розглянуто проблему ефективного управління людськими ресурсами на підприємствах, виходячи з тенденцій розвитку світового менеджменту. Досліджено теоретичні аспекти формування ефективної системи управління персоналом на підприємстві. Розглянуто методику оцінки ефективності системи управління персоналом, засновану на виборі критеріїв ефективності роботи економічної, соціальної та організаційної підсистем комплексної системи. Оцінка ефективності як система процедур є засобом, що допомагає керівнику побачити і оцінити якість системи управління персоналом в цілому і ті недоліки, які слід в процесі роботи усунути або скорегувати. Виділено п'ять груп показників, які можна емпірично перевірити для визначення ефективності управління людськими ресурсами: ефективність результатів діяльності, матеріальна ефективність виробничого процесу, нематеріальна ефективність виробництва, установки по відношенню до праці, установки по відношенню до інших індивідів. При цьому необхідний системний підхід, що передбачає врахування взаємозв'язків між окремими аспектами проблеми для досягнення кінцевих цілей, визначення шляхів їх вирішення, створення відповідного механізму управління, забезпечує комплексне планування та організацію системи.

Ключові слова: ефективна система, управління персоналом, трудові ресурси, ефективність роботи підприємства, аналіз трудових ресурсів, конкурентоспроможність підприємства.

О. Н. СИНИГОВЕЦ, А. С. ТВЕРДОХЛЕБОВА

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Эффективная система управления персоналом позволяет руководителям достигать поставленных целей предприятия, внедрять инновационные технологии, что приведет к повышению финансовых результатов и конкурентоспособности предприятия. Целью статьи является исследование проблемы формирования эффективной системы управления персоналом. Исследование проведено на основе монографической литературы, интернет-ресурсов, статей, учебных пособий отечественных и зарубежных авторов. Обобщены теоретические основы сущности и характеристик системы управления персоналом, проанализированы понятия «эффективная система управления персоналом». Рассмотрена проблема эффективного управления человеческими ресурсами на предприятиях, исходя из тенденций развития мирового менеджмента. Исследованы теоретические аспекты формирования эффективной системы управления персоналом на предприятии. Рассмотрена методика оценки эффективности системы управления персоналом, основанная на выборе критериев эффективности работы экономической, социальной и организационной подсистем комплексной системы. Оценка эффективности как система процедур является средством, помогающим руководителю увидеть и оценить качество системы управления персоналом в целом и те недостатки, которые следует в процессе работы устранить или скорректировать. Выделено пять групп показателей, которые можно эмпирически проверить для определения эффективности управления человеческими ресурсами: эффективность результатов деятельности, материальная эффективность производственного процесса, нематериальная эффективность производства, установки по отношению к труду, установки по отношению к другим индивидам. При этом необходим системный подход, предполагающий учет взаимосвязей между отдельными аспектами проблемы для достижения конечных целей, определение путей их решения, создание соответствующего механизма управления, обеспечивает комплексное планирование и организацию системы.

Ключевые слова: эффективная система, управление персоналом, трудовые ресурсы, эффективность работы предприятия, анализ трудовых ресурсов, конкурентоспособность предприятия.

O. SINIGOVETS, A. TVERDOKHLEBOVA

THEORETICAL ANALYSIS OF THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM EFFECTIVE FORMATION

An efficient personnel management system provides managers with the opportunity to achieve their goals, implement innovative technologies that will increase their financial performance and competitiveness. The purpose of the article is to study the problem of the effective formation personnel management system. The research was conducted on the basis of monographic literature, Internet resources, articles, manuals of domestic and foreign authors. The theoretical principles of the essence and characteristics of the personnel management system are generalized, the concept of "effective personnel management system" is analyzed. The problem of human resources effective management at enterprises is considered, proceeding from the tendencies of world management. The theoretical aspects of forming an effective personnel management system at the enterprise are investigated. The method of evaluation the effectiveness of the personnel management system based on the selection of criteria for the effectiveness of the economic, social and organizational subsystems of the complex system is considered. Evaluating efficiency as a system of procedures is a tool that helps the manager to see and evaluate the quality of the personnel management system in general and those shortcomings that should be eliminated or corrected during the process. There are five groups of indicators that can be empirically checked to determine the effectiveness of human resources management: the effectiveness of performance, material efficiency of the production process, non-material efficiency of production, installation in relation to labor, installation in relation to other individuals. At the same time, a systematic approach is required, which involves taking into account the interrelationships between the individual aspects of the problem in order to achieve the ultimate goals, identifying ways to resolve them, creating an appropriate management mechanism, providing comprehensive planning and organization of the system.

Keywords: an effective system, personnel management, labor resources, efficiency of the enterprise, analysis of labor resources, competitiveness of the enterprise.

© О. М. Синіговець, А. С. Твердохлєбова, 2018

Вступ. В сучасних умовах соціально-економічної ситуації України проблема конкурентоспроможності підприємств має визначатися ефективною та продуманою політикою управління організацією, оптимальною системою управління персоналом та адекватною концепцією управління трудовою поведінкою працівників, об'єктивно породженою закономірностями національної системи господарювання, пов'язаними із задоволенням насамперед індивідуальних потреб, забезпеченням зацікавленості працівників у досягненні найвищих кінцевих виробничих та особистісних результатів.

Ефективність управління організацією в цілому залежить від правильного підходу до системи управління персоналом. За допомогою ефективного використання та розподілу людських ресурсів керівники досягають поставлених цілей та завдань, використовуючи мотиви поведінки, інтелект та працю. Тому формування ефективної системи управління персоналом набуває особливої актуальності.

Саме формування ефективної системи управління персоналом на промислових підприємствах надасть можливість розробляти та впроваджувати інноваційні технології, нові види продукції, що призведе до підвищення рівня фінансових результатів діяльності промислового підприємства та їх конкурентоспроможності як на вітчизняних, так і на зарубіжних ринках.

Аналіз наукових досліджень та публікацій. Проблеми теорії, методології та практики управління персоналом вивчали О. В. Крушельницька [1], П. В. Журавель [2], Дж. М. Іванцевич та А. А. Лобанов [3], В. М. Колпаков [4], В. В. Адамчук [5], Е. А. Уткін та О. І Кочеткова [6], М. Г. Рак [7], Д. С. Синк [8], Г. М., Шекшня [9] та багато інших вітчизняних та зарубіжних науковців. Питанням формування і функціонування системи управління персоналом, зокрема присвячені роботи Н. Д. Лукьянченко [10], Л. В. Балабанової та О. В. Сардак [11], Л. Б. Пошелюжної [12], О. В. Крушельницької та Д. П. Мельничук [4] та інших.

Метою даної статті є теоретичний аналіз та обґрунтування формування ефективної системи управління персоналом та визначення основних підходів до оцінки ефективності цієї системи.

Постановка проблеми. В Україні склалася ситуація, коли питанню управління персоналом не приділяється достатньо уваги, технологія розробки і прийняття кадрових рішень є недосконалою і науково необґрунтованою, у більшості випадків відсутня орієнтація на досягнення соціальної ефективності в управлінні персоналом. Це пов'язано з існуванням ряду проблем в області управління персоналом у підприємствах.

В даній роботі розглядається проблема ефективного управління людськими ресурсами на підприємствах України, виходячи з тенденцій розвитку світового менеджменту. Також досліджується проблема оцінки ефективності системи управління персоналом.

Виклад основного матеріалу дослідження. Специфіка людських ресурсів виражається в тому, що, по-перше, люди наділені інтелектом, їх реакція на управління є емоційною, продуманою, а не механічною, а це означає, що процес взаємовідносин є двосторонній; по-друге, люди постійно удосконалюються і розвиваються; по-третє, відносини ґрунтуються на довготерміновій основі, оскільки трудове життя людини може продовжуватись протягом 30 – 50 років; і останнє, люди приходять в організацію усвідомлено, з певними цілями і мотивами [4].

Виноградський М. Д. в роботі «Управління персоналом» [13] розглянув управління персоналом як діяльність організації, що спрямована на ефективне використання людей (персоналу) для досягнення цілей, як організації, так і індивідуальних (особистих). З цього випливає, що поняття «управління персоналом» має два основних аспекти: функціональний та організаційний.

Ефективне управління людськими ресурсами – це особлива функція діяльності, пов'язана з найманням робітників, їх оцінкою, навчанням і оплатою праці і є важливою передумовою для ефективного виробництва. Головне завдання управління персоналом – забезпечення підприємства кадрами, які відповідають корпоративним вимогам, мають професійну і соціальну адаптивність.

Відомі німецькі автори І. Хентце, А. Каммел і К. Линдерт, розглядаючи ефективність як «досягнення мети або вирішення завдання з найменшими витратами» [14], дають досить диференційовану характеристику економічної та соціальної ефективності. Згідно їх трактуванню, економічна ефективність означає реалізацію персоналом цілей організації, і, перш за все, продуктивності праці і рентабельності за рахунок економічного використання обмежених ресурсів. Соціальна ж ефективність проявляється в ступені досягнення індивідуальних цілей працівників і характеризує задоволення в процесі керівництва очікувань, бажань, потреб та інтересів працівників. Крім того, соціальна ефективність має два основних виміри: орієнтацію на роботу та орієнтацію на відносини з іншими людьми.

Для реалізації цілей промислового підприємства необхідно мати систему управління персоналом промислового підприємства.

Система управління людськими ресурсами - це система, в якій функції управління персоналом (планування, організація, мотивація, контроль) реалізуються в застосуванні системи методів управління і використання існуючого забезпечення ресурсами.

Система управління персоналом може бути визначена як система, покликана максимально ефективно використовувати працівників для досягнення корпоративних і особистих цілей. Ефективне використання працівників зазвичай пов'язане із забезпеченням ефективності

підприємства. Крім того, ефективність іноді розуміється як досягнення максимального прибутку. Проте, все більше ефективність вивчається не тільки в економічному аспекті – як економічність, продуктивність, прибуток, якість, інноваційність, але і в більш широкому контексті і пов'язана з концепцією особистого психологічного планування, задоволеністю співробітників роботою, ступенем участі в трудовому колективі підприємства, високою самооцінкою команди і мотивацією співробітників щодо ефективної роботи.

Ефективність системи – це властивість системи досягати поставленої мети в заданих умовах з певною якістю. Показники ефективності визначають ступінь пристосованості системи для досягнення цілей підприємства і є узагальнюючими показниками оптимального функціонування системи.

Ефективність системи управління персоналом підприємства – це система показників, що відображають співвідношення витрат і результатів стосовно інтересів його учасників. Вона виражається в досягненні максимального ефекту при мінімальних витратах трудових ресурсів і вимірюється як співставлення результату і витрат живої праці у всіх сферах діяльності організації.

На нашу думку, для адаптації до умов ринку, який швидко розвивається, необхідно перейти від традиційного управління персоналом до концепції сучасного управління персоналом. Традиційна система управління була відповіддю на стандартні технології і постійне зовнішнє середовище, коли нова система управління персоналом – це швидка реакція на постійне вдосконалення технології виробництва і швидкі зміни зовнішнього середовища.

Дослідження і аналіз будь-якої системи управління необхідні для забезпечення конкурентоспроможності, а також для підвищення загальної ефективності різних підрозділів підприємства.

Ефективність функціонування системи управління персоналом необхідно досліджувати як складову ефективності діяльності підприємства в цілому. Однак в даний час немає єдиного підходу для оцінки ефективності системи управління персоналом.

Однією з методик оцінки ефективності системи управління персоналом є методика, заснована на виборі критеріїв ефективності роботи економічної, соціальної та організаційної підсистем комплексної системи. Це пов'язано з тим, що від трудової діяльності працівників залежить виробничий процес, його кінцевий результат і соціальний розвиток підприємства. В якості таких критеріїв можна розглядати цілі цих підсистем.

Основною стратегічною метою оцінки ефективності управління персоналом є визначення та усунення факторів, що знижують віддачу від використання людських ресурсів організації. Вимірювання та оцінка ефективності функціонування і розвитку системи управління персоналом дозволяє:

1) своєчасно діагностувати проблеми, що виникають в ході дії системи управління персоналом і активно впливати на поточний стан системи з метою їх усунення;

2) приймати оперативні рішення про ті чи інші зміни системи і прогнозувати їх вплив на ключові параметри управління персоналом;

3) здійснювати планування подальшого вдосконалення роботи кадрової служби та інших підрозділів [15].

Дж. М. Іванцевич та А. А. Лобанов вважають, що оцінка ефективності управління персоналом – це систематичний, чітко формалізований процес, спрямований на вимір витрат і вигод, пов'язаних з програмами діяльності управління персоналом для співвіднесення їх результатів з підсумками базового періоду, з показниками конкурентів і з цілями підприємства [9].

Для визначення ефективності управління людськими ресурсами необхідно визначитися з конкретними показниками, які можна імперично перевірити. Так, Е. Вітте виділив п'ять груп показників.

Перша група – ефективність результатів діяльності (загальна економічна ефективність, індикаторами вимірювання якої є прибуток, рентабельність, продуктивність, зростання обороту капіталу, якість задоволення попиту).

Друга група – матеріальна ефективність виробничого процесу (індикатори вимірювання – відхилення від завдання, шлюб, рекламації, своєчасність поставок, якість продукції).

Третя група – нематеріальна ефективність виробництва (індикатори вимірювання – точність і час вирішення проблеми, готовність до інновацій, редукція невпевненості, визначеність мети, точність і своєчасність прийняття і передачі інформації та ін.).

Четверта група – установки по відношенню до праці (задоволеність працею, ініціатива, частка втрат робочого часу, скарги, взяття на себе відповідальності та ін.).

П'ята група – установки по відношенню до інших індивідів (сприйняття впливу, готовність до кооперації, дружба, згода, повага, довіра, групова згуртованість та ін.) [16].

Таким чином, перші дві групи показників характеризують економічну ефективність, четверта і п'ята – ефективність організаційну.

Корпоративна культура та манера ведення бізнесу визначають розвиток компанії, для цього потрібно скласти нові правила і їх дотримуватися, наприклад:

- заохочення поведінки, яка вигідна для підприємства, незалежно від рівня управління;
- налагодження та регулярний збір зворотного зв'язку не тільки від топ-менеджерів, але й від рядових співробітників, розглядаючи успіхи та невдачі компанії.

Висновки. Ефективна робота підприємства обумовлена наявністю якісних талантів, належним розподілом функціональних обов'язків та системи управління, яка в значній мірі залежить від впливу зовнішніх і внутрішніх факторів, а також від

використання робочих систем і методів управління персоналом. Проведене теоретичне дослідження формування ефективної системи управління персоналом, основних підходів до оцінки її ефективності, визначили необхідність системного підходу, що передбачає врахування взаємозв'язків між окремими аспектами проблеми для досягнення кінцевих цілей, визначення шляхів їх вирішення, створення відповідного механізму управління. Формування ефективної системи управління персоналом повинне враховувати можливості, знання, потреби, досвід роботи і навички персоналу для ефективного використання потенціалу людей і забезпечення ефективної діяльності шляхом створення відповідних умов праці, що сприятиме підвищенню продуктивності праці і конкурентоспроможності підприємства.

Список літератури

1. Крушельницька О. В. *Управління персоналом*: навчальний посібник для студ. вищ. навч. закладів / О.В. Крушельницька, Д. П. Мельничук; М-во освіти і науки України. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Кондор, 2009. – 308 с.
2. Журавлев П. В., Кулапов М.Н. *Мировой опыт в управлении персоналом. Обзор зарубежных источников.* Монография. Екатеринбург, Деловая книга. 1998. – 232 с.
3. Иванцевич Дж. М., Лобанов А.А. *Человеческие ресурсы управления*. – М.: Мысль, 2006. – 94 с.
4. Колпаков В. М. *Управление развитием персонала*: Учеб. пособие для студентов вузов. – К.: МАУП, 2006. – 712 с.
5. Адамчук В. В. и др. *Экономика и социология труда:* Учебник для вузов/ Адамчук В. В., Ромашов О. В., Сорокина М. Е. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 407 с.
6. Э.А Уткин, А.И Кочеткова *Управление персоналом в малом и среднем бизнесе*. – М.: Акалис, 1996. – 208 с.
7. Рак Н. Г. Методика комплексной оценки кадров управления. *Управление персоналом*, 1997, №10.
8. Синк С. Д. *Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение*. М.: Прогресс, 1989. – 528 с.
9. Шекшня С. В. *Управление персоналом современной организации*: Учеб. практ. пособие. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЗАО Бизнес-школа Интел-синтез, 2000. – 363 с.
10. Лукьянченко Н. Д. Система управления человеческими ресурсами на предприятии в современных условиях / Н. Д. Лукьянченко // *Вісник Донецького університету*. – 1998. – Вип. 2. – С. 7–11.
11. Балабанова, Л. В. *Управління персоналом*: підручн. / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – К.: ЦУЛ, 2011. – 468 с.
12. Пошелюжна, Л. Б. *Особливості сучасного управління персоналом на вітчизняних підприємствах*/ Л. Б. Пошелюжна. – URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/inek/2010_1/163.pdf
13. Виноградський, М. Д. *Управління персоналом*.: навч. посібник / М. Д. Виноградський, А. М. Виноградська, О. М. Шканова. – 2-ге вид. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 502 с.
14. Hentze J., Kammel A., Linden K. Personalfuhrungslehre: *Grundlagen Funktionen und Modelle der Fuhrung*. 3. Aufl. Bern, Stuttgart, Wien: Haupt 1997. – S. 44–45.
15. Сербиновский, Б. Ю. *Управление персоналом*: учебник / Б. Ю. Сербиновский, С. И. Самыгина. – М.: "Издательство Приор", 2009. – 432 с.
16. Witte E. *Effizienz der Fuhrung*//Kieser A., Reber G., Wunderer R. Handworterbuch der Fuhrung. 2 Aufl. Stuttgart, 1995. pp. 263–276.

References (transliterated)

1. Krushel'nic'ka O. V. *Upravlinnya personalom* [Personnel management]: navchal'nij posibnik dlya stud. vishch. navch. zakladiv; M-vo osviti i nauki Ukraïni. – 2-ge vid., pererob. i dop. – Kiev: Kondor, 2009. – 308 p.
2. Zhuravlev P. V., Kulapov M.N. *Mirovoj opyt v upravlenii personalom. Obzor zarubezhnyh istochnikov.* [World experience in human resources management. Review of foreign sources]. Monografiya. Ekaterinburg, Delovaya kniga. 1998. – 232 p.
3. Ivancevich Dzh. M., Lobanov A. A. *Chelovecheskie resursy upravleniya.*[Human resources management] – Moscow: Mysl', 2006. – 94 p.
4. Kolpakov V. M. *Upravlenie razvitiem personala* [Personnel development management]: Ucheb. posobie dlya studentov vuzov. – Kiev: MAUP, 2006. – 712 p.
5. Adamchuk V. V. i dr. *Ehkonomika i sociologiya truda* [Economics and sociology of labor] Uchebnik dlya vuzov – Moscow: YUNITI, 2000. – 407 p.
6. Eh. A Utkin, A. I Kochetkova *Upravlenie personalom v malom i srednem biznese* [Human resource management in small and medium business]. – Moscow: Akalis, 1996. – 208 p.
7. Rak N. G. Metodika kompleksnoj ocenki kadrov upravleniya [Methods of integrated assessment of personnel management]. *Upravlenie personalom*, 1997, no. 10.
8. Sink S. D. *Upravlenie proizvoditel'nost'yu: planirovanie, izmerenie i ocenka, kontrol' i povyshenie* [Performance management: planning, measuring and evaluating, monitoring and enhancing]. Moscow: Progress, 1989. – 528 p.
9. Shekshnya S. V. *Upravlenie personalom sovremennoj organizacii* [Personnel management of a modern organization]: Ucheb.-prakt. posobie. – 4-e izd., pererab. i dop. – Moscow: ZAO Biznes-shkola Intel-sintez, 2000. – 363 p.
10. Luk'yanchenko N. D. Sistema upravleniya chelovecheskimi resursami na predpriyatii v sovremennyh usloviyah [The human resource management system in the enterprise in modern conditions]. *Visnik Donec'kogo universitetu* [Bulletin of the Donetsk University]. – 1998. – no. 2. – pp. 7-11.
11. Balabanova, L. V. *Upravlinnya personalom*: pidruchn [Personnel management]. – Kiev: CUL, 2011. – 468 p.
12. Poshelyuzhna, L. B. *Osoblivosti suchasnogo upravlinnya personalom na vitchiznyanih pidpriємstvah* [Features of modern personnel management at domestic enterprises]. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/inek/2010_1/163.pdf
13. Vy`nograds`ky`j, M. D. *Upravlinnya personalom* [Personnel management].: navch. posibny`k. – 2-ge vy`d. – Kiev: Centr uchbovoyi literatury`, 2009. – 502 p.
14. Hentze J., Kammel A., Linden K. Personalfuhrungslehre: *Grundlagen Funktionen und Modelle der Fuhrung* [Basics functions and models of the leadership]. 3. Aufl. Bern, Stuttgart, Wien: Haupt 1997. – pp. 44–45.
15. Serby`novsky`j, B. Yu. *Upravleny`e personalom* [Personnel management]: uchebny`k. – Moscow: "Y`zdatel`stvo Pry`or", 2009. – 432 p.
16. Witte E. *Effizienz der Fuhrung* [Efficiency of leadership]. Handworterbuch der Fuhrung. 2 Aufl. Stuttgart, 1995. pp. 263–276.

Надійшла (received) 22.11.2018

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Синіговець Ольга Миколаївна (Синиговец Ольга Николаевна, Olga Sunigovets) – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; м. Харків, Україна; ORCID: https://orcid.org/0000-0003-1623-5798; e-mail: oms.ukr.kpi@gmail.com.

Твердохлєбова Аліна Сергіївна (Твердохлебова Алина Сергеевна, Alina Tverdokhlebova) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студентка; м. Харків, Україна; тел.: (066) 167-97-33; e-mail: alinka1tv@gmail.com.

УДК 330.101

Ю.О. ІЛЬЧЕНКО, А.А. КУРЧЕНКО, Н.Г. СІКЄТІНА

ПРИНЦИПИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ТА ЙОГО КЛЮЧОВІ КАТЕГОРІЇ

Господарська діяльність підприємств, як і інші явища суспільного життя, потребує систематичного вивчення для успішного й ефективного управління нею. Одним із способів вивчення діяльності є аналіз. Багатогранність і взаємозалежність діяльності підприємства визначають необхідність проведення аналізу господарських ситуацій. Цю роль в процесі управління виконує економічний аналіз. Він в цій системі виконує роль зворотного зв'язку між керуючою і керованою системою. Основною метою дослідження є вивчення принципів економічного аналізу та основних його складових – ключових категорій. Досліджено основні принципі економічного аналізу: принцип державності; принцип науковості; принцип об'єктивності; принцип системності та комплексності; принцип оперативності; принцип демократичності і масовості; принцип конкретності і дієвості економічного аналізу; принцип ефективності економічного аналізу. Категорію «економічний аналіз» визначено як загальне фундаментальне поняття, яке відображає найбільш суттєві, закономірні зв'язки та відносини у господарській діяльності. Узагальнено специфічні категорії економічного аналізу, які несуть основне смислове навантаження. Досліджено основні категорії економічного аналізу: аналіз і синтез; предмет, об’єкт і суб’єкт економічного аналізу; цілі та завдання економічного аналізу; умови й фактори діяльності; аналітичні показники; види, принципи та метод економічного аналізу. Визначено основні категорії економічного аналізу, які використовуються у практичній діяльності підприємства: ресурси, причини. Категорію «ресурси» визначено як джерела, засоби забезпечення виробництва (матеріальні, трудові, природні, фінансові, інформаційні). Категорію «причини» визначено як рушійні сили зміни яких-небудь економічних явищ і процесів. Категорію «фактори» визначено як причини зміни величини якого-небудь економічного показника. Категорію «резерви» визначено як можливості підвищення ефективності діяльності підприємства щодо досягнутого рівня на основі впровадження певних заходів.

Ключові слова: економічний аналіз, категорія, принцип, аналіз, синтез, фактори, ресурси, причини, резерви.

Ю.А.ИЛЬЧЕНКО, А.А. КУРЧЕНКО, Н.Г. СИКЕТИНА

ПРИНЦИПЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА И ЕГО КЛЮЧЕВЫЕ КАТЕГОРИИ

Хозяйственная деятельность предприятий, как и другие явления общественной жизни, требует систематического изучения для успешного и эффективного управления ею. Одним из способов изучения деятельности является анализ. Многогранность и взаимозависимость деятельности предприятия определяют необходимость проведения анализа хозяйственных ситуаций. Эту роль в процессе управления выполняет экономический анализ. Он в этой системе играет роль обратной связи между управляющей и управляемой системой. Основной целью исследования является изучение принципов экономического анализа и основных его составляющих - ключевых категорий. Исследованы основные принципы экономического анализа: принцип государственности; принцип научности; принцип объективности; принцип системности и комплексности; принцип оперативности; принцип демократичности и массовости; принцип конкретности и действенности экономического анализа; принцип эффективности экономического анализа. Категорию «экономический анализ» определено как общее фундаментальное понятие, отражающее наиболее существенные, закономерные связи и отношения в хозяйственной деятельности. Обзор специфические категории экономического анализа, которые несут основную смысловую нагрузку. Исследованы основные категории экономического анализа: анализ и синтез; предмет, объект и субъект экономического анализа; цели и задачи экономического анализа; условия и факторы деятельности; аналитические показатели; виды, принципы и метод экономического анализа. Определены основные категории экономического анализа, которые используются в практической деятельности предприятия: ресурсы, причины. Категория «ресурсы» определена как источники, средства обеспечения производства. Категория «причины» определена как движущие силы изменения каких-либо экономических явлений и процессов. Категорию «факторы» определено как причины изменения величины какого-либо экономического показателя. Категория «резервы» определяется как возможности повышения эффективности деятельности предприятия по достигнутому уровню на основе внедрения определенных мероприятий.

Ключевые слова: экономический анализ, категория, принцип, анализ, синтез, факторы, ресурсы, причины, резервы.

Y. O. ILCHENKO, A. A. KURCHENKO, N. H. SIKETINA

PRINCIPLES OF THE ECONOMIC ANALYSIS AND KEY CATEGORIES

The economic activity of enterprises, like other phenomena of social life, requires systematic study for the successful and effective management of it. One way to study activity is analysis. The versatility and interdependence of the activities of the enterprise determine the need for an analysis of business situations. This role in the management process performs economic analysis. He in this system performs the role of feedback between the control and the controlled system. The main goal of the research is to study the principles of economic analysis and its main components - key categories. The basic principles of economic analysis are investigated: the principle of statehood; principle of science; the principle of objectivity; the principle of consistency and complexity; principle of efficiency; the principle of democracy and mass character; the principle of concreteness and effectiveness of economic analysis; principle of efficiency of economic analysis. The category “economic analysis” is defined as a general fundamental concept, reflecting the most significant, natural ties and relations in economic activity. Review specific categories of economic analysis that carry the main meaning. The main categories of economic analysis are investigated: analysis and synthesis; subject, object and subject of economic analysis; goals and objectives of economic analysis; conditions and factors of activity; analytical indicators; types, principles and method of economic analysis. The main categories of economic analysis that are used in the practice of the enterprise: resources, causes. The category “resources” is defined as sources means of production (material, labor, and natural, financial, informational). The category of "causes" is defined as the driving forces for changes in any economic phenomena and processes. The category of "factors" is defined as the reasons for the change in the value of any economic indicator. The category “reserves” is defined as the possibility of increasing the efficiency of the enterprise’s activities at the level achieved through the introduction of certain measures.

Keywords: economic analysis, category, principle, analysis, synthesis, factors, resources, causes, reserves.

© Ю.О.Ільченко, А.А. Курченко, Н. Г. Сікєтіна, 2018

Вступ. Господарська діяльність підприємств різних галузей матеріального виробництва є основою суспільного відтворення валового внутрішнього продукту. Відомо, що кожне підприємство є складною системою взаємозв'язаних підрозділів і ланок, які виконують різні функції в процесі виробництва продукції. Економічний бік діяльності підприємства відображує система показників, які дають економічну оцінку процесам та результатам цієї діяльності.

Господарська діяльність підприємств, як і інші явища суспільного життя, потребує систематичного вивчення для успішного й ефективного управління нею. Одним із способів вивчення діяльності є аналіз. Аналіз економічних показників доповнюється в міру необхідності протилежним заходом — синтезом який, з'єднуючи окремі показники в одне ціле, уможливлює вивчення зв'язків і залежностей між ними.

Отже, аналіз і синтез у комплексі забезпечують наукове вивчення явищ і процесів у їхньому зв'язку та взаємодії.

Багатогранність і взаємозалежність діяльності підприємства визначають необхідність проведення аналізу господарських ситуацій. Цю роль в процесі управління виконує економічний аналіз. Він в цій системі виконує роль зворотного зв'язку між керуючою і керованою системою.

Економічний аналіз як наука є системою спеціальних знань, яка пов'язана з дослідженням причинно-наслідкових зв'язків і розвитку економічних явищ та процесів.

У системі управління роль економічного аналізу полягає в перетворенні економічної інформації в придатну для прийняття рішень. Економічний аналіз - важливий елемент в системі управління, дієвий засіб виявлення внутрішньогосподарських резервів, основа розробки науково обґрунтованих управлінських рішень, інструмент контролю за їх виконанням.

Економічний аналіз виник на межі таких наук як економіка, фінанси, маркетинг, менеджмент, бухгалтерський облік, статистика спричинило те, що без знань з економічних дисциплін неможливо провести глибокі аналітичні дослідження. Також його зв'язки із менеджментом, маркетингом, плануванням, для яких він є певною методологічною базою, елементом методики.

Категорія економічного аналізу - це загальне фундаментальне поняття, яке відображає найбільш суттєві, закономірні зв'язки та відносини у господарській діяльності. Кожна категорія підлягає окремому дослідженню, але у невідривному зв'язку з іншими категоріями.

Категорії економічного аналізу визначаються, коригуються, удосконалюються та розвиваються економічною теорією та теорією економічного аналізу на підставі загальних філософських категорій та стану розвитку соціально-економічних систем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань економічного аналізу як науки присвячені роботи багатьох авторів: Н. В. Тарасенко, У. Я. Грудзевича [2], Н. С. Приходько [3], Н.П. Штепа [4] А. Г. Загороднього, Г. І. Кіндрацької, З. О. Коваль, О. І. Тивончук [5] та інших. Проте дослідження питання економічного аналізу у сучасних умовах вимагає дедалі більшої уваги.

Мета дослідження. Головною метою дослідження є розгляд ключових категорій та принципів економічного аналізу. Метою статті є дослідження специфічних категорій економічного аналізу. Так само буде розглянута доцільність їх використання на сучасному підприємстві.

Рис. 1 Специфічні категорії економічного аналізу

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Основною метою дослідження є вивчення принципів економічного аналізу та основних його складових – ключових категорій.

В аналітичній роботі необхідно дотримуватися системи принципів, яка утворюється з огляду на місце економічного аналізу в системі менеджменту підприємства. До системи принципів економічного аналізу належать чотири групи: загальнонаукові принципи; основні принципи менеджменту; часткові принципи контролю; специфічні принципи економічного аналізу.

Принципи економічного аналізу покладені в основу методології і методики економічного аналізу.

Слід зазначити, що принципи економічного аналізу сформувалися зі способів економічного аналізу, які постійно та впродовж довгого часу використовувалися на всіх підприємствах будь-яких галузей національної економіки на всіх рівнях управління. В цьому міститься прямий зв'язок принципів з методами економічного аналізу. Зворотний зв'язок з'являється, коли предмет або об'єкт економічного аналізу втрачає свою роль або зникає, як, наприклад, свого часу стали неактуальними бартерні розрахунки. В такому випадку, в умовах нерозповсюдженого використання бартеру, принципи стають методами.

Результати економічного аналізу служать інформаційним і рекомендаційним матеріалом для обґрунтування і прийняття управлінських рішень.

Викладення основного матеріалу дослідження. Мета економічного аналізу — сприяння виконанню

бізнес-планів підприємств і їх підрозділів, а також інших господарських формувань, шляхом пошуку можливих резервів, сприяння дальшому розвитку і поліпшенню економічної роботи з метою підвищення ефективності діяльності підприємств та поліпшенню показників їх діяльності, завдяки підготовці проектів оптимальних управлінських рішень.

Основні категорії, якими оперує економічний аналіз:

Ресурси – джерела, засоби забезпечення виробництва (матеріальні, трудові, природні, фінансові, інформаційні).

Причини – це рушійні сили зміни яких-небудь економічних явищ і процесів.

Фактори – це причини зміни величини якого-небудь економічного показника.

Резерви – це можливості підвищення ефективності діяльності підприємства щодо досягнутого рівня на основі впровадження певних заходів.

Особливості методу економічного аналізу. Метод економічного аналізу — це науковий спосіб вивчення, становлення та розвитку господарських явищ і процесів. Він є сукупністю прийомів й способів дослідження господарської діяльності будь-якого економічного об'єкта шляхом виявлення та визначення взаємозв'язку і змін його параметрів, кількісного та якісного вимірювання впливу окремих факторів й їх сукупності на ці зміни.

Характерними рисами методу економічного аналізу є: використання системи показників, які характеризують господарську діяльність, вивчення причин зміни цих показників, з'ясування і вимірювання взаємозв'язку між ними з метою підвищення соціально-економічної ефективності.

У визначенні відзначаються характерні риси методу економічного аналізу.

Першою такою особливістю є використання системи показників при вивченні господарських явищ і процесів. Формується система в ході планування, при розробці систем і підсистем економічної інформації, що не виключає можливості обчислення в ході самого аналізу нових показників.

Друга характерна риса – вивчення причин, що викликали зміну тих чи інших господарських показників. Оскільки економічні явища обумовлені причинним зв'язком і залежністю, то задача аналізу – розкриття і вивчення цих причин.

Завдання полягає в тому, щоб установити причини, які впливають на той чи інший показник.

Таким чином, передумовою правильного аналізу є економічно обґрунтована класифікація причин, що впливають на господарську діяльність та її результати.

До характерних рис методу економічного аналізу відносяться виявлення і вимір взаємозв'язку і взаємозалежності між показниками, що визначаються об'єктивними умовами виробництва і обігу товарів. Обсяг випуску промислової продукції залежить, наприклад, від трьох груп факторів, які пов'язані з використанням робочої сили, знарядь праці, предметів праці.

До числа основних принципів економічного аналізу, відносяться наступні:

Принцип державності відображає державний підхід до оцінки економічних явищ і полягає в тому, що аналіз фінансово-господарської діяльності підприємств різних форм власності та їх структурних підрозділів передбачає врахування економічної стратегії держави.

Принцип науковості означає, що методологія економічного аналізу спирається на досягнення економічної науки і враховує дію економічних законів.

Принцип об'єктивності передбачає вивчення реальних економічних явищ і процесів, їх причинно-наслідкові взаємозв'язки. Він відображений в законодавчих актах, які передбачають різну ступінь відповідальності осіб, які допустили фальсифікацію даних обліку і звітності про діяльність підприємства. Тим самим інформація, яка використовується в процесі дослідження, повинна бути документально обґрунтованою і достовірної, відображати реальну фінансово-господарську діяльність даного підприємства.

Принцип системності та комплексності потребує врахування взаємозв'язку окремих факторів при вивченні, вимірі і узагальненні їх впливу на формування економічних показників. Всі сторони фінансово-господарської діяльності підприємства розглядаються при цьому не ізольовано, а у взаємозв'язку і динаміці. Аналіз проводиться на всіх рівнях управління, а його комплексність проявляється в системному розгляді всіх стадій і показників діяльності аналізованого об'єкта в їх взаємозв'язку.

Принцип оперативності стосується швидкого і чіткого виконання підприємством завдань, реалізації прийнятих рішень тощо. За результатами аналізу намічаються заходи, спрямовані на поліпшення фінансово-господарської діяльності підприємства.

Принцип демократичності і масовості означає залучення, до аналітичної роботи фахівців виробничої сфери, від якої залежить підвищення життєвого рівня населення, тобто передбачає участь в аналітичному процесі широкого кола зацікавлених осіб, а не тільки фахівців-аналітиків, а також широку доступність, прозорість, переконливість висновків і пропозицій. Цей підхід дозволяє найбільш повно виявити наявні резерви і недоліки, більш виважено приймати рішення. Процеси глобалізації економіки, створення рівних умов для підприємств різних форм власності сприяють підвищенню ефективності його діяльності, що досягається дослідженням невикористаних резервів в діяльності кожного підрозділу підприємства.

Принцип конкретності і дієвості економічного аналізу означає цільову спрямованість досліджень на конкретну практику і результативність в досягненні поставленої мети.

Принцип ефективності виражається в тому, що витрати на проведення аналізу дають багаторазовий ефект.

Висновок. Наведені принципи економічного аналізу становлять, таким чином, основу аналітичної роботи, ефективність якої забезпечується

комплексністю їх використання на будь-якому рівні управління.

Багато вчених приділяли свої наукові роботи саме вивченню цієї теми, бо вона є надзвичайно актуальною у наш час. За допомогою великої кількості категорій зробити аналіз стало набагато легше. Попередити або запобігти банкрутству підприємства можна завдяки вчасному та правильному економічному аналізу діяльності підприємства.

Отже, якщо підприємство хоче постійно розвиватися, знаходити нові можливості та не отримувати надзвичайно великі затрати – його керівництво має подбати про гарного аналітика, який зможе правильно скористатися усіма методами економічного аналізу.

Список літератури

1. *Економічна енциклопедія.* Київ: ВЦ «Академія», 2000 — 2002.- 235 с.
2. *Економічний аналіз* : Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Н. В. Тарасенко, У. Я. Грудзевич; Нац. банк України, Львів. банк. ін-т. - Львів, 2003. - 411 с.
3. *Економічний аналіз* : Навч. посіб. для студ. спец. "Менедж. орг.", "Маркетинг", "Екон. кібернетика". Ч. 1. Теорія економічного аналізу уклад.: Н. С. Приходько; Укоопспілка. Львів. комерц. акад. - Львів : Вид-во Львів. комерц. акад., 2004. - 168 с.
4. *Економічний аналіз* : Навч. посіб. для студ. спец. "Менедж. орг.", "Маркетинг", "Екон. кібернетика". Ч. 2. Аналіз господарсько-фінансової діяльності уклад.: Н. П. Штепа; Укоопспілка. Львів. комерц. акад. - Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2005. - 197 с.
5. *Теорія економічного аналізу* : навч. посіб. А. Г. Загородній, Г. І. Кіндрацька, З. О. Коваль, О. І. Тивончук ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Нац. ун-т "Львів. політехніка". – Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2012. – 328 с.

References (transliterated)

1. *Ekonomichna ency`klopediya*. [Economic Encyclopedia] Kiev: EC "Academy", 2000 - 2002.
2. *Ekonomichny`j analiz*: [Economic analysis] Navch. posib for stud. vishch forever knock N.V. Tarasenko, U. Ya. Grudzevich; Nat Bank of Ukraine, Lviv. bank. en-t - Lviv., 2003. - 411 p.
3. *Ekonomichny`j analiz*: [Economic analysis] Navch. posib for stud. specialist. "Management. Org.", "Marketing", "Econ. Cinema". Part 1. Theory of economic analysis way of life .: N. With. Prikhodko; Ukoopspilka. Lviv commercial Acad. - Lviv: View of Lviv. commercial Acad., 2004. - 168 p.
4. Ekonomichny`j analiz: [Economic analysis] Navch. posib for stud. specialist. "Management. Org.", "Marketing", "Econ. Cinema". Part 2. Analiz gospodarsko-financial government way of life .: N. P. Shtepa; Ukoopspilka. Lviv commercial Acad. - Lviv: View of Lviv. commercial Acad., 2005. - 197 p.
5. *Teoriya ekonomichnogo analizu* [Theory of economical analysis]: navch. Posib A. G. Zagorodniy, G. I. Kindratska, Z. O. Koval, O. I. Tivonchuk; The master of science and science, youth and sports of Ukraine, Nat. Univ. "Lviv. Politehnika". - Lviv: View of Lviv. Politechnics, 2012. - 328 p.

*Надійшла(*received*) 23.11.2018*

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors:

Ільченко Юлія Олександрівна (Ильченко Юлия Александровна, Ilchenko Yulya) - Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, м. Харків, Україна; email ilchenkoyulya98@fmail.com

Курченко Альона Анатоліївна (Курченко Алена Анатолиевна, Kurchenko Alyona) - Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, м. Харків, Україна; email alyonakurchenko@gmail.com

Сікєтіна Наталя Геннадіївна (Сикетина Наталья Геннадиевна, Siketina Nataliya) - Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», асистент кафедри економічного аналізу і обліку, м. Харків, Україна; email wel2017@i.ua

УДК 005.92:004.63:339.9

А.Ю. ГЕВОРКЯН, А.В. КАПЛУН, О.С. ЛОКТІОНОВА

БЕЗПАПЕРОВИЙ ОФІС В УКРАЇНСЬКИХ РЕАЛІЯХ НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ ПАТ «САН ІНБЕВ УКРАЇНА»

Проведено аналіз основних досліджень успішних проектів з ліквідації паперу, виявлені найбільш вагомі причини використання паперу та шляхи їх оптимізації. Проведено дослідження правових і законодавчих аспектів в Україні з використання електронного документообігу. Розглянуто і проаналізовані найбільш поширені види документів, які зустрічаються на підприємстві. Виявлено відділи, які друкують найбільшу кількість паперу в офісі методом статистичного збору даних і їх обробкою. Опрацьовано законодавчу базу України щодо впровадження електронного документообігу. Виявлено бар'єри, які не дозволяють українським підприємствам повністю перейти на безпаперову модель обробки і зберігання інформації на електронних і цифрових носіях. На прикладі бухгалтерських книг з історією про зміни в зарплаті співробітників компанії виявлено, що дані книги не можуть бути оцифровані, оскільки витрати часу на розпізнавання тексту занадто великі, що представляє собою неефективний підхід до оптимізації використання паперу в офісі, при цьому оптимізуючи кілька одних процесів від ручних модифікацій, тим самим додаючи роботи іншому персоналу, або витрачаючи кошти на послуги аутсорсингової компанії. Проведено аналіз відділів офісу підприємства і кількості паперу, яка друкується в кожному відділі. Ознайомлення із заходами, які ведуться на підприємстві для зменшення кількості паперу. Розроблено рекомендації щодо подолання бар'єрів на шляху зменшення використання паперу та шляхи оптимізації використання паперових носіїв інформації. Запропонована оптимізація процесу інвентаризації основних засобів шляхом застосування електронного коду для сканування цифровим носієм і швидким отриманням інформації про всі основні засоби в реєстрі. Розраховано кількісне вираження від впровадження можливих заходів і економія для підприємства.

Ключові слова: безпаперовий офіс, оптимізація, бізнес-процес, електронний документообіг, цифрові технології, бази даних, електронний код.

А.Ю. ГЕВОРКЯН, А.В. КАПЛУН, А.С. ЛОКТИОНОВА

БЕЗБУМАЖНЫЙ ОФИС В УКРАИНСКИХ РЕАЛИЯХ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ ПАО «САН ИНБЕВ УКРАИНА»

Проведен анализ основных исследований успешных проектов по ликвидации бумаги, выявлены наиболее весомые причины использо-вания бумаги и пути их оптимизации. Проведено исследование правовых и законодательных аспектов в Украине по использованию элект-ронного документооборота. Рассмотрены и проанализированы наиболее распространенные виды документов, которые встречаются на предприятии. Выявлено отделы, которые печатают наибольшее количество бумаги в офисе методом статистического сбора данных и их обработкой. Обработано законодательную базу Украины по внедрению электронного документооборота. Выявлено барьеры, которые не позволяют украинским предприятиям полностью перейти на безбумажную модель обработки и хранения информации на электронных и цифровых носителях. На примере бухгалтерских книг с историей об изменениях в зарплате сотрудников компании выявлено, что данные книги не могут быть оцифрованы, поскольку затраты времени на распознание текста слишком большие, что представляет собой неэффективный подход к оптимизации использования бумаги в офисе, при этом оптимизируя несколько одних процессов от ручных модификаций, тем самым добавляя работы другому персоналу, или тратя средства на услуги аутсорсинговой компании. Проведен анализ отделов офиса предприятия и количества бумаги, которая печатается в каждом отделе. Ознакомление с мерами, которые ведутся на предприятии для уменьшения количества бумаги. Разработаны рекомендации по преодолению барьеров на пути уменьшения использования бумаги и пути оптимизации использования бумажных носителей информации. Предложенная оптимизация процесса инвентаризации основных средств методом внедрения электронного кода для сканирования цифровым носителем и быстрым получением информации обо всех основных средствах в реестре. Рассчитано количественное выражение от внедрения возможных мер и экономия для предприятия.

Ключевые слова: безбумажный офис, оптимизация, бизнес-процесс, электронный документооборот, цифровые технологии, базы данных, электронный код.

A. GEVORKYAN, A. KAPLUN, O. LOKTIONOVA

THE PAPERLESS OFFICE IN UKRAININAN REALITIES ON THE EXAMPLE OF THE PJCS «SUN INBEV UKRAINE» COMPANY

The analysis of the main studies of successful projects on the elimination of paper was carried out, the most significant reasons for using paper and ways to optimize them were identified. The study of legal and legislative aspects in Ukraine on the use of electronic document management. Considered and analyzed the most common types of documents that are found in the enterprise. Identified departments that print the greatest amount of paper in the office by the method of statistical data collection and processing. The legislative base of Ukraine on the introduction of electronic document circulation was processed. Barriers that do not allow Ukrainian enterprises to fully switch to a paperless model of processing and storing information on electronic and digital media have been identified. On the example of books with a history of changes in the salaries of company employees, it was found that these books cannot be digitized, because the time spent on recognizing text is too large, which represents an inefficient approach to optimizing the use of paper in the office, while optimizing several processes from manual modifications, thereby adding work to other personnel, or spending money on the services of an outsourcing company. The analysis of the departments of the office of the enterprise and the amount of paper that is printed in each department. Acquaintance with measures that are conducted at the enterprise to reduce the amount of paper. Recommendations for overcoming barriers to reducing paper use and ways to optimize the use of paper media have been developed. The proposed optimization of the process of inventory of fixed assets using the method of introducing an electronic code for scanning with digital media and quickly obtaining information about all fixed assets in the registry. Calculated quantitative expression from the introduction of possible measures and savings for the enterprise

.Key words: paperless office, optimization, business process, electronic document flow, digital technology, databases, QR code.

Вступ. З моменту винаходу друкарської машини, офіси підприємств потонули у папері. Щоденно паперові копії документації з ледь зчитуваним текстом заповняли столи і шафи до настання віку комп'ютерів та копіювальних пристроїв. Але перехід до цифрових технологій тільки збільшив кількість паперу на підприємствах. На щастя, в електронному, інтернет-просторі та соціальному світі у сьогодення паперовий лист нарешті втрачає свою актуальність. Та, все ж, улюбленим інструментом адміністраторів у всьому світі завжди була паперова форма втілення та зберігання необхідної інформації. Ми використовуємо папір для збору даних, підписів документів, керування бізнес-процесами і забезпечення аудиторської

© А.Ю. Геворкян, А.В. Каплун, О.С. Локтіонова, 2018

перевірки результатами і підтвердженнями. Як побачимо, кожна з цих функцій може бути легко здійснена у всіх електронних форматах. Але зберігання деякої інформації на папері залишається все ще обов'язковим правилом навіть для найсучасніших офісів України.

Аналіз основних досягнень і літератури. Безпаперовий світ був слоганом публіциста, призначеним для опису офісу майбутнього. Цьому сприяло популяризація комп'ютерних терміналів відеоспостереження, таких як IBM 2260 1964 року. Ранній прогноз безпаперового офісу був зроблений в статті від Business Week 1975 [1]. Ідея полягала в тому, що автоматизація роботи в офісних приміщеннях призведе до звільнення паперу від звичайних завдань, таких як ведення бази даних та ведення бухгалтерського обліку, і це стало наголосом на впровадженні персонального комп'ютера. Хоча прогнозування ПК на кожному столі було надзвичайно пророчим, "безпаперового офісу" не було. Удосконалення принтерів та копіювальних пристроїв дозволило набагато легше відтворювати документи у великих об'ємах, через те, що в усьому світі офісний папір збільшувався більш ніж удвічі з 1980 по 2000 рік [2]. Це пояснюється збільшенням легкості підготовки документів [2] та широким використанням електронних комунікацій, що призвело до того, що користувачі отримують велику кількість документів, які часто друкуються. Проте з 2000 р., принаймні в США, використання офісного паперу зрівнялося і зараз зменшується, що було пов'язано із зміною генерації – категорії людей менш схильних до роздруківки документів, і більше схильних їх читати на повнокольоровому інтерактивному екрані. За даними Агентства охорони навколишнього середовища Сполучених Штатів, середній офісний працівник щодня виробляє близько двох фунтів паперу та картону [3].

Термін "Безпаперовий офіс" вперше був використаний у торгівлі компанією Micronet, Inc., яка займається автоматизованою оргтехнікою, в 1978 році [4].

Дослідження і публікації за напрямом «зелених офісів» проводять міжнародні організації, такі як Міжнародна організація зі стандартизації (сертифікат ISO 14001), Європейська Комісія (сертифікат EMAS), Рада з екологічного будівництва США (сертифікат USGBC), британська організація BRE Global (сертифікат BREEAM), Greenpeace, Всесвітній Фонд дикої природи (WWF). В Україні також є національні організації, наприклад, орган сертифікації продукції «Жива планета», що надають сертифікат «зеленого офісу», проте дані сертифікати не відповідають міжнародним стандартам.

Мета дослідження. Метою статті є аналіз основних досліджень успішних проектів з ліквідації паперу, виявлення найбільш вагомих причини використання паперу та шляхи її оптимізації, а також дослідження правових і законодавчих аспектів в Україні щодо використання електронного документообігу. Аналіз проведено на прикладі компанії ПАТ «САН ІнБев Україна»

Основними завданнями роботи є:

1) розгляд та вивчення найпоширеніших видів документів, які зустрічаються на підприємстві;

2) законодавчу базу України щодо впровадження електронного документообігу;

3) аналіз відділів БСЦ Харків та кількості паперу, яка друкується у кожному відділі;

5) заходи, які впроваджуються на підприємстві для зменшення кількості паперу;

7) розробка рекомендацій щодо подолання бар'єрів на шляху зменшення використання паперу та шляхи оптимізації використання паперових носіїв інформації.

Матеріали дослідження. Незважаючи на сучасні технології та століття прогресу, кожна міжнародна компанія щорічно витрачає більше ніж 1 млн. листів паперу. В офісах більша кількість паперу утилізується у сміття одразу після надрукування. Безумовно, 40% надрукованих документів мають законні вимоги знаходитися в надрукованому стані та перебувати у архіві підприємства понад 50 років . Як правило, це офіційні документи , які підтверджують перебування конкретної особи у відпустці, або на лікарняному; транспортні декларації; документи, які засвідчують перебування у відродженні та інші. Але значна частка паперових листів не має такої необхідності бути роздрукованою, що змушує замислитися над доцільністю надрукування.

В середньому, кожен принтер у Бізнес-Сервіс центрі, де працює 650 співробітників, друкує близько 10 000 листів щомісяця. В залежності від департаменту, який безпосередньо експлуатує пристрій, ця кількість може змінюватися. Тому для проведення коректного аналізу має значення розподілити надруковані листи за типами документів.

Найпоширеніші типи документів, які зустрічаються на підприємстві [5]:

1. Документи строгої звітності – мають перебувати на підприємстві з живим підписом діючого директора, або уповноваженої особи (відпустка, лікарняний, документи для відрядження, документи найму на роботу або звільнення). Період зберігання таких документів, згідно чинного законодавства України, від 10 до 75 років.

2. Внутрішні документи компанії – документи, які встановлені та регламентовані внутрішніми політиками компанії (внутрішні правила підприємства, інструкції щодо виконання службових обов'язків).

3. Документи - підтвердження – регулюють діяльність компанії з третіми особами (акти виконаних робіт, акти звірки, тощо).

В силу законодавства документи строгої звітності будь-яким чином не можуть бути оптимізовані, тому до фокусної групи буде належати документація, яка не повинна мати живого підпису або зберігатися в надрукованому стані протягом зазначеного часу.

Кожний принтер містить інформацію про кількість надрукованих сторінок, що значно полегшує аналіз на предмет того, який департамент друкує найбільшу кількість паперу [5].

Статистика надрукованих документів відділами Бізнес-Сервіс центру представлена на рисунку 1.

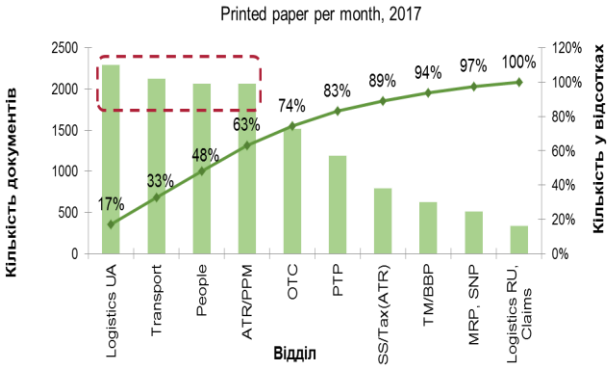


Рисунок 1 – Статистика кількості надрукованих документів Бізнес-Сервіс центром ПАТ «САН ІнБев Україна»

Як можна бачити з рисунку, відділи логістики, транспорту, відділ кадрів та фінансів друкують найбільше документів. В сумі 4 напрямки займають майже 50 % надрукованих документів.

Результати досліджень. Після детального вивчення кожного напрямку, було виявлено, які документи друкуються найбільше, періодичність і бізнес-необхідність.

Дані за кожним напрямком представлені в таблиці 1.

Таблиця 1 – Види документів, які друкуються найбільше у відділах ПАТ «САН ІнБев Україна»

Відділ	Вид документів
Логістика	Заявки від клієнта; відпустка; службові записки.
Транспорт	Акт про виконання робіт; відпустка; службові записки.
Відділ кадрів	Накази; відпустка; службові записки.
Фінанси	Інвентаризаційні описи; відпустка; службові записки.

Частина документів належить до категорії строгої звітності, тому не може брати участь у розрахунку. Щодо решти, то кожен документ потребує унікального рішення.

Відділ логістики отримує заявки від клієнта за допомогою електронної пошти щодо наявності необхідної продукції. На цьому етапі відповідальний спеціаліст роздруковує документ для подальшої обробки та оцифровування. У даному випадку, для поліпшення ситуації необхідно було розробити та впровадити програму, яка б змогла обробляти та зберігати актуальну інформацію щодо залишків на складі [5].

Рішенням стала нова онлайн-модель обробки вхідних заказів з подальшим автоматичним створенням у цільовій системі. Внаслідок таких процесних змін, можливо досягти економії паперу у 6000 листів щомісяця. В грошовому еквіваленті - це приблизно 600 доларів щорічно.

Левову частку документів у відділі транспорту складає акти про виконання робіт між компанією та транспортним перевізником. Даний тип документу має містити підпис відповідальних осіб, але в чинному законодавстві України є змога використовувати електронний цифровий підпис. Для реалізації проекту було прийнято рішення використовувати електронний документообіг з можливістю накладення електронного цифрового підпису.

Таким чином, надрукування актів стало неактуальним, в силу можливості створення електронного архіву даних на сучасних серверах баз даних. Таку модель можливо використовувати при наявності відповідного програмного забезпечення з обох сторін, тому біло прийняте рішення залучати клієнтів транспорту до нової системи частинами, щоб знизити можливі ризики у робочих процесах

На рисунку 2 приведений тренд зниження надрукованих документів у відділі транспорту. Процент зниження складає 83,75 %, що є великим досягненням з точки зору стандартизації процесів та економії паперу.

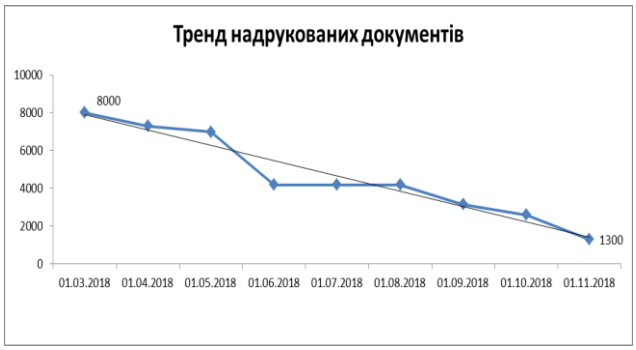


Рисунок 2 – Тренд зниження кількості надрукованих документів Бізнес-Сервіс центром ПАТ «САН ІнБев Україна», відділ транпорту

Один з обов'язків відділу фінансів - це проведення інвентаризації основних засобів. Головна ціль проведення інвентаризації – перевірка наявності основних засобів, які закріплені за відповідним керівником. Для перевірки кожен керівник роздруковує інвентаризаційний опис і перевіряє безпосередньо техніку у наявності. У сучасному світі технології все частіше витісняють старі засоби контролю та обробки інформації. Тож на зміну роздрукованим описам прийшов електронний код, який може бути просканований за допомогою пристрою, який має камеру – телефон, планшет, або спеціальний пристрій для сканування. Інформація автоматично потрапляє до електронного файлу і автоматично порівнює її з базою даних [5].

Внаслідок аналізу відповідальний спеціаліст одразу може знайти недостачу чи надлишок основних засобів. Окрім економії паперу, яка склала 700 листів щомісяця, дана ініціатива дозволила скоротити час для проведення інвентаризації з 2-х тижнів до 4-х днів. Даний підхід був визнаний кращою практикою, та вже була запланована його реалізація в інших підрозділах компанії.

В рамках проекту з оптимізації паперу були вдосконаленні деякі процеси, впровадженні системні рішення та забезпечена їх якісна підтримка у майбутньому.

На рисунку 3 представленні загальні результати проекту.

Рисунок 3 – Загальна статистика зниження кількості надрукованих документів ПАТ «САН ІнБев Україна»

Висновки. Мільйони людей по всьому світі все ще перевантажені потоками паперу, що вириваються з їхніх ящиків, перешкоджаючи їм бути більш продуктивними. Правильна технологія була винайдена кілька років тому, так чому ще так багато людей, які не користуються зручністю безпаперового життя?

Найкращий спосіб оптимізувати використання паперу у процесах підприємства - це попередити потрапляння паперу у будівлю офісу. Впровадження електронного документообігу надає можливість перетворювати вхідні документи в електронний формат і автоматично направляти модифіковану інформацію до відповідного відділу. У той же час програмне забезпечення для розпізнавання тексту може записувати дані з форми та зв'язати їх з продуктивною системою операційної діяльності підприємства. Повідомлення від клієнтів, громадян, постачальників та партнерів можуть надходити на адресу підприємства через інші канали - електронну пошту, хмарні сховища даних, веб або соціальні мережі, а також через провайдерів, які надають послуги електронного документообігу. Відтворені у цифровому форматі документи зі скан-копією оригіналу прямують до відповідного департаменту, і таким чином попереджує збільшення кількості паперових носіїв в офісі, пришвидшує роботу бізнес-процесів, мінімізує ручне введення даних, і забезпечує повну гнучкість для тих, хто здійснює обробку даних [6].

Підсумовуючи результати дослідження, можна зробити висновки про те, що реалізація проекту зі зменшення використання паперу в Бізнес-Сервіс центрі ПАТ «САН ІнБев Україна» допомогла б знизити кількість надрукованих документів на 13,49% в одному підрозділі, що б заощадило компанії близько 5740 доларів щорічно, а ще б врятувало 43 дерева.

З основних пріоритетів у подальшому може бути впровадження нових системних забезпечень, долучення всіх клієнтів ПАТ «САН ІнБев Україна» до електронної бази документообігу, встановлення допоміжної системи захисту для принтерів та забезпечення безперебійної роботи онлайн серверів для обробки та зберігання інформації. Якщо безпосередньо фіксувати дані через цифрові носії та зберігати на хмарових сховищах необхідну інформацію, то можливо остаточно знищити паперову форму збору інформації, окрім форм, на які накладено державні обмеження.

Список літератури

1. *"Управління майбутнього"*, Бізнес-тиждень (2387): 48-70, 30 червня 1975 року
2. *"Технології: не мертві, просто відпочивають"*, Економіст, 2008-10-09
3. *"Відходи - збереження ресурсів - загальні відходи та матеріали - переробка паперу"*. Агентство США з охорони довкілля. 26 січня 2013 року.
4. Відома торгова марка "Безпаперовий офіс", офіс із патентів та товарних знаків Сполучених Штатів, 13 грудня 2015 року
5. ПАТ "САН ІнБев Україна" – Smida (СМИДА) [Електронний ресурс] - режим доступу: - http://www.smida.gov.ua (дата звернення: 15.10.2018).
6. *"Майже половина підприємств можуть або могли б піти безпаперові в 2015 році"*. [Електронний ресурс] - режим доступу: www.margolis.co.uk. (дата звернення: 15.10.2018 р.).

References (transliterated)

1. *"Upravlinnya maybutniogo"* ["The Office of the Future"], Bisnes-Tyzhden' [Business Week]. (2387): 48–70, 30 June 1975
2. *"Tehnologii ne mertvi, prosto vidpochyvaiut"* ["Technological comebacks: Not dead, just resting"], Ekonomist [The Economist], 2008-10-09
3. *"Vidhody – zberezhennia resursiv – zagalni vidhody ta materialy – pererobka paperu* ["Wastes - Resource Conservation - Common Wastes & Materials - Paper Recycling"]. US Environmental Protection Agency. Retrieved January 26, 2013.
4. The Paperless Office Trademark Registration, United States Patent and Trademark Office, retrieved 13 December 2015
5. PJSC "SUN InBev Ukraine" - Smida [SMIDA].[Electronic resource] - access mode: - http://www.smida.gov.ua (application date: 15.10.2018).
6. "Nearly Half of Businesses are or could go Paperless in 2015"].[Electronic resource] - access mode: - www.margolis.co.uk. (application date: 15.10.2018).

Надійшла (received) 26.11.2018

«Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors»

Геворкян Артем Юрійович (Геворкян Артем Юрьевич, Gevorkyan Artem) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», к.е.н., доцент кафедри Міжнародного бізнесу та фінансів; м. Харків, Україна; e-mail: bfpochta@gmail.com.

Каплун Аліна Володимирівна (Каплун Алина Владимировна, Kaplun Alina) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студентка; м. Харків, Україна; e-mail: alina.kaplun95@gmail.com

Локтіонова Олександра Серафимівна (Локтионова Александра Серафимовна, Loktionova Oleksandra) - Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», магістр; e-mail: loksash@gmail.com

.

УДК 631

М.І. ПОГОРЄЛОВ

УДОСКОНАЛЕННЯ ГОСПРОЗРАХУНКОВИХ ВІДНОСИН У РЕМОНТНОМУ ГОСПОДАРСТВІ ПІДПРИЄМСТВ

При переході на ринкові відносини основні і допоміжні виробництва виявляється в різних організаційних і економічних умовах і вносять далеко не однаковий внесок у розвиток підприємства. Це багато в чому пояснюється, як показали результати досліджень, проведених автором на ряді машинобудівних підприємств Харківського промислового вузла.
Фактичні витрати на капітальний ремонт устаткування, багаторазове відродження застарілої техніки не покривається за рахунок коштів, виділених для цих цілей. Залучається додаткові кошти з прибутку та інших джерел. Застарілі нормативи трудових і матеріальних витрат на ремонт та обслуговування обладнання зумовили відхід кваліфікованих кадрів з ремонтних служб підприємств.
В цих умовах перебудова господарського механізму повинна вестися у напрямку посилення самостійності і відповідальності колективів ремонтних служб з орієнтацією їх на кінцевий результат. Найбільшою мірою цьому відповідають комплексні ремонтні бригади підрядного типу. Особливість цих бригад полягає в тому, що їх діяльність спрямована на охоплення всіх видів робіт з ремонту та технічного обслуговування обладнання на основі акордного наряд-завдання.
Однак слід зробити висновок про те , що відмінність підприємств за технічним рівнем обладнання, рівня механізації і автоматизації виробничих процесор сьогодні висуває завдання подальшого вдосконалення колективних форм організації і стимулювання праці робітників-ремонтників, розвитку та підвищення ефективності нових систем організації ремонту устаткування, госпрозрахункових відносин в ремонтному виробництві.

Ключові слова: організація, ремонт, господарство, підприємство, допоміжне виробництво, бригада.

Н.И. ПОГОРЕЛОВ

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ХОЗРАСЧЕТНЫХ ОТНОШЕНИЙ В РЕМОНТНОМ ХОЗЯЙСТВЕ ПРЕДПРИЯТИЙ

При переходе на рыночные отношения основные и вспомогательные производства оказывается в различных организационных и экономических условиях и вносят далеко не одинаковый вклад в развитие предприятия. Это во многом объясняется, как показали результаты исследований, проведенных автором на ряде машиностроительных предприятий Харьковского промышленного узла.
Фактические затраты на капитальный ремонт оборудования, многократное возрождение устаревшей техники не покрывается за счет средств, выделенных для этих целей. Привлекается дополнительные средства из прибыли и других источников. Устаревшие нормативы трудовых и материальных затрат на ремонт и обслуживание оборудования обусловили уход квалифицированных кадров из ремонтных служб предприятий.
В этих условиях перестройка хозяйственного механизма должна вестись в направления усиления самостоятельности и ответственности коллективов ремонтных служб с ориентацией их на конечный результат. В наибольшей мере этому соответствуют комплексные ремонтные бригады подрядного типа. Особенность этих бригад состоит в том, что их деятельность направлена на охват всех видов работ по ремонту и техническому обслуживанию оборудования на основе аккордного наряд-задания.
Однако следует сделать вывод о том , что различие предприятий по техническому уровню оборудования, уровню механизации и автоматизация производственных процессор сегодня выдвигает задачи дальнейшего совершенствования коллективных форм организации и стимулирования труда рабочих-ремонтников, развития и повышения эффективности новых систем организации ремонта оборудования, хозрасчетных отношений в ремонтном производстве.

Ключевые слова: организация, ремонт, хозяйство, предприятие, вспомогательное производство, бригада.

M.I. POGORELOV

IMPROVEMENT OF COST-ACCOUNTING RELATIONS IN THE REPAIR SECTOR ENTERPRISES

In the transition to market relations the main and auxiliary production is in different organizational and economic conditions and make not the same contribution to the development of the enterprise. This is largely explained by the results of studies conducted by the author at a number of machine-building enterprises of the Kharkiv industrial hub.
The actual costs of capital repairs of equipment and the repeated revival of obsolete equipment are not covered by the funds allocated for these purposes. Additional funds are attracted from profit and other sources. Outdated standards of labor and material costs for repair and maintenance of equipment caused the departure of qualified personnel from the repair services of enterprises.
Under these conditions, the restructuring of the economic mechanism should be carried out in the direction of strengthening the independence and responsibility of repair services teams with their focus on the end result. To the greatest extent, this corresponds to the complex repair teams of contract type. The peculiarity of these teams is that their activities are aimed at covering all types of work on repair and maintenance of equipment on the basis of a chord order-job.
However, it should be concluded that the difference between enterprises on the technical level of equipment, the level of mechanization and automation of production processor today puts forward the task of further improvement of collective forms of organization and stimulation of labor of workers-repairers, development and efficiency of new systems of organization of repair of equipment, self-supporting relations in repair production.

Keywords: organization, repair, economy, enterprise, auxiliary production, team.

При переходе на рыночные отношения основные и вспомогательные производства оказывается в различных организационных и экономических условиях и вносят далеко не одинаковый вклад в развитие предприятия. Это во многом объясняется, как показали результаты исследований, проведенных автором на ряде машиностроительных предприятий Харьковского промышленного узла, тем, что большая часть парка оборудования эксплуатируется в позаамортизационном периоде, затраты на техническое обслуживание и ремонт которого ежегодно возрастает на 10-14% в год. Эксплуатация 1% устаревшего, изношенного оборудования обходится предприятию ежегодно до 20% его восстановительной стоимости.

В связи с этим ремонтные службы предприятий, в условиях рыночных отношений, оказались в сложных экономических условиях. Фактические

© М.І. Погорелов ,2018

затраты на капитальный ремонт оборудования, многократное возрождение устаревшей техники не покрывается за счет средств, выделенных для этих целей. Привлекается дополнительные средства из прибыли и других источников. Устаревшие нормативы трудовых и материальных затрат на ремонт и обслуживание оборудования обусловили уход квалифицированных кадров из ремонтных служб предприятий. Труд ремонтника на предприятии стал непрестижным. Ошибки в выборе форм организации и оплаты труда приводят к снижению производительности труда рабочих-ремонтников, неудовлетворительному качеству ремонтных работ, повышению текучести кадров. При этом возрастает потери рабочего времени у рабочих основного производства от 4,5% на предприятиях массового производства до 9% на предприятиях единичного производства.

При этом экономические отношения ремонтных служб с другими структурными подразделениями - цехами, участками, службами предприятия - не отвечает основным требованиям организации внутрипроизводственного хозрасчета:

- фактические затраты материальных и денежных ресурсов не соизмеримы с нормативными;
- малоэффективны материальные и моральные стимулы для достижения высоких конечных результатов (повышения качества ремонта, сокращения простоев оборудования, модернизации оборудования и др.);
- несовершенна система экономической ответственности в отношениях между основными подразделениями и ремонтными службами;
- отсутствует надежные показатели оценки конечных результатов деятельности ремонтных служб.

Распространенной формой организации труда ремонтных рабочих в условиях существующих систем организации ремонтных работ является специализированные бригады, которые отвечает только за определенную часть оборудования, что приводит к росту потерь рабочего временя ожидания и нахождения оборудования в ремонте. При этом время ожидания ремонта превышает в 4-4,5 раза время устранения причин выхода из строя оборудования. Кроме того, обслуживая только определенную часть оборудования, специализированные бригады не несут ответственности за его общее состояние, что приводит к утрате чувства "хозяина". В результате оборудование, за техническое состояние которого отвечают все, на самом деле является бесхозным,'

В этих условиях перестройка хозяйственного механизма должна вестись в направления усиления самостоятельности и ответственности коллективов ремонтных служб с ориентацией их на конечный результат. В наибольшей мере этому соответствуют комплексные ремонтные бригады подрядного типа. Особенность этих бригад состоит в том, что их деятельность направлена на охват всех видов работ по ремонту и техническому обслуживанию оборудования на основе аккордного наряд-задания.

В ремонтных хозяйствах машиностроительных предприятий г. Харькова комплексные бригады подрядного типа состоят из рабочих разных специальностей. Работа на единый наряд и оплата по конечному результату создают заинтересованность в улучшении работы, повышения ее качества. Такая система организации труда рабочих ремонтников и самого ремонтного хозяйства применяется в ПАО «Харьковский электротехнический завод «Укрэлектромаш», основные положения которой сводятся к следующему.

Отдел главного механика (ОГМ) совместно с РМЦ предприятия принял на комплексное ремонтное обслуживание технологическое и подъемно-транспортное оборудование всех производственных цехов и участков. Это означает, что ОГМ не только планирует ремонт и техобслуживание станочного парка, но и становится совместно с РМЦ непосредственным исполнителем всего комплекса ремонтных услуг, предусмотренных «Единой системой РТО». При этом производственные цеха полностью освобождаются от ремонта оборудования.

Основным звеном комплексной формы организации ремонтного обслуживания являются комплексные бригады рабочих-ремонтников, которые выполняют все виды ремонтов и техническое обслуживание оборудования. С целью пощрения заинтересованности рабочих-ремонтников в улучшении технического состояния оборудования, на основе договора за ремонтной бригадой закрепляются отдельные участки или группы однотипного оборудования, независимо от их цеховой принадлежности. Бригады организуются в составе до 10 слесарей-ремонтников и одного станочника на каждые 1500-2000 ед. ремонтной сложности (ЕРС) оборудования при работе его в две смены.

С учетом конструктивных особенностей и правил эксплуатация оборудования в состав бригад включаются электромонтеры по обслуживанию и ремонту оборудования, электроники, сварщики и другие вспомогательные рабочие. Все рабочие комплексных бригад подчиняются только начальнику РМЦ и совершенно не зависят от начальников производственных цехов. Рабочие комплексных бригад выполняют только слесарные работы. Запасные частя изготавливаются на механических участках РМЦ.

С учетом требований основных положений о внутризаводском планировании в договор о подряде включены взаимные обязательства комплексной бригады и администрации ремонтно-механического цеха Основой хозрасчетных отношений являются сметы на капитальный, средний и малый ремонты и смета расходов на межремонтное обслуживание, длительность пребывания оборудования в ремонте не должна превышать нормативов Единой системы ППР. Бригада обязуется выполнять задание в срок при высоком качестве работ, обеспечивая бесперебойную работу обслуживаемого оборудования.

Межремонтные периоды являются гарантийными, а в случае досрочного выхода из строя из-за некачественного ремонта устранение неполадки осуществляется бригадой бесплатно. Время,

затраченное на устранение дефектов, включается в фактически отработанное по наряду время. РМЦ своевременно и в полном объеме обеспечивает бригаду механизмами, инструментом, а также материалами, необходимыми для проведения работ в соответствии с графиками их поставки. Оборудование должно передаваться бригаде в ремонт в строгом соответствии 6 трафиком ППР. В случае нарушения графика и если аварийные выходы оборудования из строя произошли по вине цеха-заказчика, последний несет материальную ответственность исходя из фактических затрат, понесенных комплексной ремонтной бригадой.

Оплата труда рабочих комплексной бригады производится по нормативно-сдельной системе, т.е. оплачивается не фактический объем работ, а нормативный, определенный группой ремонтной сложности и нормативами трудоемкости отдельных видов ремонтов. Для расчета фонда заработной платы бригадам рабочих-ремонтников на предприятии были разработаны нормативы фонда зарплаты на I ЕРС обслуживаемого и ремонтируемого оборудования. При разработке в первую очередь учитывался вид обслуживаемого оборудования, его ремонтные циклы и периоды, затраты на ремонт и текущее обслуживание. Разработанные нормативы (табл.1) учитывают специфику выполнения ремонтных работ по оборудованию, установленному в каждом конкретном цехе предприятия.

Годовой фонд заработной платы 1-й комплексной ремонтной бригады $Ф_{зп:}$ рассчитывают по формуле

$$Фзп_i=R_i*H_i*Kсм_i$$

где R_i - количество ЕРС обслуживаемого оборудования в i-м цехе;
$Kсм_i$ - коэффициент сменности работы оборудования в i-м цехе;
H_i - норматив фонда зарплаты на 1 ЕРС обслуживаемого оборудования в i-м цехе.

Таблица 1

Наименование цехов, где установлено обслуживаемое оборудование	Норматив фонда зарплаты на I ЕРС обслуживаемого оборудования, грн.
Механические, РМЦ	500-84005
Литейные	400-34900
Вспомогательного производства	500-14303
Прочие	500-84005

Бригаде, исходя из годового графика РТО устанавливается месячное задание на ремонт и межремонтное обслуживание оборудования в физических единицах, единицах ремонтной сложности в нормо-часах на каждый вид оборудования. Установление задания в нормо-часах и оплата выполненной работы производятся в соответствии с разработанными на предприятии нормами времени я расценками (табл.2),

Таблица 2

Виды ремонтов и межремонтное обслуживание	На I ЕРС	
	норма времени, нормо-ч	расценки, грн.
Ремонты:		
капитальный	11,873	1000-2700
средний	8,343	700-2170
малый	1,714	100-4820
осмотровый	0,215	0-1860
проверка на технологическую точность	0,427	0-3690
Межремонтное обслуживание оборудования:		
литейное и НТО	0,367	0-3180
кузнечное	0,534	0-4610
прессовое	0,456	0-3950
металлорежущие автоматы, полуавтоматы, деревообрабатывающее	0,201	0-1740
автоматические линии	0,251	0-2180
прочее технологическое	0,129	0-1110

При выполнении запланированного объема работ бригаде гарантируется-установленный фонд заработной платы независимо от фактической численности работающих. Бригаде устанавливается расчетная сумма премия за выполнение работы в срок и с отличным качеством, по наряд-заданию в размере 10% от суммы заработной платы по калькуляции. В случае выполнения работы досрочно я с отличным качеством размер премии увеличивается на каждый процент сокращения нормативного времени выполнения работ, но не свыше 40%. Начисление и выплата премий производятся через месяц после постановки оборудования под нагрузку и окончательной оценка качества ремонта. Распределение заработка и премии с общего согласия всех членов бригады осуществляется с помощью коэффициента трудового участия.

Данная форма организации ремонтных работ стимулирует ремонтных рабочих на модернизацию обслуживаемого оборудования с целью повышения его надежности в эксплуатация, поскольку эта работа приводит в конечном счете к уменьшению фактических трудозатрат на межремонтное обслуживание и проведение плановых ремонтов.

Внедрение комплексной системы обслуживания и ремонта оборудования на предприятии привело к снижению затрат труда я повышению эффективности производства. Так, нормы времени на выполнение плановых ремонтов сократились на 17-35%, а нормативы межремонтной обслуживания на I

рабочего повысились на 31%. Общее снижение трудоемкости среднего объема работ г расчете на 1000 ЕРС металлорежущего оборудования составило 22%. Экономический эффект от внедрения данной системы составил около 40% от затрат, на общий годовой объем работ по нормативам РТО.

Наиболее сложным вопросом внедрения комплексных подрядных бригад рабочих-ремонтников явилось установление хозрасчетных отношений между ними и подразделениями основного производства. Были усовершенствованы система взаимных обязательств и ответственности за их нарушение, система санкций, связанных с ущербом, причиненным другими подразделениями. Это касается качества ремонта, сроков остановка оборудования на ремонт, продолжительности ремонта.

Рассмотренный подход не является единственной формой эффективного обслуживания и ремонта оборудования. На предприятиях машиностроения Харьковского промышленного узла все более широкое применение находит арендный подряд. При этой форме организации производственная бригада получает в аренду производственный участок, поточную линию или цех. Эта бригада включает как основных рабочих, так и ремонтников, которые осуществляет работы по межремонтному обслуживанию, среднему и текущему ремонтам. Такие бригады обращаются к услугам РМЦ только в случае необходимости изготовления запасных деталей к оборудованию.

Применение такой формы на Лозовском кузнечно-механическом заводе устранило проблемы хозяйственных отношений между производственными ЛКЗМООО цехами и ремонтным хозяйством предприятия. Технико-экономические показателе технического обслуживания и ремонта оборудования (затраты, качество ремонтов, простои оборудования в ремонте), особенно после реконструкции и перевооружения производства, существенно улучшилось. Полностью отсутствуют случаи аварийного выхода оборудования из строя по вине ремонтного персонала, себестоимость ремонтов оборудования на 29-55% ниже, чем на предприятиях, применяющих обычные системы организации ремонтных работ. Производительность труда ремонтников увеличилась на 40-50%.

Однако следует сделать вывод о том , что различие предприятий по техническому уровню оборудования, уровню механизации и автоматизация производственных процессор сегодня выдвигает задачи дальнейшего совершенствования коллективных форм организации и стимулирования труда рабочих-ремонтников, развития и повышения эффективности новых систем организации ремонта оборудования, хозрасчетных отношений в ремонтном производстве.

Список літератури:

1. *Нормування праці і організація робочого місця: Учбовий посібник* / за ред. С.М. Погорєлова // – Харків: НТУ „ХПІ”, 2018. – 400 с.
2. Азаренкова Г.М. *Економіка праці та соціально-трудові відносини: п*осібник / Г.М. Азаренкова.-К.: «Ліра-К», 2010
3. Веснин В.Р. Практический менеджмент персонала: Пособие по кадровой работе. – М.: Юристъ, 1998.
4. Грішнова О.А. *Економіка праці та соціально-трудові відносини:* Підручник / О.А. Грішнова. – К.: «Знання», 209-390с.
5. Гріньова В.М., Шульга Г.Ю. Е*кономіка праці та соціально- трудові від*носини: Навч. посіб. / В.М. Гріньова, Г.Ю. Шульга – К.: «Знання», 210-310с.
6. Довгань Л.Є. *Праця керівника, або практичний менеджмент*. – Київ: „ЕксОб”, 2002.
7. *Економіка праці та соціально-трудові відносини*: Навч. посіб. / За ред. Назарової. – К., 2010-573с.
8. *Економіка праці та соціально-трудові відносини:* Навч. посіб. / За ред. Акулов М.Г., Драбаніч А.В., Євась Т.В. – К.: Алерта, 2010 – 734с.
9. *Економіка праці та соціально-трудові відносин*и: Навч. посіб. / За ред. Акіліна О.В., Ільїч Л.М. – К.: Центр учбової літератури, 2012 – 328с.
10. Ек*ономіка і маркетинг виробничо-підприємницької діяльності* // Уч. пос. за ред. Перерви П.Г., Погорєлова М.І., Гаврись О.М. – Харків: НТУ „ХПІ”, 2004.
11. Колот А.М. *Мотивація персоналу.* Підручник. – К.: КНЕУ, 2002.
12. Марьенко А.В., Нагорнях П.А., Савенко Л.Г. К*оличественное измерение эффективности промышленного производства.* – К.: Наук. Думка, 1971.

References(transliterated) :

1. N*ormuvannja praci i organizacija robochogo miscja:* Uchbovij posibnik / za red. S.M. Pogorєlova // – Harkiv: NTU „HPI”, 2018. – 400 s.
2. Azarenkova G.M. *Ekonomika praci ta social'no-trudovi vidnosini:* posibnik / G.M. Azarenkova.-K.: «Lira-K», 2010
3. Vesnin V.R. P*rakticheskij menedzhment personala:* Posobie po kadrovoj rabote. – M.: Jurist#, 1998.
4. Grishnova O.A. *Ekonomika praci ta social'no-trudovi vidnosin*i: Pidruchnik / O.A. Grishnova. – K.: «Znannja», 209-390s.
5. Grin'ova V.M., Shul'ga G.Ju. *Ekonomika praci ta social'no-trudovi vidnosini:* Navch. posib. / V.M. Grin'ova, G.Ju. Shul'ga – K.: «Znannja», 210-310s.
6. Dovgan' L.Є. *Pracja kerivnika, abo praktichnij menedzhmen*t. – Kiïv: „EksOb”, 2002.
7. *Ekonomika praci ta social'no-trudovi vidnosini:* Navch. posib. / Za red. Nazarovoï. – K., 2010-573s.
8. E*konomika praci ta social'no-trudovi vidnosini:* Navch. posib. / Za red. Akulov M.G., Drabanich A.V., Єvas' T.V. – K.: Alerta, 2010 – 734s.
9. E*konomika praci ta social'no-trudovi vidnosini:* Navch. posib. / Za red. Akilina O.V., Il'ich L.M. – K.: Centr uchbovoï literaturi, 2012 – 328s.
10. *Ekonomika i marketing virobnicho-pidpriєmnic'koï dijal'n*osti // Uch. pos. za red. Perervi P.G., Pogorєlova M.I., Gavris' O.M. – Harkiv: NTU „HPI”, 2004.
11. Kolot A.M. *Motivacija personalu. Pi*druchnik. – K.: KNEU, 2002.
12. Mar'enko A.V., Nagornjah P.A., Savenko L.G. *Kolichestvennoe izmerenie jeffektivnosti promyshlennogo proizvodstv*a. – K.: Nauk. Dumka, 1971.

Надійшла (received) 29.11.2018

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Погорєлов Микола Іванович (Погорелов Николай Иванович, Pogorelov Mukola Ivanovich) **–** кандидат економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри організація виробництва і управління персоналом; тел.: (057) 707-65-07; e-mail: n.i.pogorelov@gmail.com

УДК 658.8:339.13

В. В. СИСОЄВ, Т. В. САКУН

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ МОЛОКОПЕРЕРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Управлінська діяльність у сфері збуту виступає в сучасних умовах як один з найважливіших факторів функціонування і розвитку підприємств. Особливості ринку молочної продукції та діяльності на ньому молокопереробних підприємств зумовлюють певні вимоги до управління їх збутовою діяльністю. Сформульовано нове визначення поняття «управління збутовою діяльністю» на основі інтеграції ключових аспектів організаційно-управлінського, маркетингового і логістичного підходів. В процесі формування механізму управління збутовою діяльністю молокопереробного підприємства визначені його мета, стратегічні та тактичні завдання, базові принципи побудови. Сутність управління збутовою діяльністю розкрита в основних управлінських функціях: планування, організації, координації, мотивацiє і контролю. Виділені фактори зовнішнього і внутрішнього маркетингових середовищ, що впливають на процес управління збутовою діяльністю молокопереробного підприємства. Методи, що використовуються в управлінні збутовою діяльністю, згруповані в чотири групи: аналізу, прогнозування і планування, розробки управлінських рішень та організаційного проектування. Окреслені інструменти, що відображають елементи, на які здійснюється цілеспрямований вплив з метою регулювання умов організації та провадження збутової діяльності молокопереробного підприємства. Запропонована система показників ефективності управління збутовою діяльністю підприємства, що поділяється за видами ефективності та напрямами її оцінювання. Визначені основні етапи реалізації механізму управління збутовою діяльністю та описані заходи й процедури, що виконуються в рамках кожного з них. Розроблений механізм управління збутовою діяльністю є системою взаємопов'язаних та взаємозалежних елементів, які забезпечують прийняття ефективних управлінських рішень у сфері збуту молокопереробного підприємства.

Ключові слова: збутова діяльність, управління збутовою діяльністю, механізм, маркетинг, логістика, ринок, молочна продукція, молокопереробне підприємство.

В. В. СЫСОЕВ, Т. В. САКУН

МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Управленческая деятельность в сфере сбыта выступает в современных условиях как один из важнейших факторов функционирования и развития предприятий. Особенности рынка молочной продукции и деятельности на нем молокоперерабатывающих предприятий обусловливают определенные требования к управлению их сбытовой деятельностью. Сформулировано новое определение понятия «управление сбытовой деятельностью» на основе интеграции ключевых аспектов организационно-управленческого, маркетингового и логистического подходов. В процессе формирования механизма управления сбытовой деятельностью молокоперерабатывающего предприятия определены его цель, стратегические и тактические задачи, базовые принципы построения. Сущность управления сбытовой деятельностью раскрыта в основных управленческих функциях: планирования, организации, координации, мотивации и контроля. Выделены факторы внешней и внутренней маркетинговой среды, влияющие на процесс управления сбытовой деятельностью молокоперерабатывающего предприятия. Методы, используемые в управлении сбытовой деятельностью, сгруппированы в четыре группы: анализа, прогнозирования и планирования, разработки управленческих решений и организационного проектирования. Указаны инструменты, отражающие элементы, на которые осуществляется целенаправленное воздействие с целью регулирования условий организации и осуществления сбытовой деятельности молокоперерабатывающего предприятия. Предложена система показателей эффективности управления сбытовой деятельностью предприятия, которая делится по видам эффективности и направлениям ее оценки. Определены основные этапы реализации механизма управления сбытовой деятельностью и описаны мероприятия и процедуры, выполняемые в рамках каждого из них. Разработанный механизм управления сбытовой деятельностью является системой взаимосвязанных и взаимозависимых элементов, обеспечивающих принятие эффективных управленческих решений в сфере сбыта молокоперерабатывающего предприятия.

Ключевые слова: сбытовая деятельность, управление сбытовой деятельностью, механизм, маркетинг, логистика, рынок, молочная продукция, молокоперерабатывающее предприятие.

V. V. SYSOIEV, T. V. SAKUN

SALES ACTIVITY MANAGEMENT MECHANISM OF THE DAIRY PROCESSING COMPANY

Management in the field of sales acts in modern conditions as one of the most important factors in the functioning and development of enterprises. Features of the dairy products market and the activities of dairy processing enterprises on it cause certain requirements for the management of their sales activity. A new definition of the concept of "sales activity management" is formulated based on the integration of key aspects of organizational-managerial, marketing and logistic approaches. In the process of forming the sales activity management mechanism of a dairy processing enterprise, its purpose, strategic and tactical tasks, and basic construction principles are defined. The essence of sales activity management is disclosed in the main management functions: planning, organization, coordination, motivation and control. The factors of external and internal marketing environment that affect the sales activity management process of a dairy processing enterprise are highlighted. The methods used in sales activity management are grouped into four groups: analysis, forecasting and planning, development of management decisions and organizational design. There are indicated the instruments reflecting the elements that are targeted for the purpose of regulating the conditions for organizing and carrying out the sales activity of a dairy processing company. The proposed system of indicators of efficiency of sales activity management of the enterprise, which is divided by types of efficiency and directions of its evaluation. The main stages of the implementation of the sales activity management mechanism are identified and the activities and procedures carried out within each of them are described. The developed sales activity management mechanism is a system of interrelated and interdependent elements that ensure the adoption of effective management decisions in the field of sales of dairy processing enterprises.

Key words: sales activity, sales activity management, mechanism, marketing, logistics, market, dairy products, dairy processing company.

Вступ. В сучасних умовах загострення боротьби за споживача успіх діяльності підприємств залежить не стільки від їх виробничих і фінансових можливостей, скільки від ефективності їх збутової діяльності. Акцентування уваги на збуті продукції пояснюється його виключною роллю в одержанні прибутку, підтриманні зворотного зв'язку підприємств з ринком та забезпеченні їхньої

© В. В. Сисоєв, Т. В. Сакун, 2018

конкурентоспроможності.

Особливо актуально проблема управління збутовою діяльністю постає для підприємств, що виробляють продукцію масового споживання. Їх функціонування в умовах мінливої кон'юнктури ринку, високої конкуренції, цінового тиску, зростання вимог споживачів до якості та асортименту продукції вимагає постійного вдосконалення управління збутовою діяльністю з урахуванням впливу багатьох факторів внутрішнього і зовнішнього середовищ підприємств.

Аналіз стану питання. Український ринок виробництва молочної продукції перебуває на порозі стагнації [1]. Це зумовлено економічною кризою, недосконалим державним регулюванням, дефіцитом та низькою якістю сировини, зростанням цін, зниженням купівельної спроможності населення, застарілими технологіями і виробничим обладнанням.

Однак навіть в цих умовах ринок молочної продукції є досить насиченим як за кількістю виробників, так і за асортиментом продукції. Жорстка конкуренція змушує молокопереробні підприємства вести активну збутову політику на засадах маркетингу і логістики, спрямовану на розширення ринку збуту, швидке реагування на зміни ринкової кон'юнктури, задоволення потреб споживачів та підвищення власної конкурентоспроможності.

За таких умов формування ефективного механізму управління збутовою діяльністю для молокопереробних підприємств набуває особливої актуальності та значущості, потребує наукового дослідження і обґрунтування.

Аналіз основних досягнень і літератури. Дослідженню проблеми управління збутовою діяльністю підприємств присвячені наукові роботи багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених: І. Ансоффа, Л. В. Балабанової, П. І. Белінського, Г. Дж. Болта, В. В. Бурцева, В. Ф. Гамалія, Дж. Еванса, Ф. Котлера, Е. Майера, Л. А. Мороз, Р. Ланкара, М. Портера, В. В. Россохи, Г. Стюарта, С. Є Хрупович та ін.

В процесі дослідження теоретичних засад управління збутовою діяльністю аналізуються його цілі, завдання, принципи та функції [2-4]. Значна увага вченими приділяється формуванню збутової політики підприємств [5-7]. В роботах [8, 9] проаналізовані фактори впливу на процес управління збутовою діяльністю підприємств в ринкових умовах. Використання маркетингового підходу до управління збутом розглядається в роботах Винкельманна П. [10], Балабанової Л. В. і Митрохіної Ю. П. [11]. Комеліна О. В. [12] та Плахута А. А. [13] досліджують логістичні аспекти управління збутовою діяльністю. Особливу увагу науковців привертають прикладні аспекти побудови систем управління збутовою діяльністю підприємств [14,15].

Разом з тим, аналіз наукових публікацій свідчить про відсутність єдиного підходу до розуміння механізму управління збутовою діяльністю, який є основою систем управління збутом підприємств.

Враховуючи предмет дослідження, також слід наголосити, що в науковій літературі приділяється недостатня увага дослідженням збутової діяльності молокопереробних підприємств. Нечисленні роботи розглядають тільки окремі аспекти управління збутом в галузі [16,17], що не дозволяє комплексно і системно дослідити дану проблему.

Методи дослідження. У процесі дослідження сутності та структури механізму управління збутовою діяльністю молокопереробних підприємств використовуються такі методи наукових досліджень як узагальнення, абстрагування, порівняння, аналіз, синтез та системний підхід.

Мета дослідження полягає в системному обґрунтуванні механізму управління збутовою діяльністю молокопереробного підприємства. Відповідно ключовими завданнями для досягнення мети є аналіз сутності управління збутовою діяльністю шляхом критичного аналізу поширених у літературі трактувань даного поняття; характеристика особливостей збутової діяльності молокопереробних підприємств; розкриття сутності механізму управління збутовою діяльністю молокопереробного підприємства як системи, що складається із взаємопов'язаних елементів, які впливають на ефективність збуту продукції.

Результати дослідження. Збутова діяльність підприємства є багатогранним, комплексним та складним процесом, що обумовлює декілька підходів до її управління:

- маркетинговий підхід полягає в організації та управлінні збутовою діяльністю підприємств на основі комплексного вивчення ринку й попиту, активного впливу на ринок, формування потреб і переваг з метою отримання прибутку шляхом задоволення всебічного попиту споживачів;
- організаційно-управлінський підхід акцентує увагу на реалізації функцій управління збутовою діяльністю та організації органів збуту підприємства за допомогою планування, підбору, навчання і керівництва їх персоналом з метою досягнення цілей підприємства у сфері збуту;
- логістичний підхід розглядає оптимізацію логістичних потоків, які виникають при здійсненні збутової діяльності, як на підприємстві, так і між контрагентами збуту з метою мінімізації сукупних логістичних витрат та забезпечення якісного обслуговування споживачів.

Управління збутовою діяльністю розглядають у широкому і вузькому розумінні:

- в широкому сенсі воно може трактуватися як загальне керівництво збутовою діяльністю підприємства;
- у вузькому значенні воно розуміється як планування, організація і реальне щоденне керівництво збутом продукції підприємства.

Аналіз наукової літератури свідчить про існування різних точок зору щодо визначення змісту поняття «управління збутовою діяльністю» (табл. 1).

Таблиця 1 – Основні визначення поняття «управління збутовою діяльністю»

Автор, джерело	Зміст	Підхід
Терент'єва Н. В. [2]	… передбачає розробку, планування, координацію, організацію та контроль відповідних заходів, ключових показників ефективності та масштабів просування продукції на ринку з метою налагодження перспективних довготривалих стосунків з бізнес-партнерами в рамках стратегічного партнерства	організаційно-управлінський
Шпилик С. В. [3]	… орієнтована на досягнення завдань організації управлінська діяльність, пов'язана з формуванням попиту на товари й послуги виробника, їх реалізацією за допомогою інтенсифікації цього попиту	маркетинговий
Комеліна О. В., Гаманко Р. С. [12]	… як інтегрований процес управління ресурсними та інформаційними потоками, що забезпечує синхронізацію бізнес-процесів та моделі управління та її складників (планування, організації, мотивації і контролю)	логістичний
Петриняк У.Я. [16]	… інструмент для досягнення поставлених збутових цілей і стратегій або завдань збутової політики	маркетинговий
Балабанова Л. В., Митрохіна Ю. П. [18]	… означає створення системи товароруху, яка забезпечує доставку продукції до місця продажу (споживання) в точно визначений час, з максимально високим рівнем обслуговування покупців, тобто управлінська діяльність з планування, контролю за фізичним переміщенням продукції від місця її виробництва до місць продажу з метою задоволення потреб споживачів і з вигодою для виробника	логістичний
Трушкіна Н. В. [19]	… безперервний системний замкнутий процес, що здійснюється через реалізацію всього переліку функцій управління (прогнозування, планування, організація, облік, контроль, аналіз та регулювання) процедурами відвантаження … продукції різним категоріям споживачів	логістичний

В умовах відсутності єдиного тлумачення поняття «управління збутовою діяльністю підприємства» важливо сформулювати комплексне визначення, що максимально інтегрує в собі різні цілі, підходи та аспекти реалізації даного процесу. Так, під управлінням збутовою діяльністю будемо розуміти орієнтовану на досягнення цілей підприємства управлінську діяльність його відповідних органів або персоналу, пов'язану з дослідженням ринку, формуванням споживацького попиту, розробкою збутової політики, вибором каналів розподілу, продажом продукції, організацією товароруху з мінімальними логістичними витратами і якісним логістичним сервісом з метою отримання підприємницького прибутку та задоволення потреб кінцевих споживачів.

Молокопереробна галузь належить до головних ланок харчової промисловості України, її основним завданням є забезпечення населення високоякісними продуктами харчування: молоком та молочною продукцією. Стан молокопереробної галузі безпосередньо залежить від діяльності та розвитку молокопереробних підприємств.

Головними особливостями сучасного вітчизняного ринку молочної продукції є [1, 20]:

а) висока конкуренція. Станом на 2017 р. в Україні функціонує 250 молокопереробних підприємств, з них 10 найбільших компаній володіють 55 % ринку, іншу його частину займають дрібні та середні виробники;

б) зниження споживчого попиту: обсяг споживання молока і молочних продуктів на одну людину зменшився з 210 кг у 2016 р. до 200 кг у 2017 р., тобто на 4,76 %, при її фізіологічній потребі 380 кг на рік;

в) широкий асортимент: на ринку України представлено понад 250 видів молочної продукції: молоко, масло, сметана, кисломолочні продукти, вершки, сири жирні тверді, сири плавлені, консерви молочні, сухі молочні продукти, морозиво та ін.

Очевидно, що це ринок чистої конкуренції і монополістичної конкуренції, на якому молокопереробні підприємства вимушені конкурувати шляхом гнучкої цінової політики та оновлення і модифікації товарного асортименту.

Основними особливостями діяльності молокопереробних підприємств є [1, 20]:

а) відсутність стабільності у сировинному забезпеченні. Для 2017 р. було характерне зменшення поголів'я корів в порівнянні з 2016 р. на 91 тис. голів, проте протягом аналізованого періоду спостерігалося зростання продуктивності однієї корови в рік на 6,8 %, проте воно має нерівномірний характер у часі;

б) потреба у постійному контролі за санітарно-гігієнічними умовами виробництва та якістю продукції. Підвищення вимог до молочної продукції з боку споживачів вимагає дотримування певних технологічних, санітарних правил та норм для виробництва продукції;

в) не повне використання виробничих потужностей. Більшість молокопереробних підприємств України використовують свої потужності не у повні мірі, а лише на 55 %, що зумовлено зниженням обсягів виробництва молока в 2017 р. на 101 тис. т в порівнянні з 2016 р., сезонністю в галузі, застарілими технологіями та технічним обладнанням.

Вищезазначені тенденції діяльності молокопереробних підприємств на вітчизняному ринку молочної продукції дозволяють виділити такі основні характеристики їх збутової діяльності:

- висока конкуренція ускладнює входження у галузь нових виробників та зумовлює використання в якості основної конкурентної стратегії – стратегій мінімізації витрат або диференціації продукції;

• великі компанії, які володіють молокопереробними підприємствами на більшій частині території країни, мають можливість здійснювати активні маркетингові заходи з використанням широкої мережі збуту;

• невеликі виробники молочної продукції мінімізують свої маркетингові зусилля, акцентуючи увагу на виробництві і прямому збуті на місцевому ринку;

• широкий асортимент молочної продукції та різні форми її випуску;

• дефіцит, невисока якість та сезонність пропозиції молочної сировини;

• зниження купівельної спроможності населення;

• можливість легкого переходу споживачів на товари замінники або на продукцію інших виробників;

• слабкий зворотний зв'язок із споживачами;

• сезонність попиту на молочну продукцію;

• особливі вимоги до пакування, зберігання та транспортування молочної продукції;

• незначні терміни зберігання молочної продукції.

Маркетингове середовище, в якому функціонують молокопереробні підприємства містить в собі як нові можливості щодо розширення їх діяльності, так і загрози, дію яких потрібно вчасно та оперативно мінімізувати за рахунок прийняття ефективних управлінських рішень. Це вимагає створення в системі управління кожного молокопереробного підприємства механізму управління збутовою діяльністю з урахуванням внутрішніх та зовнішніх умов його функціонування.

Механізм управління збутовою діяльністю підприємства є складною системною категорією, яка представляє собою систему взаємопов'язаних і взаємозалежних елементів (об'єкт, суб'єкт, принципи, функції, методи, інструменти), що регулює та упорядковує реалізацію процедур процесу збуту продукції, спрямовуючи їх на досягнення цілей управління за заданими критеріями ефективності з урахуванням впливу факторів зовнішнього і внутрішнього маркетингових середовищ (рис. 1).

Мета механізму управління збутовою діяльністю молокопереробного підприємства полягає у завоюванні стійких конкурентних позицій на певному сегменті ринку молочної продукції з отриманням позитивного фінансового результату за рахунок ефективного поєднання маркетингу і логістики при просуванні готової продукції від виробника до кінцевих споживачів.

Об'єктом управління є збутова діяльність, а отже суб'єктами мають бути всі, хто приймає активну участь в її реалізації (управлінні): органи збуту підприємства-виробника, торгово-логістичні посередники та споживачі.

Виділяють стратегічні та тактичні завдання механізму управління збутовою діяльністю:

а) стратегічні:

• прогнозування та планування перспективних напрямів збуту продукції;

• оптимізація товарного асортименту;

• обґрунтування та вибір методів збуту;

• вибір оптимальних каналів розподілу;

• розробка маркетингових заходів щодо ефективного супроводження товарних потоків від виробника до споживача;

б) тактичні:

• формування переваг споживачів і стимулювання їх до покупок;

• налагодження контактів та укладання договорів з покупцями (торговими посередниками);

• управління маркетинговою політикою цін;

• координація маркетингової та логістичної діяльності підприємства;

• підтримка закладеної виробництвом якості продукції;

• підвищення мотивації збутового персоналу;

• забезпечення зберігання і підготовки продукції до продажу;

• забезпечення відвантаження та доставки продукції до покупців;

• оцінка результатів збутової діяльності та ін.

Рис. 1. Механізм управління збутовою діяльністю молокопереробного підприємства

Функціонування механізму управління збутовою діяльністю молокопереробного підприємства ґрунтується на принципах:

• стратегічної спрямованості – управління збутовою діяльністю має бути орієнтованим на досягнення стратегічних цілей відповідно до місії і завдань підприємства;

• економічної ефективності – прийняття рішень у сфері збутової діяльності мають враховувати комерційні цілі підприємства;

• комплексності, системності та технологічності – налагодження тісного взаємозв'язку між маркетинговими і логістичними елементами системи управління збутом на підприємстві;

• гнучкості та адаптивності – безперервний моніторинг зовнішнього середовища підприємства, здатність враховувати зміни середовища і пристосуватись до них задля підвищення конкурентоспроможності та результативності збуту продукції.

Сутність управління збутовою діяльністю розкривається в таких основних управлінських функціях, як планування, організація, координація, мотивація і контроль (рис. 2).

підприємства (демографічні, економічні, природні, соціально-культурні фактори, політико-правові та науково-технічні).

Фактори зовнішнього маркетингового макросередовища на відміну від інших більш стабільні і в силу своєї природи не піддаються дії маркетингових та логістичних заходів, змушуючи підприємство пристосовуватися до умов глобального зовнішнього середовища.

Механізм управління збутовою діяльністю підприємства містить широке коло методів, за допомогою яких здійснюється аналіз факторів маркетингового середовища, формуються прогнози та плани збутової діяльності, розробляються управлінські рішення та проектуються організаційні структури управління збутом (рис. 3).

Практичний характер управління забезпечується

Планування	Організація	Координація	Мотивація	Контроль
• визначення збутової стратегії; • розробка перспективних і оперативних планів продажів; • формування асортиментного плану виробництва відповідно до замовлень покупців; • вибір каналів розподілу і руху продукції; • планування рекламних кампаній і заходів стимулювання збуту; • складання графіка відвантаження готової продукції	• організаційна побудова органів управління збутом підприємства-виробника; • встановлення договірних відносин на постачання продукції; • організація проведення рекламних кампаній і заходів щодо стимулювання збуту; • організація мережі збуту та каналів руху продукції; • організація складського і тарного господарства для готової продукції; • організація продажів і доставки продукції споживачам; • організація підготовки збутового персоналу	• координація взаємодії всіх підрозділів підприємства для досягнення цілей збуту; • координація взаємодії з торгово-логістичними посередникам и у процесі збуту; • встановлення зворотного зв'язку зі споживачами	• матеріальне і моральне мотивування збутового персоналу; • навчання та підвищення кваліфікації збутового персоналу; • стимулювання торгових посередників; • стимулювання кінцевих споживачів продукції	• аналіз і оцінка кон'юнктури ринку; • контроль виконання угод; • контроль виконання логістичних операцій; • контроль і оцінка діяльності збутового персоналу; • облік і контроль дотримання кошторису комерційних та логістичних витрат

Рис. 2. Функції управління збутовою діяльністю молокопереробного підприємства

Збутова діяльність кожного молокопереробного підприємства відбувається в умовах певного маркетингового середовища, що впливає на процес управління збутом, його розвиток і взаємовідносини зі споживачами. Виділяють внутрішнє та зовнішнє маркетингові середовища, що характеризуються відповідно:

• факторами, які відображають елементи маркетингового комплексу (товар, ціну, упаковку, продаж, просування) та аспекти, пов'язані з управлінням маркетингом і логістикою підприємства (збутова політика, система управління збутом, логістична система, корпоративна культура, наявність органів збуту, кадри, імідж підприємства);

• факторами, що діють за межами підприємства та поділяються, в свою чергу, на фактори зовнішнього мікросередовища, які описують взаємовідносини з суб'єктами безпосереднього оточення підприємства (посередниками, споживачами, конкурентами, іншою контактною аудиторією), та зовнішнього макросередовища, що носять глобальний характер і відображають загальні умови функціонування

використанням відповідних інструментів, що відображають елементи, на які здійснюється цілеспрямований вплив з метою регулювання умов організації та провадження збутової діяльності молокопереробного підприємства:

а) продукція – товарна партія, асортимент, якість, упаковка, тара, запаси, можливість повернення, умови зберігання, правила транспортування тощо;

б) ціна (вартість) – прайс-лист, знижки, торговельна націнка, логістичні витрати, умови оплати, термін виплати тощо;

в) місце – канали розподілу, торгово-логістичний посередник, місце відправки продукції, місце отримання продукції, маршрути доставки, склад, розміщення, магазин тощо;

г) люди – збутовий персонал, складські працівники, водії, експедитори, посередники, продавці, постійні споживачі, потенційні споживачі тощо;

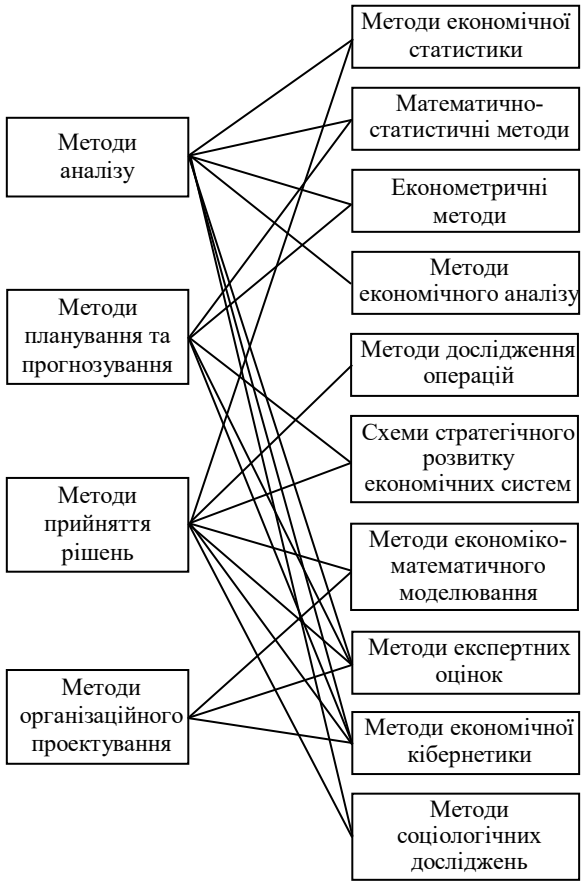


Рис. 3. Методи, що застосовуються в управлінні збутовою діяльністю підприємства

д) просування – комунікації, інформація, зв'язок з громадськістю, реклама, виставки, стимулювання збуту, прямий продаж, непрямий продаж тощо;

е) процеси – пакування, зберігання, комплектування замовлення, відвантаження, доставка, продажі, повернення продукції тощо;

є) фізичні докази – імідж виробника та посередників, сертифікати якості, дизайн упаковки, послуги, рекомендації, відгуки споживачів, реагування на скарги споживачів тощо.

Оцінювання ефективності управління збутовою діяльністю є обов'язковим етапом при формуванні стратегії та політики збуту молокопереробного підприємства, в ході як приймається система рішень щодо організації збуту продукції, та здійснюється за декількома напрямами, що характеризуються відповідними показниками (табл. 2).

Реалізація механізму управління збутовою діяльністю молокопереробного підприємства складається з декількох етапів:

1) маркетингові дослідження охоплюють систематичне збирання, оброблення та аналіз даних про стан, потенціал і тенденції зміни кон'юнктури ринку, поведінку споживачів, діяльність конкурентів і посередників для зменшення підприємницького ризику та прийняття обґрунтованих маркетингових й логістичних рішень у сфері збуту з метою оптимального просування продукції до споживачів;

2) збутова політика молокопереробного підприємства розробляється за результатами маркетингових досліджень та аналізу функціонування наявної збутової системи підприємства, реалізує прийняту маркетингову збутову стратегію з урахуванням цілей збуту та особливостей вибраного цільового ринку, визначає пріоритетні форми і методи збуту (формування асортименту, ціноутворення, розподілу, взаємодії з покупцями), що забезпечують оптимізацію продажів продукції;

3) формування збутової мережі передбачає вибір каналів розподілу, числа та типу їх учасників (торгових посередників), який здійснюється з урахуванням характерних рис ринку збуту, особливостей споживачів, характеристик продукції та можливостей посередників;

4) формування попиту та стимулювання збуту реалізуються шляхом формування та підтримання іміджу підприємства-виробника; інформування реальних і потенційних покупців про продукцію, її якість та інші споживчі властивості; вдосконалення форм взаємодії з покупцями; створення системи переваг у придбанні продукції саме цього виробника і спонукання покупців до здійснення повторних покупок; заохочення торгових посередників та власного збутового персоналу до активізації продажів продукції;

5) залежно від форми збуту реалізація продукції молокопереробним підприємством здійснюється шляхом оптових продажів через торгових посередників на підставі укладених договорів поставки чи купівлі-продажу, які передбачають передачу прав власності на продукцію за плату незалежно від строків її надання, або роздрібних продажів безпосередньо кінцевим споживачам через власну торговельну мережу;

6) логістичне забезпечення збуту полягає в управлінні рухом реалізованої молочної продукції від підприємства-виробника до торгового посередника чи кінцевого споживача шляхом організації отримання та оброблення замовлень, пакування, складування, комплектування, відвантаження та транспортування продукції, формування необхідних рівнів запасів в каналах розподілу з урахуванням умов зберігання, вимог покупців, місця та часу доставки продукції.

Чітке визначення завдань, заходів, методів та дій на кожному етапі управління збутовою діяльністю молокопереробного підприємства дозволяє узгодити даний процес за строками виконання, складом задіяних інструментів та ресурсним забезпеченням. Контролювання процесу, оцінювання показників ефективності та циклічність управління дають змогу корегувати рішення на кожному етапі з урахуванням конкретної ситуації в збуті та отриманих результатів.

Висновки. Посилення конкуренції на ринку молочної продукції, динаміка ринкової кон'юнктури та розвиток комунікаційної сфери вимагають вдосконалення механізму управління збутовою діяльністю молокопереробних підприємств.

Таблиця 2 – Оцінювання ефективності управління збутовою діяльністю

Види ефективності	Напрями оцінювання	Показники ефективності
Зовнішня ефективність	Оцінювання стратегічних позицій підприємства	• частка ринку збуту; • конкурентний статус; • потенціал підприємства; • гнучкість стратегічного портфеля; • ділова активність підприємства та ін.
	Оцінювання ефективності збутової мережі	• розгалуженість, гнучкість і живучість збутової мережі; • види та кількість каналів розподілу; • рентабельність каналу розподілу; • потужність каналу розподілу; • швидкість товароруху в каналі розподілу та ін.
	Оцінювання ефективності клієнтурної політики	• імідж підприємства; • кількість покупців (постійних, нових, втрачених); • рівень обслуговування; • ціна, якість та асортимент продукції; • швидкість виконання замовлення; • частка повернень продукції та ін.
Внутрішня ефективність	Оцінювання ефективності маркетингової діяльності	• величина та структура товарообігу; • маркетингові витрати; • рентабельність продаж; • ефективність реклами та інших засобів стимулювання збуту; • частота покупок; • результативність роботи маркетингового персоналу та ін.
	Оцінювання ефективності логістичної діяльності	• логістичні витрати; • оборотність товарних запасів; • надійність постачання продукції; • тривалість логістичного циклу; • якість логістичного сервісу; • завантаженість потужностей логістичних об’єктів та ін.

Запропонований механізм ґрунтується на комплексному поєднанні організаційно-управлінського, маркетингового й логістичного підходів, узагальнює ключові поняття, систематизує фактори впливу і послідовність заходів управління, визначає методи, інструменти та показники ефективності, вибір яких обумовлений метою, завданнями і принципами управління, що забезпечує прийняття ефективних управлінських рішень у сфері збуту молокопереробного підприємства.

Перспектива подальших досліджень полягає в розробці комплексу методів та моделей, спрямованих на дослідження реалізації основних складових механізму управління збутовою діяльністю в їх взаємодії та в різних умовах господарювання молокопереробного підприємства.

Список літератури

1. Федулова І. *Ринок молочної продукції України: можливості та загрози* / І. Федулова // Товари і ринки. – 2018. - № 1. – С. 15-28.
2. Терент’єва Н.В. Принципи та функції управління збутовою діяльністю / Н. В. Терент’єва // Вісник Запорізького національного університету: Збірник наукових праць. Економічні науки. – Запоріжжя: Запорізький національний університет. – 2016. – № 1 (29). – С. 127-138.
3. Шпилик С. Управління збутовою діяльністю підприємства / С. Шпилик // *Галицький економічний вісник*. – 2012. – № 4 (37). – С. 88-95.
4. Хрупович С. Є. Теоретичні підходи до організування процесу збуту на підприємстві / С. Є. Хрупович, Т. Борисова // *Галицький економічний вісник.* – 2009. – № 2. – С. 57-61.
5. Балабанова Л. В. *Управління збутовою політикою* : [навч. посіб.] / Л. В. Балабанова, Ю. П. Митрохіна. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 240 с.
6. Ямкова О. М. Зміст формування збутової політики виробничих підприємств / О. М. Ямкова // *Економіка і управління.* – 2012. – № 2. – С. 52-59.
7. Глазкова К. О. *Проблеми збутової політики сучасних українських підприємств* / К. О. Глазкова // Вісник КНУТД. Проблеми економіки організацій та управління підприємствами. – 2014. – № 3. – С. 102-107.
8. Іваночко Н. В. *Особливості факторів впливу на управління збутовою діяльністю підприємства* / Н. В. Іваночко // Вісник Прикарпатського університету. Серія: Економіка. – 2015. – Вип. XI. – С. 135-140.
9. Тульчинська С. О. *Фактори впливу на збутову політику підприємства* [Електронний ресурс] / С. О. Тульчинська, Ю. Е. Лебедєва // *Ефективна економіка*. – 2016. – № 9. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5140.
10. Винкельманн П. *Маркетинг и сбыт. Основы ориентированного на рынок управления компанией* / П. Винкельманн ; пер. с нем. – М. : Изд. дом Гребенникова, 2006. – 668 с.
11. Балабанова Л. В. *Стратегічне маркетингове управління збутом підприємств* : [підруч.] / Л. В. Балабанова, Ю. П. Митрохіна. – Донецьк : Вид-во Дон. ДУЕТ, 2009. – 245 с.
12. Комеліна О. В. Логістичне управління збутовою діяльністю підприємства: концептуальний підхід [Електронний ресурс] / О. В. Комеліна, Р. С. Гаманко // *Економіка та суспільство.* – 2017. – № 13. – Режим доступу: http://economyandsociety.in.ua/journal/13_ukr/85.pdf.
13. Плахута А. А. Управление сбытовой деятельностью предприятия в условиях проектирования системы логистического менеджмента / А. А. Плахута // *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика*. – 2003. – № 472 – С. 496-501.
14. Залознова Ю. С. Система управління збутовою діяльністю вуглевидобувних підприємств: уточнення термінології / Ю. С. Залознова, Н. В. Трушкіна // *Науковий вісник Полтавського*

університету економіки і торгівлі. – 2016. – № 3 (75).– С.83-93.
15. Красноруцький О. О. *Системи управління збутовою діяльністю аграрних підприємств: стратегія, механізми, інструментарій* : монографія / О. О. Красноруцький. – Херсон: Видавець Грінь Д. С., 2012. – 348 с.
16. Петриняк У. Я. Удосконалення сучасного управління збутової діяльності в системі маркетингу молокопереробних підприємств *Науковий вісник ЛНУВМБТ ім. С. З. Гжицького*. – 2013. – Том. 15. – № 1 (55). – Част. 5. – С. 143-148.
17. Косар Н. С. *Маркетингова орієнтація діяльності молокопереробних підприємств* / Н. С. Косар, Н. Є. Кузьо // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. 2003. – № 472 – С. 299-309.
18. Балабанова Л. В. *Стратегічне маркетингове управління збутом підприємства* : монографія / Л. В. Балабанова, Ю. П. Митрохіна. – Донецьк: Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, 2009. – 245 с.
19. Трушкіна Н. В. Напрями вдосконалення управління збутовою діяльністю вугільних підприємств [Електронний ресурс] / Н. В. Трушкіна // *Економіка: реалії часу*. – 2015. – № 3 (19). – С. 194-199. – Режим доступу: http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n3.html.
20. *Офіційний сайт Державного комітету статистики України*. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua.

References (transliterated)

1. Fedulova I. *Rynok molochnoyi produkcii Ukrayiny: mozhlyvosti ta zagrozy* [Dairy products market in Ukraine: opportunities and threats] Tovary i rynky. – 2018. - no 1. – pp. 15-28.
2. Terentieva N. V. Pryntsypy ta funktsii upravlinnia zbutovoiu diialnistiu [The principles and functions of management marketing activity] *Visnyk Zaporiz`kogo nacional`nogo universytetu: Zbirnyk naukovyh pracz`. Ekonomichni nauky.* [Collection of scientific works «Visnyk of Zaporizhzhya National University. Economical Sciences»] – Zaporizhzhia: Zaporizhkyi natsionalnyi universytet. – 2016. – no 1 (29). – pp. 127-138.
3. Shpylyk S. Upravlinnia zbutovoiu diialnistiu pidpryiemstva [Management of sales activities of enterprise] *Galytskyi ekonomichnyi visnyk.* [Galician Economic Bulletin] – 2012. – no 4 (37). – pp. 88-95.
4. Kxrupovych S. Ye. Teoretychni pidkhody do organizuvannia procesu zbutu na pidpryiemstvi [Theoretical approaches to organizing the sales process at the enterprise] *Galytskyi ekonomichnyi visnyk*. [Galician Economic Bulletin] – 2009. – no 2. – pp. 57-61.
5. Balabanova L. V. *Upravlinnia zbutovoiu politykoiu*: [Sales management policy] [navch. posib.]. – Kiev: Centr uchbovoi literatury, 2011. – 240 p.
6. Yamkova O. M. Zmist formuvannia zbutovoi polityky vyrobnychykh pidpryiemstv [The content of the formation of the sales policy of industrial enterprises] *Ekonomika i upravlinnia.* [Economics and Management] – 2012. – no 2. – pp. 52-59.
7. Hlazkova K. O. Problemy zbutovoi polityky suchasnykh ukrayinskykh pidpryiemstv [Problems in sales management of modern Ukrainian companies] *Visnyk KNUTD. Problemy ekonomiky organizacii ta upravlinnia pidpryiemstvamy.* [KNUTD Bulletin. Economic Questions and Enterprise Management] – 2014. – no 3. – pp. 102-107.
8. Ivanochko N. V. Osoblyvosti faktoriv vplyvu na upravlinnia zbutovoiu diyalnistiu pidpryiemstva [The features of the mechanism formation of management sales activity at enterprises] *Visnyk Prykarpatskogo universytetu. Seriia: Ekonomika.* [Bulletin of the Carpathian University. Series: Economy] – 2015. – Vyp. XI. – pp. 135-140.
9. Tulchynska S. O. *Faktory vplyvu na zbutovu polityku pidpryiemstva* [Influence of factors on the sales policy of the enterprise] [Elektronnyi resurs] *Efektyvna ekonomika.* [*Efficient economy*] – 2016. – no 9. – Rezhym dostupu: http://www.economy. nayka.com.ua/?op=1&z=5140.
10. Vinkelmann P. *Marketing i sbyt. Osnovy orientirovannogo na rynok upravleniia kompaniei* [Marketing and sales. Basics of market-oriented company management] per. s nem. – Moscow: Izd. dom Grebennikova, 2006. – 668 p.
11. Balabanova L. V. *Strategichne marketyngove upravlinnia zbutom pidpryiemstv*: [Strategic marketing management of enterprise sales] [pidruch.] – Donetsk : Vyd-vo Don. DUET, 2009. – 245 p.
12. Komelina O. V. Logistychne upravlinnia zbutovoiu diialnistiu pidpryiemstva: konceptualnyi pidkhid [Logistic management by the supply activity of the enterprise: conceptual approach] [Elektronnyi resurs] *Ekonomika ta suspilstvo.* [Economy and Society] – 2017. –no 13. – Rezhym dostupu: http://economyandsociety.in.ua/journal/ 13_ukr/85.pdf.
13. Plakhuta A. A. *Upravlenie sbytovoi deiatelnostiu predpriiatiia v usloviiakh proektirovaniia sistemy logisticheskogo menedzhmenta* [Sales activity management of the enterprise in terms of designing a logistics management system] *Visnyk Natsionalnogo universytetu «Lvivska politekhnika». Logistyka.* [Bulletin of the National University «Lviv Polytechnic». Logistics] – 2003. – no 472 – pp. 496-501.
14. Zaloznova Yu. S. Systema upravlinnia zbutovoiu diyalnistiu vuglevydobuvnykh pidpryiemstv: utochnennia terminologii The marketing activity management system of coal mining enterprises: clarification of terminology] *Naukovyi visnyk Poltavskogo universytetu ekonomiky i torgivli*. [Scientific Bulletin of Poltava University of Economics and Trade] – 2016. – no 3 (75).– pp. 83-93.
15. Krasnorutskyi O. O. *Systemy upravlinnia zbutovoiu diialnistyu agrarnykh pidpryiemstv: strategiia, mexanizmy, instrumentarii*: [Management systems of sales activity of agrarian enterprises: strategy, mechanisms, tools] monografiia. – Kherson: Vydavets Grin D. S., 2012. – 348 p.
16. Petryniak U. Ya. Udoskonalennia suchasnogo upravlinnia zbutovoi diyalnosti v systemi marketyngu molokopererobnykh pidpryiemstv [Improvement of modern sales activity management in the marketing system of dairy processing enterprises] *Naukovyi visnyk LNUVMBT im. S.Z. Gzhytskogo.* [Scientific Messenger of LNUVMB them. S.Z.Gzhitsky] – 2013. – Vol. 15. – no 1 (55). – Chast. 5. – pp. 143-148.
17. Kosar N. S. Marketyngova oriientatsiia diialnosti molokopererobnykh pidpryiemstv [Marketing orientation of dairy processing enterprises] *Visnyk Natsionalnogo universytetu «Lvivska politekhnika». Logistyka*. [Bulletin of the National University «Lviv Polytechnic». Logistics] - 2003. – no 472 – pp. 299-309.
18. Balabanova L. V. *Strategichne marketyngove upravlinnia zbutom pidpryiemstva*: [Strategic marketing sales management enterprise] monografiia – Donetsk: Donetskyi natsionalnyi universytet ekonomiky i torgivli im. M. Tugan-Baranovskogo, 2009. – 245 p.
19. Trushkina N. V. Napriamy vdoskonalennia upravlinnia zbutovoiu diyalnistiu vugilnykh pidpryiemstv [Directions of improving sales management of coal enterprises] [Elektronnyi resurs] *Ekonomika: realii chasu*. [Economics: time realities] – 2015. – no 3 (19). – pp. 194-199. – Rezhym dostupu : http://economics.opu.ua/files/ archive/2015/n3.html.
20. *Oficijnyi sait Derzhavnogo komitetu statystyky Ukrainy.*[Official site of the State Statistics Committee of Ukraine] [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.ukrstat.gov.ua.

Надійшла (received) 27.11.2018

Відомості про авторів /Сведения об авторах / About the Authors

Сисоєв Володимир Вікторович (Сысоев Владимир Викторович, Sysoiev Volodymyr Viktorovych) – доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; м. Харків, Україна; ORCID: https://orcid.org/; e-mail: sysoevvv@ukr.net.

Сакун Тетяна Володимирівна (Сакун Татьяна Владимировна, Sakun Tetyana Volodymyrivna) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», магістрант; м. Харків, Україна; e-mail: tanyushka.sakun@gmail.com.

УДК 336.72

В.І. БОРЗЕНКО, Т.В. П'ЯТАК

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Пропонується стратегія управління дебіторською заборгованістю підприємства на основі agile аналізу. Управління дебіторською заборгованістю розглядається як багатоступінчастий процес, що складається з окремих ітерацій - коротких у часі циклів. Підхід до управління дебіторською заборгованістю підприємства передбачає розділення процесів виробництва та збуту продукції на окремі ітерації. Для кожної ітерації визначаються критерії оптимальності виконання окремого циклу, що є частиною загального процесу виробництва та збуту продукції підприємства. Критерії оптимальності по окремих ітераціях формуються виходячи з умов зростання прибутку та підвищення рентабельності підприємства. Під впливом зовнішніх факторів, таких як зміна попиту, коливання ринкових цін, поява інноваційних товарів та ін., підприємство має можливість швидко переорієнтувати свою діяльність, змінюючи процеси по окремих ітераціях. Аналогічно, підприємство може враховувати вплив внутрішніх факторів, пов'язаних з удосконаленням організації виробництва та збуту власної продукції. На кожній ітерації формуються умови погашення дебіторської заборгованості зі зміною вимог до боржників. При своєчасному її погашенні, підприємство стимулює боржників застосуванням системи знижок, при простроченому погашенні – встановлює систему штрафних санкцій. Визначення величини знижок та штрафних санкцій здійснюється на основі запропонованих математичних моделей. Використання agile методу надасть можливість узгодити в часі процеси виробництва, збуту та своєчасної інкасації дебіторської заборгованості підприємства.

Ключові слова: стратегія, управління, оптимізація, дебіторська заборгованість, agile аналіз, ціна, прибуток, ітерація, виробник, споживач, конкурентна ціна, стимулювання, знижки, штрафні санкції

В.И. БОРЗЕНКО, Т.В. ПЯТАК

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Предлагается стратегия управления дебиторской задолженностью предприятия на основе agile анализа. Управление дебиторской задолженностью рассматривается как многоступенчатый процесс, который состоит из отдельных итераций - коротких во времени циклов. Подход к управлению дебиторской задолженностью предприятия предусматривает разделение процессов производства и сбыта продукции на отдельные итерации. Для каждой итерации определяются критерии оптимальности выполнения отдельного цикла, который является частью общего процесса производства и сбыта продукции предприятия. Критерии оптимальности по отдельным итерациям формируются исходя из условий роста прибыли и повышения рентабельности предприятия. Под влиянием внешних факторов, таких как изменение спроса, колебание рыночных цен, появление инновационных товаров и др., предприятие имеет возможность быстро переориентировать свою деятельность, изменяя процессы по отдельным итерациям. Аналогично предприятие может учитывать влияние внутренних факторов, связанных с усовершенствованием организации производства, и сбыта собственной продукции. На каждой итерации формируются условия погашения дебиторской задолженности с учетом изменяющихся требований к должникам. При своевременном ее погашении, предприятие стимулирует должников применением системы скидок, при просроченном погашении – устанавливает систему штрафных санкций. Определение величины скидок и штрафных санкций осуществляется на основе предложенных математических моделей. Использования agile метода дает возможность согласовать во времени процессы производства, сбыта и своевременной инкассации дебиторской задолженности предприятия.

Ключевые слова: стратегия, управление, оптимизация, дебиторская задолженность, agile анализ, цена, прибыль, итерация, производитель, потребитель, конкурентная цена, стимулирование, скидки, штрафные санкции

V.I. BORZENKO, T.V. PYATAK

STRATEGIC OF MANAGEMENT OF THE COMPANY'S RECEIVABLE DEBT

The proposed strategy of management of accounts receivable of the enterprise on the basis of agile analysis. Receivables management is considered as a multi-stage process that consists of separate iterations - short cycles in time. The approach to the management of accounts receivable of an enterprise provides for the separation of the processes of production and marketing of products into separate iterations. For each iteration, criteria are determined for the optimal performance of a separate cycle, which is part of the overall process of production and marketing of an enterprise's products. The optimality criteria for individual iterations are formed on the basis of the conditions of profit growth and increase in the profitability of the enterprise. Under the influence of external factors, such as changes in demand, fluctuations in market prices, the emergence of innovative products, etc., an enterprise has the ability to quickly reorient its activities, changing the processes for individual iterations. Similarly, an enterprise can take into account the influence of internal factors associated with the improvement of the organization of production and marketing of its own products. At each iteration, the terms of repayment of receivables are formed with the changing requirements for debtors. With its timely repayment, the company stimulates debtors with the use of a system of discounts, with overdue repayment - it establishes a system of penalties. The determination of the value of discounts and penalties is carried out on the basis of the proposed mathematical model. The use of the agile method makes it possible to coordinate in time the processes of production, marketing and timely collection of the company's receivables

Keywords: strategy, management, optimization, receivables, agile analysis, price, profit, iteration, producer, consumer, competitive price, incentives, discounts, penalties

Вступ. Ефективне управління дебіторською заборгованістю – одна з ключових задач фінансового менеджменту, і від того, наскільки успішно вона вирішується, залежить фінансова стійкість підприємства і його подальший розвиток. В умовах кризи неплатежів особливо зростає роль стратегічного управління дебіторською заборгованістю, своєчасного її повернення та попередження безнадійних боргів.

Впровадження заходів по управлінню дебіторською заборгованістю на підприємстві є важливим напрямком діяльності, що здійснюється через створення і впровадження механізмів ціноутворення, визначення системи фінансових розрахунків за поставлені товари (надані послуги), введення стимулюючих знижок та штрафних санкцій. Реалізуючи відповідну стратегію підприємство спрямовує свої зусилля на отримання додаткового економічного ефекту в порівнянні з поточним періодом. Як показують дослідження, пов'язані з оптимізацією управління дебіторською

© В. І. Борзенко, Т. В. П'ятак, 2018

заборгованістю, це досить динамічний процес, з визначенням пріоритетів на короткі проміжки часу, що надає можливість досягнути бажаного результату у майбутньому.

Аналіз основних досягнень і літератури. Проблемам ефективного управління дебіторською заборгованістю підприємств присвячені роботи таких науковців як: І. А. Бланк [1], М. Д. Білик [2], Н. О. Власова [3], Л. О. Лігоненко [4], М. Н. Крейніна та ін. Звичайно, нині з'являється велика кількість нових досліджень, зокрема: В. О. Гуні [5], М. М. Гуменюк та Н. Р. Дарабан [6], Т. С. Єдинака [7], Л. А. Квятковської [8], Г. Ямненко [9], Т. В. Лівошко, Н. О. Матициної, Зарова К.Г. та інших.

Незважаючи на те, що проблема розглядалась багатьма науковцями, універсальної і загальновизнаної методики стратегічного управління дебіторською заборгованістю підприємства в даний час не запропоновано.

Постановка проблеми. В економіці України поширеним явищем є формування значних обсягів дебіторської заборгованості суб'єктами господарювання, якість якої істотно погіршилась в наслідок негативного впливу на платоспроможність підприємств макроекономічної фінансової кризи. В умовах відносно низького рівня поточної та перспективної платоспроможності, господарюючі суб'єкти вимушені першочергово розв'язувати проблеми щодо власного «виживання», нехтуючи своєчасністю виконання своїх фінансових зобов'язань із платежів перед контрагентами. Тому для підприємств України досить важливим і актуальним є питання стратегічного управління дебіторською заборгованістю підприємств.

Метою роботи є розробка ефективної стратегії управління дебіторською заборгованістю підприємства для підвищення його платоспроможності та ефективності діяльності.

Методи дослідження. Основою методології проведеного аналізу стали наукові публікації вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів з питань аналізу управління дебіторською заборгованістю підприємств та виявлення шляхів покращення її інкасації.

В ході дослідження були використані методи економічної статистики, коефіцієнтного та порівняльного аналізу, середніх та відносних величин, кореляційно-регресійного аналізу, agile аналізу, що дозволили удосконалити процес управління дебіторською заборгованістю підприємства.

Результати дослідження. Своєчасна оплата за поставлену продукцію надає можливість підприємству забезпечити заплановане економічне зростання, показує яким чином реагує споживач на запропоновану підприємством продукцію, створює передумови щодо вибору найбільш прийнятного напрямку розвитку інноваційних процесів та надає можливість гнучко управляти процесами досягнення стратегічної мети.

Стратегія управління дебіторською заборгованістю розглядається як узгоджена сукупність управлінських заходів, що ґрунтується на agile аналізі процесів виробництва та збуту продукції підприємства. При розробці системи управління дебіторською заборгованістю враховується вплив зовнішніх чинників, таких як зміна попиту, коливання ринкових цін, поява інноваційних товарів та ін., і внутрішніх чинників, пов'язаних з удосконаленням організації виробництва та збуту власної продукції.

Враховуючи вимоги до розробки такої стратегії, agile метод дозволяє ефективно працювати підприємству у мінливих ринкових умовах і миттєво прилаштовуватися під нові вимоги ринку. Технологія управління дебіторською заборгованістю передбачає визначання серії коротких у часі циклів-ітерацій. Кожна ітерація сама по собі виглядає як проект в мініатюрі і включає всі завдання, необхідні для отримання міні-приросту визначених показників діяльності підприємства. Поряд з тим, окрема ітерація недостатня для досягнення мети діяльності підприємства, мається на увазі, що гнучке управління дозволяє досягти оптимальних результатів в кінці кожної ітерації. Agile метод передбачає впровадження заходів, за допомогою яких оптимальним чином вирішується локальна проблема, пов'язана зі скороченням дебіторської заборгованості по конкретній ітерації. Після закінчення кожної ітерації може бути проведена переоцінка пріоритетів в діяльності підприємства. При переоцінці пріоритетів передбачається безпосереднє спілкування фахівців, які розробляють заходи для вирішення локальних проблем на наступних ітераціях, що забезпечують скорочення дебіторської заборгованості.

Впровадження такого підходу означає, що в даний проміжок часу споживач отримує товар на прийнятних для нього умовах оплати, а виробник отримання коштів за поставлений товар. Стратегію управління дебіторською заборгованістю можна розглядати як модель, як план, як мобільний прийом, як пропозицію, як перспективу, що складається з послідовності ітерацій.

На кожному етапі визначаються критерії оптимальності оцінки отриманого результату, але головним є оцінка споживачем потреби в даному товарі, тобто тезою що об'єднує всі етапи реалізації стратегії є висновок – потрібен товар чи ні споживачеві. Прогноз перспективності товару проводиться на основі вивчення тенденцій розвитку визначеної галузі діяльності, оцінки потенційних можливостей підприємства по виробництву продукції. Таким чином, визначаються об'єми виробництва і умови продажів та форми оплати, встановлення знижок при продажі або погашенні заборгованості, визначення штрафних санкцій за порушення умов проведення платежів та залучення комерційного кредитування для активізації збутової діяльності. Таким чином, запропонована методологія стратегічного управління дебіторською заборгованістю спрямована на прискорення процесу оплати за поставлені товари, управління змінами в залежності від поточних пріоритетів, поліпшення

взаємодії між споживачами і бізнесом. Остання вимога - це найбільш складне питання, особливо для великих компаній, адже у бізнесі періодично змінюються вимоги до товару.

Отже, сутність стратегічного управління дебіторською заборгованістю полягає в наступному:

– поетапна взаємодія виробника і споживача;

– формування критеріїв оцінки результатів кожного етапу;

– визначення умов взаємодії виробника і споживача на кожному етапі;

– готовність до змін важливіше ніж дії за попереднім планом.

Принципи організації, мобільного управління можна визначити наступним чином:

– задоволення потреб клієнта в товарах;

– постійна готовність до змін;

– тісна взаємодія виробника і споживача;

– мотивація персоналу виробника в реалізації визначеної стратегії на кожному етапі;

– постійна адаптація персоналу до нових умов, що змінюються.

Персонал виробника повинен систематично аналізувати можливі способи поліпшення ефективності і відповідно коригувати стиль своєї роботи.

Аналіз ринкової ситуації повинен зосередити увагу виробника на вимогах споживачів щодо якості товару та вибору відповідного підходу до формування конкурентної ціни на нього. Пропонується при формуванні конкурентної ціни на продукцію підприємства врахувати коефіцієнт знижки при оплаті товару в залежності від величини партії продукції, реалізованої споживачу. Коефіцієнт знижки встановлюється експертним шляхом фахівцями підприємства, що визначають пріоритети для наступних ітерацій.

Конкурентна ціна встановлюється для кожного споживача індивідуально та формується підприємством на основі наступних підходів:

– збереження прибутку за визначений період;

– збільшення прибутку на певну величину за період, або у відповідності з запланованою динамікою його зростання;

– зменшення прибутку при допустимому рівню ризику у короткостроковій перспективі.

Ціноутворення на товар і стимулюючі заходи по погашенню дебіторської заборгованості повинні сприяти збільшенню обсягів збуту продукції підприємства. Таке стимулювання збутової діяльності ґрунтується на введенні індивідуальних для кожного покупця знижок на товари, або на погашення дебіторської заборгованості. Їх величина визначається, з однієї сторони, обраним підприємством підходом, а з іншої сторони, умовами придбання товару покупцем. Для кожної ітерації експертним шляхом встановлюється коефіцієнт знижок, що впливає на індивідуальну ціну для окремого споживача. Визначення індивідуальної ціни здійснюється на основі трьох запропонованих підходів.

При виборі першого підходу індивідуальна ціна на товар формується на основі визначення ринкової ціни і середнього показника продажів товару одному покупцеві за попередній період. Встановлення індивідуальної ціни враховує збереження величини прибутку при аналогічному обсягу продажів, в порівнянні з попереднім періодом та визначається:

$$Ц_{інд} = \frac{Ц_р}{(1+r)} + \frac{(П - П_п)}{M^{n_i}} + П_п \qquad (1)$$

де $Ц_{інд}$ – індивідуальна ціна товару для кожного споживача;

$Ц_р$ – ринкова ціна товару;

r – рентабельність продажів;

$П$ – максимальний прибуток при продажі одиниці товару за ринковою ціною;

$П_п$ – плановий прибуток з одиниці реалізованого товару;

M – встановлений підприємством коефіцієнт знижок, в залежності від величини партії придбаного товару (наприклад 1,05; 1,1; 1,15);

n_i – величина партії придбаного товару і–м споживачем.

При виборі другого підходу індивідуальна ціна на товар формується на основі визначення ринкової ціни і середнього показника продажів товару одному покупцеві за попередній період та прогнозованого зростання частки ринку та прибутку підприємства за визначений період.

Індивідуальна ціна товару для кожного покупця за другим підходом встановлюється наступним чином:

$$Ц_{інд} = \frac{Ц_р}{(1+r)} + П_п \ (1+K_2) \ (1-\frac{1}{M^{n_i}}) + \frac{П_п}{M^{n_i}} \qquad (2)$$

де k_2 – прогнозований відносний рівень зростання прибутку від продажів одиниці товару.

При виборі третього підходу індивідуальна ціна на товар формується на основі визначення ринкової ціни і середнього показника продажів товару одному покупцеві за попередній період та прогнозованого зростання частки ринку і допустимого ризику втрати частини прибутку підприємства за визначений період.

Індивідуальна ціна товару для кожного покупця за третім підходом встановлюється індивідуально:

$$Ц_{інд} = \frac{Ц_р}{(1+r)} + П_п \ (1-K_3) \ (1-\frac{1}{M^{n_i}}) + \frac{П_п}{M^{n_i}} \qquad (3)$$

де k_3 – прогнозований відносний рівень зменшення прибутку від продажів одиниці товару.

Ціноутворення, яке може забезпечити стійке положення підприємства на ринку, повинно бути гнучким і не замикатися в рамках одного вибраного підходу. Підхід до ціноутворення може змінюватися по досягненні бажаного результату, або визначенні його хибності, підтвердженого показниками діяльності за конкретний період. Вибір одного конкретного підходу для довгострокової перспективи не можна вважати доцільним, так як при швидкоплинній ситуації на ринку, можуть скластися

умови неприйнятні для такого визначення ціноутворення на товари підприємства.

Для різних груп споживачів ціна на товар, при погашенні дебіторської заборгованості, формується в залежності від фінансових можливостей боржника та частки боргу конкретного споживача в загальній сумі дебіторській заборгованості підприємства. При цьому ціна може бути стимулюючою для повернення боргу або з нарахованими штрафами в залежності від термінів повернення коштів. Коли боржник порушує критичні для підприємства терміни погашення боргу нараховуються штрафи і їх величина корелюється з величиною втраченого прибутку підприємством. Перевищення критичних термінів може бути визначено форс-мажорними обставинами або визначено за узгодженістю сторін.

Критичні для підприємства терміни повернення боргу – $t_{кр}$, що надають можливість зберегти планові обсяги випуску, при серійному виробництві можуть бути визначені по формулі:

$$t_{кр} = t_в + (N-1)\, t_{ср} \tag{4}$$

де $t_в$ – тривалість технологічного циклу виробництва;

$t_{ср}$ – середня тривалість виробництва одиниці продукції;

N – обсяг партії виготовленої продукції.

Пропонується після закінчення кожної ітерації, для можливої зміни пріоритетів, проводити оцінку перспективності заходів наступної ітерації по прогнозним показникам конкурентоспроможності підприємства.

Конкурентоспроможність підприємства розглядається як його комплексна порівняльна характеристика, що відображає ступінь переваг над підприємствами–конкурентами по сукупності оціночних показників діяльності на певних ринках, за певний проміжок часу. Тобто, конкурентоспроможність можна оцінювати шляхом порівняння конкурентних позицій кількох підприємств на певному ринку.

Методика кількісної оцінки конкурентоспроможності підприємства передбачає використання трьох узагальнюючих показників діяльності, які враховують ефективність управління інноваційною, виробничою та збутовою діяльністю [10].

Запропонований комплексний показник конкурентоспроможності і три узагальнюючих показника змінюються в інтервалі від нуля до одиниці. Розрахунок конкурентоспроможності проводиться за формулою:

$$K_к = \frac{K_1K_2 + K_1K_3}{2} \tag{5}$$

де K_1 – відносний коефіцієнт оцінки ринкової діяльності підприємства;

K_2 – модифікований коефіцієнт чистої рентабельності підприємства;

K_3 – відносний показник організаційно-економічної діяльності підприємства.

Показник оцінки конкурентоспроможності змінюється від нуля до одиниці, найвищий показник конкурентоспроможності відповідає величині $К_к = 1$.

Узагальнюючий коефіцієнт $К_1$ визначається на основі сукупності показників, які характеризують сегмент ринку: ємність ринку, наявність конкурентів, їх ринкові частки, маркетингова стратегія, ціноутворення, рекламна діяльність, витрати на збут, асортимент та номенклатура продукції. Для кожного виду товару підприємства визначається диференційний коефіцієнт $К_{1i}$, де і – вид товару, що продається у визначеному сегменті ринку. Узагальнений показник $К_1$ визначається на основі диференційних показників $К_{1i}$, з врахуванням питомої ваги валового прибутку одержаного від реалізації і–го виду товару по відношенню до валового прибутку підприємства.

Узагальнюючий коефіцієнт $К_2$ визначається на основі розрахунку чистої рентабельності підприємства. Модифікований коефіцієнт $К_2$ визначається:

$$K_2 = \frac{R}{1+R} \tag{6}$$

де R – чиста рентабельність підприємства.

Узагальнюючий коефіцієнт $К_3$ визначається на основі аналізу операційної діяльності підприємства. Для кожного виду товару підприємства визначається диференційний коефіцієнт $К_{3i}$, де і – вид товару.

Диференційний коефіцієнт $К_{3i}$ розраховується по формулі:

$$K_{3i} = \frac{(1-K_{ai})K_{ці}}{1+K_{ці}} \tag{7}$$

де K_{ai} – відносний показник амортизаційних витрат в собівартості створеної продукції за виробничій цикл для і-го виду продукції;

$K_{ці}$ – відносний показник собівартості створеної продукції за виробничій цикл для і–го виду продукції до середніх операційних витрат.

Узагальнений показник $К_3$ визначається на основі диференційних показників $К_{3i}$, з врахуванням питомої ваги валового прибутку одержаного від реалізації і–го виду товару по відношенню до валового прибутку підприємства.

Таким чином, запропоновано оцінювати конкурентоспроможність підприємства сукупністю трьох узагальнених показників, які визначаються на основі комплексного дослідження діяльності підприємства. При цьому передбачається проведення аналізу:

– збутової діяльності;

– рентабельності підприємства;

– операційної діяльності.

Для конкурентоспроможних підприємств розрахункова величина комплексного показника конкурентоспроможності наближається до одиниці.

Висновки. Запропонована стратегія управління дебіторською заборгованістю розглядається як узгоджена сукупність управлінських заходів, що ґрунтується на agile аналізі процесів виробництва та

збуту продукції підприємства. Технологія управління дебіторською заборгованістю передбачає визначення серії коротких у часі циклів-ітерацій. Критерії оптимальності по окремих ітераціях формуються виходячи з умов зростання прибутку та підвищення рентабельності підприємства. На кожній ітерації формуються умови погашення дебіторської заборгованості зі зміною вимог до боржників. При своєчасному погашенні дебіторської заборгованості, підприємство стимулює боржників застосуванням системи знижок, при простроченому погашенні – встановлює систему штрафних санкцій. Визначення величини знижок та штрафних санкцій здійснюється на основі запропонованих математичних моделей. Використання agile методу надасть можливість узгодити в часі процеси виробництва, збуту та своєчасної інкасації дебіторської заборгованості підприємства.

Список літератури

1. Бланк И. А. *Управление денежными потоками* / И. А. Бланк. – изд. 2-е, перераб. и доп. – К.: Эльга; Ника- Центр, 2007. – 752 с.
2. Білик М. Д. Управління дебіторською заборгованістю підприємств / М. Д. Білик. – *Фінанси України*. – 2003. – № 12. – С. 24–36.
3. Власова Н.О. *Управління дебіторською та кредиторською заборгованостями підприємств оптової торгівлі* : *монографія* / Н.О. Власова, Л.Л. Носач. – Харків: ХДУХТ, 2011. – 229 с.
4. Лігоненко Л.О. *Управління дебіторською заборгованістю підприємства: навч. посіб.* / Л.О. Лігоненко, Н.М. Новікова. – Київ : КНТЕУ, 2005. – 275 с.
5. Гуня В.О. Удосконалення класифікації дебіторської заборгованості та її відображення у фінансовій звітності підприємств / В.О. Гуня. – *Економічний простір*. – 2014. – № 19. – С. 124–131.
6. Гуменюк М. М., Дарабан Н. Р. Механізм управління дебіторською заборгованістю підприємства / М. М. Гуменюк, Н. Р. Дарабан. – *Молодий вчений*. – 2017. – № 11. – С. 1135 – 1139.
7. Єдинак Т. С. Проблеми управління дебіторською заборгованістю підприємства в умовах фінансово-економічної кризи / Т. С. Єдинак [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http//firearticles.com/ economika
8. Квятковська Л. А. Формування політики управління дебіторською заборгованістю підприємства /Л. А. Квятковська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/886/1/44.pdf
9. Ямненко Г. Механізм управління дебіторською заборгованістю підприємства / Г. Ямненко . – *Траектория науки*. – 2017. – Т. 3. – № 2. – С. 51–57.
10. Борзенко В. І. Управління конкурентоспроможністю підприємства / В. І. Борзенко, Т .В. П'ятак, В.В.Міщенко. – Харків: *Вісник НТУ «ХПІ»*.. – 2014. – Вып. 45(1088). – С. 103-106.

References (transliterated)

1. Blank Y. A. *Upravlenye denezhnыmy potokamy* [Management by money streams]. – yzd. 2-e, pererab. y dop. – Kiev: Эl'ha; Nyka-Tsentr, 2007. – 752 p.
2. Bilyk M. D. Upravlinnya debitors'koyu zaborhovanistyu pidpryyemstv [Management by an account receivable of enterprises]. – *Finansy Ukrayiny*. [Finance of Ukraine] – 2003. – no 12. – pp. 24–36.
3. Vlasova N.O. *Upravlinnya debitors'koyu ta kredytors'koyu zaborhovanostyamy pidpryyemstv optovoyi torhivli : monohrafiya* [Management of receivables and payables of wholesalers: a monograph]. – Kharkiv: KhDUKhT, 2011. – 229 p.
4. Lihonenko L.O. *Upravlinnya debitors'koyu zaborhovanistyu pidpryyemstva: navch. posib*. [Management of accounts receivable of the enterprise: study guide]. – Kyyiv : KNTEU, 2005. – 275 s.
5. Hunya V.O. Udoskonalennya klasyfikatsiyi debitors'koyi zaborhovanosti ta yiyi vidobrazhennya u finansoviy zvitnosti pidpryyemstv [Improving the classification of receivables and its mapping in the financial statements of enterprises]. – *Ekonomichnyy prostir*. [Economic space] – 2014. – no 19. – pp. 124–131.
6. Humenyuk M. M., Daraban N. R. Mekhanizm upravlinnya debitors'koyu zaborhovanistyu pidpryyemstva [Mechanism by an account receivable of enterprise of management]. – *Molodyy vchenyy*. [Young scientist] – 2017. – no 11. – pp. 1135–1139.
7. Yedynak T. S. *Problemy upravlinnya debitors'koyu zaborhovanistyu pidpryyemstva v umovakh finansovo-ekonomichnoyi kryzy* [Problem by an account receivable of enterprise in the conditions of financial crisis] [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http//fireartitsles.tsom/ etsonomika
8. Kvyatkovs'ka L. A. *Formuvannya polityky upravlinnya debitors'koyu zaborhovanistyu pidpryyemstva* [Forming of management politics by an account receivable of enterprise management] [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://dspatse.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/886/1/44.pdf
9. Yamnenko H. Mekhanizm upravlinnya debitors'koyu zaborhovanistyu pidpryyemstva [Mechanism by an account receivable of enterprise of management] . – *Traektoryya nauky*. [Trajectory of science] – 2017. – Vol. 3. – no 2. – pp. 51–57.
10. Borzenko V. I. Upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpryyemstva [Enterprise competitiveness management]. – Kharkiv: *Visnyk NTU «KhPI»*. – 2014. – Vyp. 45(1088). – S. 103-106.

Надійшла(received) 27.11.2018

Відомості про авторів /Сведения об авторах / About the Authors

Борзенко Володимир Іванович (***Борзенко Владимир Иванович***, ***Borzenko Volodymyr Ivanovich***) – кандидат технічних наук, доцент, професор кафедри організації виробництва та управління персоналом, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків; Україна; ORCID: https://orcid.org/0000-0001-8936-5759; e–mail: wo281955@gmail.com

П'ятак Тетяна Вікторівна (***Пятак Татьяна Викторовна***, ***Pyatak Tetiana Viktorivna***) – кандидат технічних наук, доцент, професор кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та фінансів, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків; Україна; ORCID: https://orcid.org/0000-0001-6149-7952; e–mail: pyataktv63@ gmail.com

УДК 351:338

П.Г.ПЕРЕРВА, А.В.КОСЕНКО, М.В.МАСЛАК, В.О.МАТРОСОВА, І.В.ДОЛИНА

РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

У статті розглянуті питання вирішення цілого ряду економічних, організаційних, соціальних, правових проблем, які мають сприяти піднесенню сфери туризму в Україні, збільшення її вкладу в національну економіку, підвищення її рейтингу в світових показниках туристських потоків. Володіючи мультиплікативним ефектом, туризм здатний створити передумови для економічного підйому багатьох українських регіонів, збільшення зайнятості населення, стати доступним для всіх верств населення незалежно від рівня доходу і більш повного задоволення потреб громадян у відпочинку. Проведений аналіз виявив нагальну необхідність проведення наукових досліджень по ровитку організаційно-економічного механізму управління розвитком сфери туризма та гостинності.

Доведено, що в умовах обмеженого бюджету нашої країни туристським підприємствам в Україні, які в цей час активно розвиваються, важливо адаптуватися до нових технологій, впроваджувати хмарні системи і користуватися різними інтернет-платформами. Технологічні інновації в гостинності спрямовані на поліпшення якості послуг, що надаються, тобтона підвищення комфортності клієнта, туриста, а також на оптимізацію витрат в діяльності підприємства. Все це дозволяє домогтися поліпшення показників організації, підвищити конкурентоспроможність і привабливість в очах потенційних клієнтів.

Забезпечення ефективних організаційно-економічних умов розвитку туризму в регіоні досягається шляхом вирішення задач державної політики в області регулювання регіонального туризму. Від того, наскільки ефективно інтегрована сфера надання комплексу туристичних послуг в економічну систему території, у в чому залежить і рівень її соціально-економічного розвитку в цілому. Сукупність завдань в області регулювання регіонального туризму можна розділити на два блоки: організаційні та економічні. Авторами обгпрунтовано, що для подальшого успішного розвитку туризму і гостинності в нашій країні і в її окремих регіонах в даний час необхідно докласти зусиль щодо вдосконалення організаційно-економічного механізму розвитку індустрії туризму та гостинності в нашій країні.

Обгрунтиовано, що в умовах трансформаційного суспільства інноваційна інфраструктура повинна сприяти входженню науки в ринкове середовище, розвитку підприємництва в науково-технічній сфері, тому її формування багато в чому визначається станом ринкової інфраструктури. В цілому інноваційна інфраструктура в готельній індустрії є організаційну, матеріальну, фінансово-кредитну, інформаційну базу для створення умов, що сприяють ефективній акумуляції та розподілу коштів, а також надання послуг високої якості.

Ключові слова: туризм, гостинність, економіка, організація, менеджмент, механізм, підприємства, ефективність

П.Г.ПЕРЕРВА, А.В.КОСЕНКО, М.В.МАСЛАК, В.О.МАТРОСОВА, И.В.ДОЛИНА

РАЗВИТИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

В статье рассмотрены вопросы решения целого ряда экономических, организационных, социальных, правовых проблем, которые должны способствовать подъему сферы туризма в Украине, увеличение ее вклада в национальную экономику, повышение ее рейтинга в мировых показателях туристских потоков. Обладая мультипликативным эффектом, туризм способен создать предпосылки для экономического подъема многих украинских регионов, увеличение занятости населения, стать доступным для всех слоев населения независимо от уровня дохода и более полного удовлетворения потребностей граждан в отдыхе. Проведенный анализ выявил насущную необходимость проведения научных исследований по ровитку организационно-экономического механизма управления развитием сферы туризма и гостеприимства.

Доказано, что в условиях ограниченного бюджета нашей страны туристским предприятиям в Украине, которые в настоящее время активно развиваются, важно адаптироваться к новым технологиям, внедрять облачные системы и пользоваться различными интернет-платформами. Технологические инновации в гостеприимства направленные на улучшение качества услуг, то есть на повышение комфортности клиента, туриста, а также на оптимизацию расходов в деятельности предприятия. Все это позволяет добиться улучшения показателей организации, повысить конкурентоспособность и привлекательность в глазах потенциальных клиентов.

Обеспечение эффективных организационно-экономических условий развития туризма в регионе достигается путем решения задач государственной политики в области регулирования регионального туризма. От того, насколько эффективно интегрирована сфера предоставления комплекса туристических услуг в экономическую систему территории, в многом зависит и уровень ее социально-экономического развития в целом. Совокупность задач в области регулирования регионального туризма можно разделить на два блока: организационные и экономические. Авторами обгпрунтовано, что для дальнейшего успешного развития туризма и гостеприимства в нашей стране и в ее отдельных регионах в настоящее время необходимо приложить усилия по совершенствованию организационно-экономического механизма развития индустрии туризма и гостеприимства в нашей стране.

Обгрунтиовано, что в условиях трансформационного общества инновационная инфраструктура должна способствовать вхождению науки в рыночную среду, развития предпринимательства в научно-технической сфере, поэтому ее формирование во многом определяется состоянием рыночной инфраструктуры. В целом инновационная инфраструктура в гостиничной индустрии является организационную, материальную, финансово-кредитную, информационную базу для создания условий, способствующих эффективной аккумуляции и распределения средств, а также предоставление услуг высокого качества.

Ключевые слова: туризм, гостеприимство, экономика, организация, менеджмент, механизм, предприятия, эффективность

P.G.PERERVA, A.V.KOSENKO, M.V.MASLAK, V.O.MATROSOVA, I.V. DOLINA

DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF MANAGEMENT OF THE DEVELOPMENT OF THE INDUSTRY OF TOURISM AND HOTELS

The article deals with the issues of solving a number of economic, organizational, social and legal problems that should promote the tourism sphere in Ukraine, increase its contribution to the national economy, increase its ranking in world indicators of tourist flows. With multiplicative effect, tourism can create the preconditions for the economic recovery of many Ukrainian regions, increase employment, become accessible to all segments of the population regardless of income level and more fully meet the needs of citizens in rest. The analysis revealed the urgent need for scientific research on the development of the organizational and economic mechanism for managing the development of tourism and hospitality.

It is proved that in the conditions of the limited budget of our country the tourist enterprises in Ukraine, which are currently actively developing, it is important to adapt to new technologies, to introduce cloud systems and to use different Internet platforms. Technological innovations in hospitality are aimed at improving the quality of services provided, that is, increasing the comfort of the client, the tourist, as well as optimizing the costs of the enterprise. All this allows you to achieve better organization performance, increase competitiveness and attractiveness in the eyes of potential

© П.Г.Перерва, А.В.Косенко, М.В.Маслак, В.О.Матросова, І.В.Долина, 2018

customers.
Ensuring effective organizational and economic conditions for the development of tourism in the region is achieved by addressing the tasks of state policy in the field of regulation of regional tourism. From the fact how effectively the sphere of provision of a complex of tourist services to the economic system of the territory is integrated, the level of its socio-economic development as a whole depends also. The set of tasks in the field of regulation of regional tourism can be divided into two blocks: organizational and economic. The authors argue that for the further successful development of tourism and hospitality in our country and in its separate regions, now it is necessary to make efforts to improve the organizational and economic mechanism for the development of the tourism industry and hospitality in our country.
It is substantiated that in the conditions of a transformational society, innovation infrastructure should promote the entry of science into the market environment, the development of entrepreneurship in the scientific and technical field, therefore its formation is largely determined by the state of market infrastructure. In general, the innovation infrastructure in the hotel industry is an organizational, material, financial and credit, information base for creating conditions conducive to efficient accumulation and distribution of funds, as well as the provision of high quality services.
Key words: tourism, hospitality, economy, organization, management, mechanism, enterprises, efficiency

Вступ. Туризм в Україні визнано на державному рівні пріоритетною сферою національної економіки. Володіючи багатими культурно-історичними і природними ресурсами, країна стоїть перед проблемою створення сучасної індустрії туризму, здатної привернути іноземних і вітчизняних туристів.

Ринок туристичних послуг, який в цей час формується, охоплює в основному центральні райони країни, де найбільш розвинені інфраструктура і готельне господарство. Регіональні туристські ресурси багато в чому залишаються недоступними для масових потоків туристів внаслідок відсутності сучасних готелів, невисокої якості наданих туристських послуг.

Нагальна проблема - створення індустрії регіонального туризму, привабливою для туристів. Вирішення цієї проблеми можливе на основі вироблення єдиної державної політики та національної туристської концепції, підготовки конкурентоспроможного туристичного продукту та державної підтримки його просування на світовому і внутрішньому ринках, створення мережі сучасних готелів, готелів і інших засобів розміщення, маркетингового вивчення споживчих переваг щодо послуг в'їзного, внутрішнього і виїзного туризму. Діюча законодавчо-правова база туристської діяльності в Україні недосконала, що стримує її зростання. Невідпрацьовані напрямки взаємодії індустрії туризму і суміжних галузей національної економіки, немає стійких галузевих і регіональних зв'язків між об'єктами туристичної спрямованості. Відсутня надійна статистична база, що дозволяє відстежувати зміни, що відбуваються на ринку туристичних послуг і в індустрії туризму.

Рішення цілого ряду економічних, організаційних, соціальних, правових проблем має сприяти піднесенню сфери туризму в Україні, збільшення її вкладу в національну економіку, підвищення її рейтингу в світових показниках туристських потоків. Володіючи мультиплікативним ефектом, туризм здатний створити передумови для економічного підйому багатьох українських регіонів, збільшення зайнятості населення, стати доступним для всіх верств населення незалежно від рівня доходу і більш повного задоволення потреб громадян у відпочинку.

Однак узагальнений аналіз взаємодії індустрії регіонального туризму із суміжними галузями національної економіки, проблеми регулювання розвитку індустрії туризму в галузевому і регіональному аспектах, проблеми вирішення теоретичних і практичних завдань в індустрії туризму з урахуванням впливу організаційно-економічного механізму управління ще не отримали адекватного відображення в сучасних наукових дослідженнях . Актуальність і недостатня розробленість організаційних, економічних, соціальних аспектів і процесів формування індустрії регіонального туризму в умовах ринкових перетворень зумовили вибір проблематики цього дослідження.

Аналіз стану питання.

Тим самим в ринкових умовах, а тим більше в умовах кризи, вже накопичено досвід організації туристської діяльності, потребує узагальненні та аналізі. Необхідність вивчення прогресивного світового досвіду функціонування індустрії туризму в умовах світової кризи, розгляд ролі організаційно-економічного механізму управління впливають на загальну картину розвитку індустрії туризму в Україні створення системи показників ролі організаційно-економічного механізму управління, що характеризують форми і напрямки розвитку туристичної галузі в цілому, а так само збільшення туристичних потоків не тільки за рахунок в'їзного туризму, а й за рахунок внутрішнього.

Аналіз основних досягнень і літератури. Проведений огляд теоретичних і практичних основ маркетингу, інноваційної та управлінської діяльності в сферу туризму свідчить про нагальну актуальність більш детального вивчення цієї проблеми вітчизняними дослідниками. Низка науковців у своїх роботах розглядають питання ефективного функціонування підприємств туристської індустрії. Значний внесок у розробку теорії і організації туристської діяльності, дослідження в області розвитку, управління і становлення індустрії туризму та обґрунтування загально підходів до визначення економіки туризму як науки внесли М.А.Жукова, А.Д.Чудновский, Н.В.Королев, Е.А.Гаврилова, Н.А.Зайцева, Л.К.Коцюба, М.Верес Шомоші, С.Нагі, Д.Коціскі, Т.В.Романчик, М.А.Шалімова, П.Райхлінг та ін. [1-25] В їх наукових розробках відтворено основні термінологічні поняття сфери туризму, обґрунтовано основні сфери її використання, визначено фактори ефективності використання. На підставі вивчення наявних першоджерел можна зробити висновок про те, що вітчизняні та зарубіжні вчені приділяють достатньо велику увагу розробці методичних підходів до забезпечення підприємств туризму організаційно-економічними механізмами з маркетингу, менеджменту, інноваційної діяльності.

Мета роботи. Предметом дослідження є організаційно-економічні механізми управління, які реально впливають на формування, взаємодію і розвиток індустрії туризму і гостинності в нашій країні в умовах прискореного рорзвитку ринкових перетворень.

Результати дослідження. В умовах обмеженого бюджету нашої країни туристським підприємствам в Україні, які в цей час активно розвиваються, важливо адаптуватися до нових технологій, впроваджувати хмарні системи і користуватися різними інтернет-платформами. Технологічні інновації в гостинності спрямовані на поліпшення якості послуг, що надаються, тобтона підвищення комфортності клієнта, туриста, а також на оптимізацію витрат в діяльності підприємства. Все це дозволяє домогтися поліпшення показників організації, підвищити конкурентоспроможність і привабливість в очах потенційних клієнтів.

Забезпечення ефективних організаційно-економічних умов розвитку туризму в регіоні досягається шляхом вирішення задач державної політики в області регулювання регіонального туризму. Від того, наскільки ефективно інтегрована сфера надання комплексу туристичних послуг в економічну систему території, у в чому залежить і рівень її соціально-економічного розвитку в цілому.

Сукупність завдань в області регулювання регіонального туризму можна розділити на два блоки: організаційні та економічні (рис. 1).

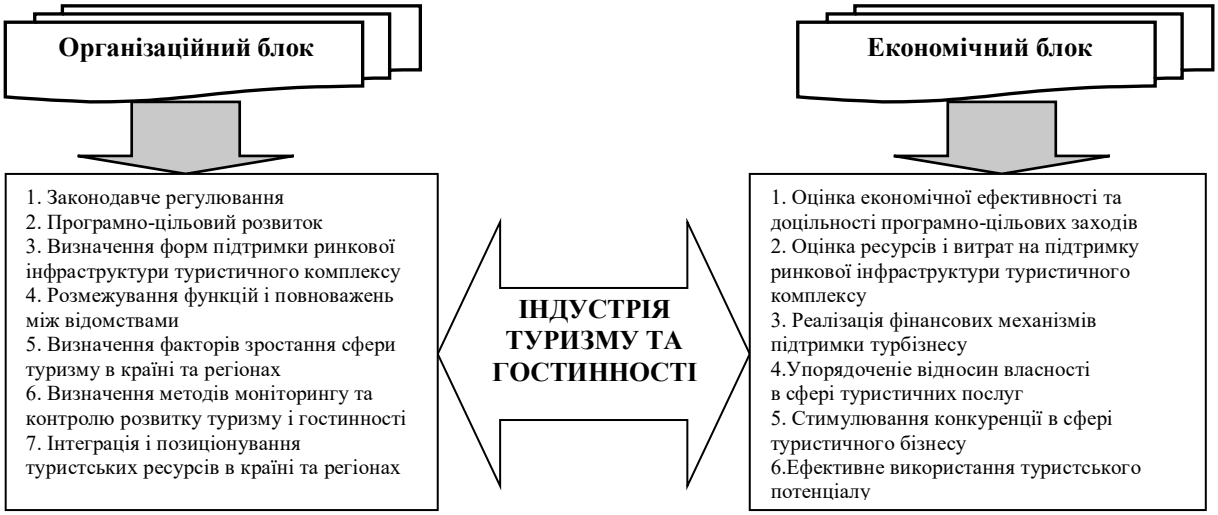


Рисунок 1- Механізм організаційно-економічних завдань в сфері туризму та гостинності

Інноваційні технології в сфері туризму і гостинності слід розглядати як якісно нові процеси зміни існуючих систем, призначені для розвитку, а також забезпечення сталого та ефективного функціонування туристичної галузі.

Сфера інновацій різноманітна і охоплює не тільки практичне використання науково-технічних розробок і винаходів, а й включає зміни в уже існуючих продуктах, послугах, технологіях, процесах виробництва, управління і маркетингової діяльності. Поштовхом для інновацій і інноваційних технологій стали нові матеріали, підходи, розвиток інформаційних систем і зв'язку.

Основна увага інноваційні технології в туризмі приділяють процесу оновлення і поліпшення існуючих продуктів, тому зміна в області процесів є необхідним елементом розвитку туристських організацій. Переважно ці зміни зачіпають внутрішні процеси або процеси, пов'язані з доставкою продуктів або послуг кінцевому споживачеві, тобто інноваційні технології здійснюються в процессной діяльності. Вони пов'язані з розробкою і впровадженням поліпшують або комбінаторних методів надання послуг. Частка радикальних або відкривають інновацій в даній сфері мізерно мала, незначно і кількість розроблених нових видів послуг. При цьому потрібно зазначити що економічний ефект інноваційних технологій в сфері туризму проявляється не відразу, частіше має непрямий ефект.

Проведені дослідження з розвитку організаційно-економічного механізму розвитку індустрії туризму та гостинності дозволили виробити ряд науково-практичних рекомендацій, використання яких дозволить істотно поліпшити становище в даній сфері.

1. Виявлено та обгрунтовано ряд факторів, які перешкоджають розвитку індустрії туризму та гостинності в Україні:

- недостатній розвиток туристичної інфраструктури в регіонах України;
- недостатнє усвідомлення туристського потенціалу, його впливу на регіональну економіку; - низька інвестиційна і ділова активність в регіонах при організації туристських програм і проектів, реалізація яких здатна залучити українських і зарубіжних туристів;
- низька конкурентоспроможність української турістістіческой галузі в порівнянні з іншими країнами;
- дефіцит кваліфікованих кадрів у сфері туризму;
- незадовільний рівень менеджменту і маркетингу в

туристичному бізнесі, низька ефективність систем просування туристичних продуктів на ринок.

З урахуванням вищевикладених положень необхідно констатувати той факт, що для подальшого успішного розвитку туризму і гостинності в нашій країні і в її окремих регіонах в даний час необхідно докласти зусиль щодо вдосконалення організаційно-економічного механізму розвитку індустрії туризму та гостинності в нашій країні. На наш погляд, даний механізм доцільно совершенствиовать на різних рівнях - від центральної влади до місцевих громад та навчальних закладів.

1. На всіх рівнях державної влади:

- підтримувати розвиток індустрії туризму та гостинності в регіонах України і створювати сприятливі умови для залучення інвестицій в сферу туризму;
- передбачати в рамках цільових державних програм субсидування будівництва туристичної інфраструктури;
- сприяти розвитку міжрегіональних зв'язків, спрямованих на розвиток туризму та туристично-рекреаційних кластерів і зон;
- сформувати комунікаційну політику і активізувати широкомасштабні рекламно-іміджеві кампанії по просуванню великих регіональних і міжрегіональних проектів, програм і подієвих заходів у сфері туризму на вітчизняному та міжнародному ринках;
- сприяти обміну досвідом успішного розвитку індустрії туризму та гостинності в регіонах України та за кордоном в рамках проведених конференцій і нарад за підтримки органів державної влади, науково-освітніх установ і ділового співтовариства;
- сприяти співпраці між науковими, діловими центрами і туристичною індустрією для наукового забезпечення стійкого розвитку туризму;
- передбачити бюджетне фінансування науково-дослідних, проектно-вишукувальних робіт по формуванню комплексу туристичних продуктів.

2. Вищим навчальним закладам і науковим центрам:

- удосконалювати навчальні програми підготовки кадрів для сфери туризму і гостинності, впроваджувати прогресивні методи і засоби навчання відповідно до світового досвіду;
- при підготовці кадрів враховувати регіональну специфіку ринку туристичних послуг;
- організувати систему досліджень і розробок на регіональних ринках туристських послуг для виявлення туристського потенціалу регіону, створення та ефективного просування нових туристичних продуктів, впровадження нових технологій в туристичному бізнесі;
- сприяти розвитку міжкультурних і міждержавних комунікацій та обмінів.

3. Діловому співтовариству:

- підвищувати конкурентоспроможність українського туристичного бізнесу на внутрішньому і зовнішньому ринках;
- удосконалювати менеджмент і маркетинг туристичного бізнесу; на основі бенчмаркінгу впроваджувати кращий світовий досвід підприємницької діяльності;
- активізувати участь в реалізації великих туристських проектів на основі розвитку державно-приватного партнерства.

Перспективний розвиток індустрії туризму та гостинності, на наш вигляд, пов'язане з інноватикою, інноваціями, новими технологіями і розробкою венчурних (ризикових) проектів, для залучення нових груп клієнтів і придбання комерційної успішності. З одного боку нова технологія, або продукт - це інструмент економічних взаємин, з іншого боку механізм інвестиційної привабливості підприємства, або пошукового сервісу.

Інновація (нововведення) - це кінцевий результат інноваційної діяльності, що одержав реалізацію у вигляді нового або вдосконаленого продукту, реалізованого на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, використовуваного в практичній діяльності. Інновації в готельному і туристичному секторі покликані привернути клієнтів за рахунок персоніфікації продукту, що дозволяє зайняти певний сегмент і нішу ринку, і розробити альтернативний конкуруючий продукт. Інновація пов'язана з ідей, яка має унікальність і оригінальність і виражена у формі нового продукту або сервісу, який буде затребуваний на ринку і буде містити нову функцію, яка вирішить проблеми покупця. Але інновацій властиві ризикові чинники.

На наш погляд, ризик, пов'язаний з інновацією, обумовлений двома чинниками:

а) ступенем оригінальності і складності концепції, яка визначає прийняття новинки ринком і витрати переходу для користувача (ринковий ризик);

б) ступенем технологічної новизни концепції яка визначає її технічну здійсненність (технологічний ризик).

До цих властивим будь-якої інновації ризиків варто додати ступінь поінформованості фірми про ринок і технології (стратегічний ризик). В результаті виділимо інноваційні напрямки діяльності індустрії:

- один із напрямів пов'язано з інноватикою, і передбачає створення і поширення нових знань, які в подальшому переходять в новації та інновації. З цією метою в вузах та інших освітніх організаціях, що надають послуги професійної освіти, професійної підготовки та перепідготовки буде забезпечено впровадження кредитно-модульних технологій організації навчального процесу з індивідуальними освітніми траєкторіями для кожного учня. В тому числі при підготовці фахівців для готельного і туристичного бізнесу;
- наступне напрямок пов'язаний з технічними і технологічними інноваціями, до них можна віднести: реєстрацію клієнтів роботами (в Японських готелях); вхід в номер без ключа-карти, використовуючи тільки смартфон; регулювання температури в готельному номері, за допомогою смартфона; дзеркало - телевізор; сервіс Airbnb - online платформа для оренди житла і проживання в приватних будинках;
- ще один напрямок пов'язано з діяльністю сервісу

Airbnb. Це туристичний online посередник з надання послуг проживання в приватних будинках, основний конкурент представників готельної індустрії. Сервіс короткострокової оренди житла - нова модель економіки спільного споживання (sharingeconomy). У різний часовий інтервал інновації (продукт, концепція) повинні включати вирішення проблеми клієнта і користуватися попитом на ринку.

Висновки. Аналіз стану туристичної індустрії показує, що в її склад включаються природні об'єкти, пам'ятки історії та культури, соціально-культурні та лікувально-оздоровчі об'єкти, курортні місцевості, а так само засоби розміщення всіх видів. Встановлено, що в систему туристичної індустрії необхідно включити також ті ресурси, які визначають розвиток таких нових видів туризму, як конгрес-туризм, науковий туризм, бізнес-туризм, а саме - наукові та промислові підприємства і організації, що представляють інтерес для туристів.

В ході дослідження виявлено система внутрішніх і зовнішніх чинників і умов, що впливають на організаційно-економічні процеси в розвитку туристичної індустрії України.

Для розробки методичних підходів до визначення системи показників розвитку організаційно-економічних процесів індустрії туризму, принципово важливе значення має усвідомлення того, що цей процес має здійснюватися паралельно з процесом вдосконалення і розвитку механізму економічного і соціального прогнозування в галузі туризму. Звідси виникає потреба у формуванні паралельних (з офіційними статистичними баз) баз даних, що дозволяють задовольняти вимогам системи управління, що протікають. Крім цього, такі бази даних являють собою своєрідний полігон для відпрацювання відповідних інформаційних систем, і яких згодом найбільш ефективні елементи вводяться в офіційні статистичні бази даних, що дають можливість найбільш чітко сформувати систему показників.

Найбільш вагомим показником розвитку туризму є показник політичної стабільності. Він виступає як стабілізуючий і стимулюючий. Соціальний показник визначає потребу туристкою галузі в кваліфікованих кадрах. Достовірна оцінка поточного стану ринку праці і зайнятості в туристської галузі є базовою інформацією 'для розробки потреби в трудових ресурсах для галузі. Технологічний фактор сприяє швидкій індустріалізації туристичної галузі та доступу до туристичних послуг широких верств населення. У ряді випадку даний фактор сприяє формуванню нових видів туризму. Науково-технічний прогрес сприяє також глобалізації індустрії туризму. Даний процес супроводжується концентрацією туристських ринків та капіталу і підвищенням ролі великих туристських корпорацій.

Слід зазначити, що створення інноваційної інфраструктури в готельній індустрії залежить від рівня технологічного та економічного розвитку національної економіки. Країни, що мають розвинену виробничу інфраструктуру, характеризуються підвищенням ролі нематеріальних, нематеріальних факторів виробництва, інформатизацією суспільства, випереджаючим розвитком сфери послуг. Таким чином, формуються реальні можливості створення мережі консалтингових, інжинірингових, сервісних, інформаційних послуг, що сприяють підтримці інноваційних процесів.

В умовах трансформаційного суспільства інноваційна інфраструктура повинна сприяти входженню науки в ринкове середовище, розвитку підприємництва в науково-технічній сфері, тому її формування багато в чому визначається станом ринкової інфраструктури. В цілому інноваційна інфраструктура в готельній індустрії є організаційну, матеріальну, фінансово-кредитну, інформаційну базу для створення умов, що сприяють ефективній акумуляції та розподілу коштів, а також надання послуг високої якості.

Виходячи з вищевикладеного, можна зробити висновок: глобалізація в сфері туризму і гостинності визначається як процес різкого посилення туристичних потоків, а також потоків послуг, капіталу, інформації та технологій, як правило, не потрапляють під регулювання національних урядів. Глобалізація і розвиток інноваційних технологій мають довготривалий характер, а їх рушійною силою є, перш за все, революція в інформаційно-комунікаційній сфері, лібералізація ринків і загострення міжнародної конкуренції.

Список літератури.

1. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе: учебное пособие / М.А. Жукова. - 2-е изд. - М.: КНОРУС, 2006. - 192 с.
2. Коцюба Л.К. Основные направления инновационного развития гостиничной индустрии [Электронный ресурс] / Л.К.Коцюба. – Режим доступа :http://tourlib.net/statti_tourism/kocuba.htm
3. Туризм и гостеприимство через призму инноваций. Сборник статей конференции.- Москва: Изд-во «Университетская книга», 2017. – 205 с.
4. Менеджмент туризма : учебник / А.Д.Чудновский, Н.В.Королев, Е.А.Гаврилова, М.А.Жукова, Н.А.Зайцева. — М. : Федеральное агентство по туриз му, 2014. — 576 с.
5. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Інноваційна діяльність як фактор економічної безпеки промислового підприємства // *Інструменти та методи комерціалізації інноваційної продукції :* монографія / за ред. д.е.н., проф. Ілляшенка С.М., к.е.н., доц. Біловодської О.А. – Суми : Триторія, 2018. – С.56-74.
6. Kocziszky György, Veres Somosi M., Pererva P.G. Anti-corruption compliance in the enterprise's program // *Стратегічні перспективи розвитку економічних суб'єктів в нестабільному економічному середовищі*: зб. тез наук. робіт 2-ї Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. з міжнар. участю, 28-30 листопада 2017 р. / Кременч. нац. ун-т ім. Михайла Остроградського.– Кременчук, 2017. – С. 164-167.
7. Sikorska M., Kocziszky György, Pererva P.G. Compliance service at guest services enterprises / M.Sikorska, // *Менеджмент розвитку соціально-економічних систем у новій економіці* : матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Полтава, 19 жовтня 2017 р. – Полтава : ПУЕТ, 2017. – С. 389-391.
8. Kocziszky György, Veres Somosi M., Kobielieva T.O. Reputational compliance // *Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2017"* : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. / ред.: О. В. Манойленко, Є. М. Строков. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – С. 140-143.
9. Перерва П.Г., Нагі С., Nagy Szabolcs, Кобєлєва Т.О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.

10. Nagy Szabolcs, Sikorska M., Pererva P. Estimation of economic efficiency of power engineering // *Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток* : матеріали 10-ї Ювіл. Міжнар. наук.-практ. конф., 18-19 квітня 2018 р. – Харків : ХНУБА, 2018. – С. 3-6.

11. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.

12. Kocziszky György Veres Somosi M., Kobielieva T.O. Compliance risk in the enterprise // *Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність "Форвард–2017"* : тр. 8-ї Міжнар. наук.-практ. Internet-конф. студ. та молодих вчених, 27 грудня 2017 р. / ред.: П. Г. Перерва, Є.М.Строков, О.М.Гуцан. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – С. 54-57.

13. Nagy Szabolcs Sikorska M., Pererva P. Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire // *Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами* : матеріали 9-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 19 квітня 2018 р. – Київ : НАУ, 2018. – С. 21-22.

14. Nagy Szabolcs, Pererva P. Monitoring of innovation and investment potential of industrial enterprises // *Сучасні тенденції розвитку світової економіки : зб. матеріалів 10-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 18 травня 2018 р.* – Харків : ХНАДУ, 2018. – С. 88-89.

15. Nagy Szabolcs Digital economy and society – a cross country comparison of Hungary and Ukraine // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр*. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 46 (1267). – С. 174-179.

16. Романчик Т.В. Теорія інновації: дослідження понятійного апарату / Т.В.Романчик // Бізнес Інформ. – 2014. – № 10. – С. 138-142.

17. Potrashkova L., Raiko D., Tseitlin L., Savchenko O., Nagy S. (2018) Methodological provisions for conducting empirical research of the availability and implementation of the consumers' socially responsible intentions // *Маркетинг і менеджмент інновацій* / Marketing and management of innovations.- № 3.- pp.133-141.

18. Nagy S., Piskóti I., Molnár L., Marien, A. (2012). The relationship between values and general environmental behaviour. *Economics and Management*, No.17(1), pp.272-278.

19. Романчик Т.В. Економічна безпека підприємства: функціональні аспекти / Т. В. Романчик // *Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 10-річчю факультету міжнародного туризму та управління персоналом Запорізького національного технічного університету, 30-31 березня 2017 р. : [в 2 т.]. Т. 2 / ред. В. М. Зайцева. – Запоріжжя : "Просвіта", 2017. – С. 372-374.

20. Piskoti I., Nagy S. (2009) A new customer satisfaction management model (methodology and practice). *Economics and managements*, No. 14, pp. 483-490.

21. Романчик Т.1ёВ. Оцінка сучасного стану інноваційної діяльності підприємств України / Т. В. Романчик // *Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва*. – Харків : НТУ "ХПІ", 2008. – № 55 (1). – С. 52-61.

22. Pererva P., Nagy S., Maslak M. (2018) Organization of marketing activities on the intrapreneurship // *MIND JOURNAL* // Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna.- №5.- [Published online].- Access mode: https://mindjournal.wseh.pl/sites/default/files/article/09-18/organization_of_marketing_activities_on_the_intrapreneurship.pdf

23. Романчик Т. В. Наукові засади дефініції "економічна безпека" / Т. В. Романчик // *Стратегічні перспективи розвитку економічних суб'єктів в нестабільному економічному середовищі* : зб. тез наук. робіт 1-ї Всеукраїнської наук.-практ. інтернет-конф., 21-23 березня 2017 р. – Кременчук : КрНУ, 2017. – С. 206-209.

24. Перерва П.Г. Комплексний підхід до управління конкурентоспроможністю промислової продукції / П.Г.Перерва, Т.В.Романчик // *Перспективи і пріоритети розвитку економіки України та її регіонів* : зб. наук. праць. – Луцьк : ЛНТУ, 2012. – Вип. 9 (34). – Ч. 2.– С. 19–29.

25. Nagy S. (2017) The Impact Of Country Of Origin In Mobile Phone Choice Of Generation Y And Z // *JOURNAL OF MANAGEMENT AND TRAINING FOR INDUSTRIES*.- №4.- pp.16-29.

References (transliterated)

1. Zhukova M.A. Menedzhment v turistskom biznese: uchebnoye posobiye [Management in the tourist business: study guide]. - M.: KNORUS, 2006. - 192 s.

2. Kotsyuba L.K. Osnovnyye napravleniya innovatsionnogo razvitiya gostinichnoy industrii [The main directions of the innovation development of the hotel industry].– Rezhim dostupa :http://tourlib.net/statti_tourism/kocuba.htm

3. Turizm i gostepriimstvo cherez prizmu innovatsiy [Tourism and hospitality through the prism of innovation]. Sbornik statey konferentsii.- Moskva: Izd-vo «Universitetskaya kniga», 2017. – 205 s.

4. Menedzhment turizma : uchebnik [Tourism management: textbook] / A.D.Chudnovskiy, N.V.Korolev, Y.A.Gavrilova, M.A.Zhukova, N.A.Zaytseva.- M.: Federalnoye agentstvo po turiz mu, 2014.- 576 s.

5. Pererva P.G., Romanchyk T.V. Innovatsiyna diyalnist yak faktor ekonomichnoyi bezpeky promyslovoho pidpryyemstva [Innovative activity as a factor of economic safety of an industrial enterprise] // *Instrumenty ta metody komertsializatsiyi innovatsiynoyi produktsiyi : monohrafiya* [Instruments and methods of commercialization of innovative products: monograph] / za red. d.e.n., prof. Illyashenka S.M., k.e.n., dots. Bilovodskoyi O.A. – Sumy : Trytoriya, 2018. – S.56-74.

6. Kocziszky György, Veres Somosi M., Pererva P.G. Anti-corruption compliance in the enterprises program // *Stratehichni perspektyvy rozvytku ekonomichnykh subyektiv v nestabilnomu ekonomichnomu seredovyshchi:* zb. tez nauk. robit 2-yi Vseukr. nauk.-prakt. internet-konf. z mizhnar. uchastyu, 28-30 lystopada 2017 r.[Strategic prospects for the development of economic actors in an unstable economic environment: Sb. thesis of sciences. Works of the 2nd Allukr. science-practice internet conf. from international Participation, November 28-30, 2017] / Kremench. nat unm im. Mikhail Ostrogradsky. - Kremenchuk, 2017. - p. 164-167.

7. Sikorska M., Kocziszky György, Pererva P.G. Compliance service at guest services enterprises // *Menedzhment rozvytku sotsialno-ekonomichnykh system u noviy ekonomitsi : materialy Mizhnar. nauk.-prakt. internet-konf., m. Poltava, 19 zhovtnya 2017 r.*[Management of the development of socio-economic systems in the new economy: materials International. science-practice Internet conf., Poltava, October 19, 2017].- Poltava: BULLS, 2017. - p.389-391.

8. Kocziszky György, Veres Somosi M., Kobielieva T.O.Reputational Compliance // *Doslidzhennya ta optymizatsiya ekonomichnykh protsesiv "Optymum–2017" : tr. 13-yi Mizhnar. nauk.-prakt. konf., 6-8 hrudnya 2017 r. / red.: O. V. Manoylenko, YE. M. Strokov* [Research and Optimization of Economic Processes "Optimum-2017": Tr. 13th International science-practice Conf., December 6-8, 2017 / ed.: O. V. Manoylenko, E. M. Strokov]. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2017. – C. 140-143.

9. Pererva P.G., Nagy Szabolcs, Kobielieva T.O. Otsinka vplyvu innovatsiynoyi, investytsiynoyi ta marketynhovoyi polityky pidpryyemstva na riven′ konkurentospromozhnosti [Estimation of influence of innovation, investment and marketing policy of the enterprise on the level of competitiveness] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr*.[Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences): Sb. sciences Ave]. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 15 (1291). – S. 89-94.

10. Nagy Szabolcs, Sikorska M., Pererva P. Estimation of economic efficiency of power engineering // *Yevropeyskyy vektor modernizatsiyi ekonomiky: kreatyvnist, prozoristta stalyy rozvytok : materialy 10-yi Yuvil. Mizhnar. nauk.-prakt. konf., 18-19 kvitnya 2018 r.*[European Vector of Economy Modernization: Creativity, Transparency and Sustainable Development: Materials of the 10th Anniv. International science-practice Conf., April 18-19, 2018]. – Kharkiv : KHNUBA, 2018. – S. 3-6.

11. Pererva P.G., Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. *Technology transfer*. Kharkiv-Miskolc: NTU "KhPI", 2012. - 668 p.

12. Kocziszky György Veres Somosi M., Kobielieva T.O. Compliance risk in the enterprise // *Stratehiyi innovatsiynoho rozvytku ekonomiky Ukrayiny: problemy, perspektyvy, efektyvnist "Forvard–2017" : tr. 8-yi Mizhnar. nauk.-prakt. Internet-konf. stud. ta molodykh vchenykh, 27 hrudnya 2017 r. / red.: P. H. Pererva, YE. M. Strokov, O. M. Hutsan* [Strategies of innovative development of the Ukrainian economy: problems, prospects, and effectiveness "Forward-2017": tr. 8th International science-practice Internet Conf. studio and young scientists, December 27, 2017 / ed.: P. G. Pererva, E. M. Strokov, A. M. Gutsan]. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2017. – S. 54-57.

13. Nagy Szabolcs Sikorska M., Pererva P. Current evaluation of the patent of the issue of law questionnaire // *Suchasni pidkhody do kreatyvnoho upravlinnya ekonomichnymy protsesamy : materialy 9-yi Vseukr. nauk.-prakt. konf., 19 kvitnya 2018 r.* [Modern approaches to creative management of economic processes: materials of the 9th Allukr. science-practice Conf., April 19, 2018]. – Kiev : NAU, 2018. – S. 21-22.

14. Nagy Szabolcs, Pererva P. Monitoring of innovation and investment potential of industrial enterprises // *Suchasni tendentsiyi rozvytku svitovoyi ekonomiky : zb. materialiv 10-yi Mizhnar. nauk.-*

prakt. konf., 18 travnya 2018 r. [Current trends of world economy development: Materials of the 10th International science-practice Conf., May 18, 2018]. – Kharkiv : KHNADU, 2018. – S. 88-89.

15. Nagy Szabolcs Digital economy and society – a cross country comparison of Hungary and Ukraine // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivs'kyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr. 2017* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences): Sb. sciences Ave] – Kharkiv : NTU "KHPI", 2017.– № 46 (1267). – S. 174-179.

16. Romanchik T.V. Teoriya innovatsiyi: doslidzhennya ponyatiynoho aparatu [Theory of innovation: the study of the conceptual apparatus] // *Biznes Inform* [Business Inform]. - 2014. - No. 10. - P. 138-142.

17. Potrashkova L., Raiko D., Tseitlin L., Savchenko O., Nagy S. (2018) [Methodological provisions for conducting empirical research on the availability and implementation of the consumers' socially responsible intentions] // Marketing and management of innovations / Marketing and management of innovations.- No. 3.- pp.133-141.

18. Nagy S., Piskóti I., Molnár L., Marien, A. (2012). The relationship between values and general environmental behaviors. Economics and Management, No. 17 (1), pp.272-278.

19. Romanchik T.V. Ekonomichna bezpeka pidpryyemstva: funktsional'ni aspekty [Economic security of the enterprise: functional aspects] // Stratehichni imperatyvy rozvytku turyzmu ta ekonomiky v umovakh hlobalizatsiyi [*Strategic imperatives of tourism and economy development in the conditions of globalization*] Materials International. science-practice conference devoted to the 10th anniversary of the faculty of international tourism and personnel management of the Zaporizhzhya National Technical University, March 30-31, 2017: [in 2 tons]. T. 2 / ed. V. M. Zaitseva. - Zaporozhye: Prosvita, 2017. - P. 372-374.

20. Piskoti I., Nagy S. (2009) A new customer satisfaction management model (methodology and practice). Economics and Management, No. 14, pp. 483-490.

21. Romanchik T.V. Otsinka suchasnoho stanu innovatsiynoyi diyal'nosti pidpryyemstv Ukrayiny [Estimation of the current state of innovation activity of Ukrainian enterprises / T. Romanchyk // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" : zb. nauk. pr*.[Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave]. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2008. - No. 55 (1). - P. 52-61.

22. Pererva P., Nagy S., Maslak M. (2018) [Organization of marketing activities on the intrapreneurship // MIND JOURNAL // Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna.- No.5.- [Published online] .- Access mode: https://mindjournal.wseh.pl/sites/default/files/article/09-18/organization_of_marketing_activities_on_the_intrapreneurship.pd

23. Romanchik T.V. Naukovi zasady definitsiyi "ekonomichna bezpeka" [Scientific principles of the definition of "economic security"] // Stratehichni perspektyvy rozvytku ekonomichnykh sub'yektiv v nestabil'nomu ekonomichnomu seredovyshchi [*Strategic prospects for the development of economic actors in an unstable economic environment*]: Sb. thesis of sciences. Works of the 1st All-Ukrainian Sciences. -Prekt. Internet conf., March 21-23, 2017 - Kremenchuk: KrnU, 2017. - P. 206-209.

24. Pererva P.G., Romanchik T.V. Kompleksnyy pidkhid do upravlinnya konkurentospromozhnistyu promyslovoyi produktsiyi [Integrated Approach to Managing the Competitiveness of Industrial Products] // *Perspektyvy i priorytety rozvytku ekonomiky Ukrayiny ta yiyi rehioniv : zb. nauk. prats* [Perspectives and Priorities of the Ukrainian Economy and its Regions] Sb. sciences works. - Lutsk: LNTU, 2012. - Vip. 9 (34). - Ch. 2.- P. 19-29.

25. Nagy S. (2017) [The Impact of the Country of Origin in the Mobile Phone Choice of Generation Y And Z // JOURNAL OF MANAGEMENT AND TRAINING FOR INDUSTRIES .- No. 4.- pp.16-29.

Надійшла (received) 28.11.2018

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Перерва Петро Григорович (Перерва Петр Григорьевич, Pererva Petr Grigorievich) – доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», завідувач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; тел.: (067) 940-16-81; e-mail: pgpererva@gmail.com

Косенко Андрій Васильович (Косенко Андрей Васильевич, Kosenko Andrey Vasilyevich) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; тел.: (050) 281-09-94; e-mail: avakos74@gmail.com

Маслак Марія Володимирівна (Маслак Мария Владимировна, Maslak Maria Vladimirovna) - Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», старший викладач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; тел.: (057) 707-68-56; e-mail mariya.maslak2016@gmail.com

Матросова Вікторія Олександрівна (Матросова Виктория Александровна, Matrosova Viktoriya Oleksandrivna) кандидат економічних наук, доцент, викладач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», e-mail: vm4323@gmail.com

Долина Ірина Володимирівна (Долина Ирина Владимировна, Dolyna Iryna Vladimirovna) - кандидат економічних наук, доцент, профессор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, м. Харків, Україна; ORCID: https://orcid.org/0000-0002-3507-5497, e-mail: dolyna_i@bigmir.net

ЗМІСТ

КОСЯК А.П., РЯБИХ І.В.
ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНА ІНФОРМАЦІЯ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ФОНДУ ОПЛАТИ ПРАЦІ У ЦУКРОВОМУ ВИРОБНИЦТВІ 3

ШЕЯНОВА Е.Д.
ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ В ХАРКІВСЬКОМУ РЕГІОНІ 12

ЯЦЕНКО О. М., ГОРБУНОВ М. П.
ІНВЕСТИЦІЇ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ЯК ЕФЕКТИВНА СТРАТЕГІЯ СУЧАСНИХ КОМПАНІЙ-ЛІДЕРІВ 16

КРАМСЬКОЙ Д. Ю.
ЗАСТОСУВАННЯ НОВИХ МЕТОДІВ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ 21

ГАВРИСЬ О.М., ГАВРИСЬ О.О., ГАВРИСЬ П.О.
СТРУКТУРА ТА ДИНАМІКА ТОРГОВЕЛЬНОГО БАЛАНСУ УКРАЇНИ 27

НОВІК І.О., ПЕЛЮХНЯ П.Р.
ЛІДЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ 32

ТЕСЛЕНКО К. Д.
УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДХОДУ 36

ШОВКОПЛЯС Т.С.
ДЕРЖАВНИЙ ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛЬЗА СПЛАТОЮ ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК, ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО ЙОГО АДМІНІСТРУВАННЯ 42

КОБЄЛЄВА Т. О.
РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ПО ФОРМУВАННЮ ІНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗНИКА КОМПЛАЄНС-БЕЗПЕКИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА 46

ЛІТВИНЕНКО О.О., ЛІТВИНЕНКО М.В.
РЕАЛІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ ШЛЯХОМ СПРОБИ СТВОРЕННЯ ПЕРШОГО ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ 53

АЛЕКСАНДРОВА В. О., СТРИГУЛЬ Л.С., ЧАЙКА Т.Ю.
ФОРМУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ЛАНЦЮГІВ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ 60

КОЛЯДА Т.І., КУЗЬМЕНКО Т.С.
КОНЦЕПТ ТА ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 64

ГОРОВИЙ Д.А., ОЛЬХОВСЬКИЙ Д.О.
ВПЛИВ РИС КЕРІВНИКА НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 69

СКОТНІКОВА Л.П., САФРОНОВА А. О.
УПРАВЛІННЯ ПІДВИЩЕННЯМ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ 73

КОБЄЛЄВ В. М., КІТЧЕНКО О. М., КОБЄЛЄВА А. В.
ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ СЕРВІСНИХ ПОСЛУГ МІСТА ХАРКОВА, НА ПРИКЛАДІ СЕРВІСНОГО ЦЕНТРУ FRESHIT 78

ПОГОРЄЛОВ С.М.
ВПЛИВ ІТ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ 84

ПРИЛУЦЬКА Ю.С., ПАТЛАНЬ Е.В., ЯКОВЛЕВ А.І.
ЕФЕКТИВНОСТЬ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ 88

СИНІГОВЕЦЬ О. М., ТВЕРДОХЛЄБОВА А. С.
ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ *92*

ІЛЬЧЕНКО Ю.О., КУРЧЕНКО А.А., СІКЄТІНА Н.Г.
ПРИНЦИПИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ТА ЙОГО КЛЮЧОВІ КАТЕГОРІЇ *96*

ГЕВОРКЯН А.Ю., КАПЛУН А.В., ЛОКТІОНОВА О.С.
БЕЗПАПЕРОВИЙ ОФІС В УКРАЇНСЬКИХ РЕАЛІЯХ НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ ПАТ «САН ІНБЕВ УКРАЇНА» *100*

ПОГОРЄЛОВ М.І.
УДОСКОНАЛЕННЯ ГОСПРОЗРАХУНКОВИХ ВІДНОСИН У РЕМОНТНОМУ ГОСПОДАРСТВІ ПІДПРИЄМСТВ *104*

СИСОЄВ В. В., САКУН Т. В.
МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ МОЛОКОПЕРЕРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА *108*

БОРЗЕНКО В.І., П'ЯТАК Т.В.
СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА *116*

ПЕРЕРВА П.Г., КОСЕНКО А.В., МАСЛАК М.В., МАТРОСОВА В.О., ДОЛИНА І.В.
РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ *121*

CONTENT

A. KOSYAK, I. RIABYKH
REGISTRATION-ANALYTICAL INFORMATION ON FORMING OF FUND OF REMUNERATION OF LABOUR IN SACCHARINE PRODUCTION.....3

E.D. SHEIANOVA
ECONOMIC EFFICIENCY OF COMPANIES OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS IN KHARKOV REGION.....12

O. YATSENKO, M. HORBUNOV
INVESTMENTS IN HUMAN CAPITAL AS AN EFFECTIVE STRATEGY OF MODERN LEADERSHIP COMPANIES.....16

D. Y. KRAMSKOI
APPLICATION OF NEW INFORMATION INTERPRETATION METHODS FOR IMPROVING THE QUALITY OF INVESTMENT PROJECTS.....21

O.M. GAVRYS, O.O. GAVRYS, P.O. GAVRYS
STRUCTURE AND DINAMICS OF THE TRADE BALANCE OF UKRAINE.....27

I.O. NOVIK, P.R.PELYUKHNYA
LEADERSHIP AS AN EFFECTIVE MANAGEMENT TOOL 32

K.D. TESLENKO
MANAGEMENT OF PRODUCT SALES ON EXTERNAL MARKETS WITH THE USE OF INNOVATIVE APPROACH 36

T.S. SHOVKOPLYAS
STATE FINANCIAL CONTROL IS AFTER THE INPAYMENT OF INCOME TAX, AS AN INSTRUMENT OF HIS EFFECTIVE ADMINISTRATION 42

T. O. KOBIELIEVA
DEVELOPMENT OF RECOMMENDATIONS BY FORMATION OF THE INTEGRATED INDICATOR COMPLEX SAFETY INDUSTRIAL ENTERPRISE.....46

A.ALITVINENKO, M.V. LITVINENKO
REALIZATION OF ENTREPRENEURIAL CAPACITY BY AN ATTEMPT OF CREATING THE FIRST PERSONAL BUSINESS.....53

V. A. ALEKSANDROVNA, L.S.STRYGUL, T.Y. CHAIKAV
FORMINGS OF HOTEL CHAINS AT THE MARKET OF TOURIST SERVICES.....60

KOLIADA T., KUZMENKO T.
CONCEPT AND PROBLEMS OF MARKETING ACTIVITY 64

D.A. GOROVYI, D.O. OLKHOVSKYI
INFLUENCE OF THE MANAGER'S FEATURES ON THE EFFICIENCY OF THE ENTERPRISE ACTIVITY.....69

L.P. SKOTNIKOVA, A.O. SAFRONOVA
MANAGEMENT SCHEME TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF THE ACTIVITIES OF VINEYARD COMPANIES.....73

V. N. KOBIELIEV, E. N. KITCHENKO, A. V. KOBIELIEVA
MARKET RESEARCH OF SERVICES IN KHARKOV ON THE EXAMPLE OF FRESHIT SERVICE CENTER.....78

S.M. POHORIELOV
THE IMPACT OF IT ON DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY.....84

Y.S. PRILUTSKA, E.V. PATLAN, A.I. YAKOVLEV
EFFICIENCY OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION OF THE ECONOMY 88

O. SINIGOVETS, A. TVERDOKHLEBOVA
THEORETICAL ANALYSIS OF THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM EFFECTIVE FORMATION 92

Y. O. ILCHENKO, A. A. KURCHENKO, N. H. SIKETINA
PRINCIPLES OF THE ECONOMIC ANALYSIS AND KEY CATEGORIES 96

A. GEVORKYAN, A. KAPLUN, O. LOKTIONOVA
THE PAPERLESS OFFICE IN UKRAININAN REALITIES ON THE EXAMPLE OF THE PJCS «SUN INBEV UKRAINE» COMPANY 100

M.I. POGORELOV
IMPROVEMENT OF COST-ACCOUNTING RELATIONS IN THE REPAIR SECTOR ENTERPRISES 104

V. V. SYSOIEV, T. V. SAKUN
SALES ACTIVITY MANAGEMENT MECHANISM OF THE DAIRY PROCESSING COMPANY 108

V.I. BORZENKO, T.V. PYATAK
STRATEGIC OF MANAGEMENT OF THE COMPANY'S RECEIVABLE DEBT 116

P.G.PERERVA, A.V.KOSENKO, M.V.MASLAK, V.O.MATROSOVA, I.V. DOLINA
DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF MANAGEMENT OF THE DEVELOPMENT OF THE INDUSTRY OF TOURISM AND HOTELS 121

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ВІСНИК

НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ «ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

(ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ)

Збірник наукових праць

№ 48 (1324) 2018

Наукові редактори
д-р екон. наук, проф. П.Г. Перерва,
к-д. екон. наук, проф. М.І. Погорєлов
Науково-технічний редактор
к-д. екон. наук, проф. С.М. Погорєлов

Відповідальний за випуск
к-д. техн. наук І.Б. Обухова

АДРЕСА РЕДКОЛЕГІЇ: *61002, Харків, вул. Фрунзе, 21. НТУ "ХПІ".*
Кафедра: «Организація виробництва і управління персоналом»,
Тел. (057) 707-62-53, (057) 707-65-07,
e-mail: tpep_bulletin@ukr.net

Підп. до друку 30.11.2018 р.Формат 60х84 1/16. Папір офсетний. RISO-друк. Гарнітура Таймс.
Ум.друк.арк. 10,6. Обл.-вид. арк. 11,7.
Наклад 300 прим. Зам. № 425. Ціна договірна.

Видавничий центр НТУ «ХПІ». Свідоцтво про державну реєстрацію
суб'єкта видавничої справи ДК № 5478 від 21.08.2017 р.
61002, Харків, вул. Кирпичова 2

Друк-ФОП Шейніна О.В.,
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготовників
і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 2779 від 15.09.2007 р.
61052, Харків, вул. Славянская, 3 оф.5