

інноваційна технологія, інноваційний продукт або інноваційний проект може розвинути та надихнути ринок кліматичних інновацій в Україні. Чи може вона збільшити частку ринку бенефіціара або змінити всю екосистему кліматичних інновацій в Україні [4].

Таким чином, в сучасних умовах недостатності та невідновлювальності природних ресурсів, фінансова підтримка діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання з розробки, впровадження та реалізації кліматичних інновацій в Україні є вкрай важливою. Одним з ефективних фінансово-економічних інструментів такої підтримки є інноваційні ваучери, які надаються в Україні в рамках програми FINTECC Європейського Банку Реконструкції та Розвитку й направлені на скорочення споживання енергії, зменшення викидів парникових газів та скорочення ресурсоемності виробництва.

Література: 1. Джеджула В.В. Енергозбереження промислових підприємств: методологія формування, механізм управління: монографія. Вінниця: ВНТУ, 2014. 346 с. 2. Афанасьєв М.В., Салашенко Т.І. Стратегія підвищення енергоефективності промисловості регіону: теоретико-методичні аспекти формування: монографія. Х. : Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. 284 с. 3. Максимчук М.В. Інструменти підтримки бізнесу в регіоні: проблеми формування та перспективи інституціалізації. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України: Збірник наукових праць*. 2018. Вип. 4 (132). С. 33-38. 4. Програма «Інноваційні ваучери» ГО Greencubator. URL: <https://innovoucher.com.ua/aboutus/> (дата звернення 03.04.2021).

ВИКОРИСТАННЯ ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Д-р екон. наук, проф. Косенко О.П., канд. екон. наук, доц. Кобелев В.М.,
Студентка Болух І.О.

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Оцінювання персоналу визначає рівень кваліфікації працівників, рівень знань, навичок, здібностей, дає уявлення про ділові та моральні риси особистості. Кадрова служба має вибирати методи оцінювання з урахуванням особливостей своєї організації та позитивних і негативних сторін кожного методу. Закордонний досвід рекомендує при оцінюванні персоналу розподіляти функції оцінювання між лінійними керівниками (менеджерами) і менеджерами з персоналу (кадровими службами). Таким чином слід зробити висновок про те, що в оцінюванні персоналу беруть участь не тільки співробітники кадрових служб, але й лінійні керівники. Закордонний досвід в якості основного методу оцінювання персоналу рекомендує використовувати процедуру атестації. Пропонуємо визначати процедуру *атестації* як спеціальну комплексну оцінку сильних і слабких сторін працівників (знань, навичок, умінь, рис характеру), рівня їх відповідності вимогам посади, діяльності та їх результативності. При використанні рекомендацій атестації працівник оцінюється своїм безпосереднім керівником.

На нашу думку, особливість та оригінальність процедури оцінювання персоналу може бути зведена до наступних положень:

а) при атестації використовуються різні методи оцінювання тих чи інших характеристик співробітника;

б) до процедури атестації передбачається залучення колективу, його представників до підготовки матеріалів і безпосереднього проведення атестації, при цьому проводяться опитування працівників, готуються характеристики за

участю громадськості, створюється атестаційна комісія з провідних фахівців і представників громадськості;

в) важливим є те, що хід підготовки атестації, зміст матеріалів, які даються на атестацію та її результати, висвітлюються та обговорюються в колективі.

З урахуванням світового досвіду рекомендуємо атестацію персоналу проводити не менше одного разу в п'ять років; відносно керівників і спеціалістів виробничих галузей народного господарства – один раз в три роки; майстрів, начальників цехів - один раз в два роки.

Пропонуємо використовувати три види атестації:

- *підсумкова атестація* – це повна і всебічна оцінка виробничої діяльності працівників за весь період. Це оцінка минулого, без якої важко зрозуміти сучасне і робити висновки щодо готовності людини до майбутнього. Але навіть найпрекрасніші успіхи в минулому не гарантують їх у майбутньому, оскільки все змінюється, і тому потрібна оцінка особистих якостей, що дозволить передбачити поведінку людини в нестандартних ситуаціях. Цей вид атестації доцільно проводити один раз в три – п'ять років;

- *проміжна атестація* проводиться через відносно короткий період, і кожна наступна атестація ґрунтується на результатах попередньої. Наприклад, в США інтервал між атестаціями складає для молодших службовців і робітників – шість місяців, для спеціалістів і керівників – один рік.

- *спеціальна атестація* проводиться у випадках необхідності. Так, наприклад, направлення працівника на навчання, затвердження на нову посаду, підвищення заробітної плати тощо.

В закордонних фірмах дані атестації заносять в «інвентаризаційну карту» працівника. Українським законодавством передбачено, що атестація працівників є умовою формування персоналу в підприємствах та умовою зміни трудового договору, умовою стимулювання працівників до підвищення кваліфікації, покращення якості роботи. За результатами атестації рекомендуємо складати схему посад, з визначенням правил роботи з кожним працівником. Її ефективність визначається передусім її об'єктивністю, гласністю, безперервністю і досягається: а) повнотою системи показників діяльності й поведінки працівників, які використовуються для оцінки; б) достатністю та вірогідністю інформації; в) узагальненням результатів діяльності й поведінки працівників за весь міжатестаційний період і динаміки змін цих результатів; г) демократичністю оцінки, широким залученням до неї колег і підлеглих.

Література: 1. Перерва П.Г. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності / П.Г.Перерва, С.Нагі, Т.О.Кобелева // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94. 2. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Антикризисный менеджмент производственно-коммерческой деятельности предприятий машиностроения // Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса: колл.моногр.- СПб.: Астерион, 2010.- Т.2.- п.6.2.- С. 254-264. 3. Экономика и организация труда / И.Н.Погорелов [и др.]. – Харьков : Фактор, 2007. – 640 с. 4. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління. Вісник НТУ «ХПІ». 2015. № 59 (1168). С. 148-152. 5. Kocziszky György, Somosi Veres M., Kobieliava T.O Reputational compliance // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2017" : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. Харків, 2017.– С. 140-143. 6. Pererva P.G., Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI»,

2012. 668 р. 7. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). – Харьков : Фактор, 2009. 480 с. 8. Перерва П.Г. Потребность в электротехнических средствах автоматизации. Теория и методы определения. - Харьков : Основа. 1991. 114 с. 9. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г. Антикризовий моніторинг фінансово-економічних показників роботи машинобудівного підприємства. Економіка розвитку. Харків : ХНЕУ. 2010. №2 (54). С.46-50. 10. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві. Навч.посібник.- Харків : «Основа», 1993.- 288с. 11. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства. Економіка розвитку. 2011. № 4 (60). С. 116-120. 12. Перерва П.Г., Гочарова Н.П., Яковлев А.И.Маркетинг инновационного процесса. Учебное пособие - Киев: ВИРА-Р. 1998.- 267с. 13. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с. 14. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. – К.: Знання, 2009. – 1070 с. 15. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592 с. 16. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи. Вісник нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 24 (1246). – С. 153-158.

ЕЛЕМЕНТИ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Канд. екон. наук, доц. Косенко А.В., д-р екон. наук, проф. Перерва П.Г.,
ст. Видря Є.В.

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Туризм на сьогоднішній день є дуже показовим чинником розвитку цивілізації, методом пізнання навколишньої дійсності, способом підвищення культурного рівня та відновлення здоров'я людей. В кінці ХХ ст. і початку ХХІ туризм стає масовим явищем, а туристський бізнес переживає справжній бум. Оскільки туризм - вигідна сфера інвестування, з початку реформ в Україні цим бізнесом почали займатися люди, дуже далекі від підприємницької діяльності, так як сфера туризму приваблювала і приваблює багатьох підприємців своєю уявною легкістю. В даний час розвиток туризму в Україні стримується комплексом факторів: низьким професіоналізмом, високим оподаткуванням, економічною нестабільністю і т.д. Однак за прогнозами фахівців наша країна в стані увійти в число регіонів, найбільш популярних серед туристів. Для успішної роботи туристичного бізнесу потрібно здійснити значні інвестиції в інфраструктуру галузі, підготувати кваліфіковані кадри, навчити підприємців успішно конкурувати на цьому ринку, організувати більш ефективну допомогу держави. Туристський бізнес передбачає складну систему відносин між постачальниками і споживачами відповідних послуг, між туристичними фірмами і їх конкурентами, а також між партнерами по бізнесу.

Нами пропонується в підприємницьку діяльність туристичної фірми на ринку включити наступні елементи: а) вибір ринкової ніші; б) розробку туристичного продукту; в) визначення обсягу послуг, що надаються; г) вдосконалення ціноутворення; д) розширення рекламної діяльності, наукових досліджень; е) залучення інвестицій; взаємодія з іншими компаніями; ж) взаємини з державними органами.