

Т.О.КОБЕЛЄВА, С.М.ІЛЛЯШЕНКО, О.О.НОСИРЄВ, М.Ю.ГЛІЗНУЦА
КОМПЛАСНС-СКЛАДОВА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ
ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

Головною тенденцією в аналізі системи управління є оцінка її ефективності. Управління сферою туризму постійно стикається з необхідністю визначення в рамках розроблених національних і регіональних програм економічних показників очікуваних результатів, розробки науково обґрунтованих соціальних індикаторів розвитку туризму.

Метою статті є дослідження методологічної бази оцінки економічної ефективності та розробка комплексної багаторівневої методики економічної оцінки туристичної галузі України на різних рівнях ієрархії управління. Економічна ефективність означає здатність всієї економіки отримати максимальний результат з існуючих обмежених ресурсів. Техніко-економічна характеризує рівень розвитку продуктивних сил суспільства і результативності їх використання безвідносно до суспільного ладу, існуючим відносинам. У даному дослідженні автори розглядають загальну ефективність туристичного продукту та туристичного бізнесу, яка включає наступні похідні: економічну ефективність, ефективність управління. Економічна ефективність взята авторами як складова загальної ефективності, тому що будь-якому підприємству (не тільки в сфері туристичного бізнесу) важливо оцінити результати своєї діяльності, виражені у відповідних показниках, визначити витрати, пов'язані з цією діяльністю, а також раціоналізувати схеми розподілу коштів для підвищення ефективності організації в цілому.

Запропоновано визначити три рівні економічної ефективності туристської послуги та туристської діяльності: в масштабах держави (всього міжгалузевого комплексу туристичної індустрії); на рівні регіону; в масштабах туристського підприємства. У масштабах держави економічний ефект туристичної індустрії постає перш за все як внесок у виробництво валового внутрішнього продукту. Витрати на виробництво туристських благ в масштабах держави і регіонів включають не тільки сукупні прямі витрати туристських підприємств, а й непрямі витрати, що покриваються з бюджетів різних рівнів. Ефект від туристської діяльності на рівні регіону постає у формі доходу у вигляді прибутку, заробітної плати, орендної плати туристських підприємств регіону (а також їх суміжників та туристичної інфраструктури), зайнятості населення регіону. На рівні туристичного підприємства обсяг вироблених товарів і послуг може характеризуватися в вартісному вираженні обсягом валової і чистої продукції підприємства, обсягом реалізації (виручкою від реалізації) туристичних послуг. В статті відмічається, що крім корисних результатів туристська діяльність дає ряд негативних наслідків, які також треба враховувати при оцінці ефективності туристичного бізнесу.

Ключові слова: туризм, конкурентні переваги, ефективність, бізнес, економічні фактори, туристичні підприємства

Т.А.КОБЕЛЕВА, С.М.ІЛЛЯШЕНКО, А.А.НОСИРЄВ, М.Ю.ГЛІЗНУЦА
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ И ЭФФЕКТИВНОСТИ
ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Главной тенденцией в анализе системы управления является оценка ее эффективности. Управление сферой туризма постоянно сталкивается с необходимостью определения в рамках разрабатываемых национальных и региональных программ экономических показателей ожидаемых результатов, разработки научно обоснованных социальных индикаторов развития туризма.

Целью статьи является исследование методологической базы оценки экономической эффективности и разработка комплексной многоуровневой методики экономической оценки туристической отрасли Украины на разных уровнях иерархии управления. Экономическая эффективность означает способность всей экономики получить максимальный результат из существующих ограниченных ресурсов. Техніко-економічна характеризує рівень розвитку виробничих сил суспільства і результативності їх використання безотносительно к общественному строю, существующим отношениям. В данном исследовании авторы рассматривают общую эффективность туристического продукта и туристического бизнеса, которая включает следующие производные: экономическую эффективность, эффективность управления. Экономическая эффективность взята авторами как составляющая общей эффективности, потому что любому предприятию (не только в сфере туристического бизнеса) важно оценить результаты своей деятельности, выраженные в соответствующих показателях, определить затраты, связанные с этой деятельностью, а также рационализировать схемы распределения средств для повышения эффективности организации в целом.

Предложено определять три уровня экономической эффективности туристской услуги и туристской деятельности: в масштабах государства (всего межотраслевого комплекса туристической индустрии) на уровне региона; в масштабах туристского предприятия. В масштабах государства экономический эффект туристической индустрии возникает прежде всего как вклад в производство валового внутреннего продукта. Затраты на производство туристских благ в масштабах государства и регионов включают не только совокупные прямые затраты туристских предприятий, но и косвенные расходы, покрываемые из бюджетов разных уровней. Эффект от туристской деятельности на уровне региона предстает в форме дохода в виде прибыли, заработной платы, арендной платы туристских предприятий региона (а также их смежников и туристической инфраструктуры), занятости населения региона. На уровне туристического предприятия объем произведенных товаров и услуг может характеризоваться в стоимостном выражении объемом валовой и чистой продукции предприятия, объемом реализации (выручкой от реализации) туристических услуг. В статье отмечается, что кроме полезных результатов туристская деятельность дает ряд негативных последствий, которые также надо учитывать при оценке эффективности туристического бизнеса.

Ключевые слова: туризм, конкурентные преимущества, бизнес, экономические факторы, туристические предприятия

Т.О.КОБИЕЛІЄВА, С.М.ІЛЛЯШЕНКО, О.О.НОСИРЄВ, М.Ю.ГЛІЗНУЦА
ECONOMIC ASSESSMENT OF COMPETITIVE BENEFITS AND EFFICIENCY OF TOURISM
PRODUCTS

The main trend in the analysis of the management system is to assess its effectiveness. Tourism management constantly faces the need to identify the expected results of developing national and regional programs in the framework of national and regional programs, and to develop scientifically based social indicators for tourism development.

The purpose of the article is to study the methodological basis of the estimation of economic efficiency and to develop a complex multilevel method of economic evaluation of the tourism industry of Ukraine at different levels of the management hierarchy. Economic efficiency means the ability of the entire economy to get the maximum out of existing limited resources. Techno-economic characterizes the level of development of productive forces of society and the effectiveness of their use, regardless of the social system, existing relations. In this study, the authors consider the overall effectiveness of the tourism product and tourism business, which includes the following derivatives: economic efficiency, management efficiency.

Economic efficiency is taken by the authors as a component of overall efficiency, since it is important for any enterprise (not only in the field of tourism business) to evaluate the results of its activities, expressed in relevant indicators, to determine the costs associated with this activity, as well as to streamline the allocation of funds to increase the effectiveness of the organization as a whole.

It is proposed to determine three levels of economic efficiency of tourist services and tourist activity: on a state scale (the entire inter-sectoral complex of tourism industry); at the regional level; in the scale of a tourist enterprise. In the scale of the state, the economic effect of the tourism industry appears primarily as a contribution to the production of gross domestic product. Costs for the production of tourist goods in the state and regions include not only the total direct costs of tourist enterprises, but also indirect costs that are covered from budgets of different levels. The effect of tourism activity at the regional level comes in the form of income in the form of income, wages, rent for tourist enterprises of the region (as well as their adjacents and tourist infrastructure), employment of the population of Rohuna. At the level of the tourist enterprise, the volume of manufactured goods and services can be characterized in value by the volume of gross and net production of the enterprise, the volume of sales (revenue from the sale) of tourist services. In the article it is noted that in addition to useful results, tourist activity has a number of negative consequences, which also need to be taken into account when assessing the effectiveness of tourism business.

Keywords: tourism, competitive advantages, efficiency, business, economic factors, tourism enterprises

Вступ. Сфера туризму представляє собою найважливіше соціально-економічне явище. Наслідки функціонування сфери туризму і рівень її розвитку впливає як на окрему людину, мешканця тієї чи іншої території, так і на суспільство в цілому. Більш того, туризм - безпосередньо впливає на соціальну, культурну, освітню, економічну сфери всіх країн, а також на їх міжнародно-економічні відносини. В деяких країнах світу туристична сфера є найбільш прибутковою (надходження до бюджету складають понад 50 відсотків від всіх надходжень) і забезпечує практично всю життєдіяльність громадян цих країн.

Найбільша частка прибутків від туризму припадає на регіони з досить високим рівнем економічного розвитку. У наш час туристична галузь утворила 12% світового валового внутрішнього продукту і поглинула 13% витрат споживачів [1, 4, 6]. За чисельністю працівників сфера туризму також стала однією з найбільших у світі – у ній зайнято понад 260 млн. осіб. Це одна з небагатьох галузей економіки, де залучення нових технологій не призводить до скорочення працюючого персоналу. Це має важливе значення, оскільки, поглинаючи більше робочої сили, туризм зменшує соціальну напругу в суспільстві. Крім того, світовий досвід показує, що сферу туризму можна розвивати і в період економічних криз, що має важливе значення для країн Східної Європи. Прикладом можуть бути такі країни, як Аргентина, Бразилія, Мексика, Єгипет, Туніс, Перу та інші

Головною тенденцією в аналізі системи управління є оцінка її ефективності. Зокрема, державне управління сферою туризму постійно стикається з необхідністю визначення в рамках розроблених національних і регіональних програм економічних показників очікуваних результатів, розробки науково обґрунтованих соціальних індикаторів розвитку туризму.

В силу зростаючого впливу сфери туризму на життя суспільства виникає необхідність оцінки ефективності функціонування даної сфери. Оцінка ефективності в сфері туризму передбачає аналіз діяльності об'єктів туристичної індустрії, кількість туристів-відвідувачів, обсяги діяльності комерційних туристських структур, які виробляють специфічний туристичний продукт (туристське пропозицію) і т.п. [1, с.115]. Разом з тим, оскільки туризм охоплює досить широкий діапазон видів діяльності та виходить за рамки традиційного уявлення про нього як про явище, пов'язаному тільки з відпочинком, ефект від нього повинен розглядатися з точки зору попиту особливого типу споживача, а не з точки зору пропозиції. Виходячи з цих посилок, слід зазначити, що дослідження питань ефективності

туристичного продукту і всієї сфери туризму в цілому представляє собою досить актуальний напрямок наукових досліджень.

Аналіз стану питання. Розвиток туризму, що проявляється в його багатогалузевому характері і тісному факторному взаємозв'язку практично з усіма сферами життєдіяльності, дозволяє використовувати туристичний бізнес в якості дієвого інструменту стимулювання соціально-економічного зростання на національному та регіональному рівнях. У багатьох країнах Заходу (Франція, Австрія, Іспанія, Швейцарія та ряд інших) значна частка суспільного добробуту була побудована на доходах від туризму. Говорячи про туризм відзначимо ряд його соціально-економічних переваг. По-перше туризм - це економіка. Про це свідчить той факт, що дана галузь третя за обсягами доходів в світовій економіці. Більш того, доходи в туризмі супроводжуються зростанням доходів в інших галузях таких як: транспорт, побутове обслуговування, торгівля, громадське харчування, і т.п. Тобто туризм - це справжнє джерело, який матеріально і духовно стимулює розвиток народного господарства. По-друге, туризм - це екологія. Він спонукає і підтримує зусилля з охорони природи. При недостатній увазі до екологічних проблем в країні потік туристів не буде значним. По-третє, туризм - це освіта. Він розширює світогляд, збагачує людський розум досвідом, а серце наповнює глибоким задоволенням і радістю. Така багатогалузєвість елементів ефективності туристичних послуг потребує і в достатній мірі особливих методичних підходів до визначення рівня ефективності туристичного продукту.

Сучасні методи економічної оцінки туристичних послуг в основному дублюють підходи до економічної оцінки уречевлених товарів (машин, обладнання, двигунів, транспортних засобів, хімічних речовин і т.п.). На нашу думку такий підхід не може бути признано дієвим та повністю придатним до туристичної сфери. Все це свідчить про наявність цілої низки важливих організаційних, управлінських та політичних проблем в туристичній індустрії, які суттєво впливають на рівень її ефективності. Тому нагально виникає необхідність в корегуванні та удосконаленні методичних підходів до економічної оцінки туристичного продукту.

Аналіз основних досягнень і літератури. Проблеми оцінювання економічної ефективності туристичного продукту на українському ринку розглянуто в наукових працях таких вчених, як Зеленко Е.А., Стеганец С.С. та Мышлаковой А.А. [1], Наумової С.А. [6], Порошиної О.В. [17], Сердюкової Н.К., Романової Л.М. та Сердюкова Д.А. [21], Маркіної І.А. та Маховки В.М. [4],

Романової Г.М.[18], Матросової В.О. [16], Перерви П.Г. [24] та ін.

Так, Наумова С.А. [6] досліджує формування ефективності рекреаційно-туристичних комплексів з метою залучення інвестицій в розвиток туризму. В свою чергу Порошина О.В. [17] та Романова Г.М. [18] наводять оцінку та систематизацію чинників, що визначають економічну ефективність комплексу міжнародного туризму України для іноземців. Найбільш системний підхід щодо оцінки туристичної привабливості регіону приставлений в дослідженні Сердюкової Н.К., Романової Л.М. та Сердюкова Д.А. [21], але запропоновані науковцем рекомендації по економічній оцінці туристичного продукту пов'язані з визначення туристичної привабливості території в першу чергу щодо якості довкілля. Отже, сьогодні постає нагальна потреба оцінки кожного компонента, що формує в результаті економічну ефективність як безпосередньо туристичного продукту, так і туристичної галузі України на різних рівнях її розрахунку (рівень держави, рівень регіону, рівень туристичного підприємства).

Мета роботи. Метою роботи є дослідження методологічної бази оцінки економічної ефективності та розробка комплексної багаторівневої методики економічної оцінки туристичної галузі України на різних рівнях ієрархії управління.

Результати дослідження. При розгляді суті поняття ефективності управління в сфері туризму важливо усвідомлювати, що туризм не слід зводити тільки до виробництва товарів (послуг), оскільки цей вид діяльності визначається не стільки характером виробленого товару (послуги), скільки особливостями і кількістю споживачів туристичного продукту. Це означає, що ефект в туристській індустрії залежить від кінцевого споживання будь-якого її продукту, що в більшій мірі залежить від типу споживача і в меншій - від типу продукту. Виходячи з цього, слід також визначитися, що ми розуміємо під терміном «економічна ефективність» і яким чином він адаптується до сфери туристичного бізнесу.

Існує велика кількість визначень поняття «ефективність». Можна провести якусь градацію понять. Словник економічних термінів трактує ефективність, як «відносний ефект, результативність процесу, операції, проекту, що визначаються як відношення ефекту, результату до витрат, витратам, що обумовили й забезпечили його отримання». Можна виділити ефективність соціальну, техніко-економічну, економічну, ефективність виробництва і управління. Відповідно до словника термінів антикризового управління: ефективність виробництва - ринкова вартість виробленої продукції, поділена на сумарні витрати ресурсів організації. Економічна ефективність означає здатність всієї економіки отримати максимальний результат з існуючих обмежених ресурсів. Техніко-економічна характеризує рівень розвитку продуктивних сил суспільства і результативності їх використання безвідносно до суспільного ладу, існуючим відносинам. У даному дослідженні автори розглядають загальну ефективність туристичного продукту та туристичного бізнесу, яка

включає наступні похідні: економічну ефективність, ефективність управління. Економічна ефективність взята авторами як складова загальної ефективності, тому що будь-якому підприємству (не тільки в сфері туристичного бізнесу) важливо оцінити результати своєї діяльності, виражені у відповідних показниках, визначити витрати, пов'язані з цією діяльністю, а також раціоналізувати схеми розподілу коштів для підвищення ефективності організації в цілому.

Що стосується другої похідної - ефективності управління, то її слід включити детальний розгляд з тієї причини, що будь-який керівник розглядає способи, методи і інструменти для найбільш гнучкого управління з метою отримання по суті значення економічної ефективності. На наш погляд, ці похідні поняття, безумовно, взаємопов'язані і перетікають одна в одну, утворюючи загальний зміст ефективності, що увібрав в себе вищевказані складові. Будь-який управлінець завжди мріє про те, щоб його підприємство працювало ефективно. Однак напевно далеко не кожний з них замислювався про те, що оцінити цю саму ефективність управління не так-то вже й просто, оскільки єдиного погляду на критерії ефективності поки що не існує. І навіть саме поняття «ефективність» видозмінюється в залежності від обраного вами підходу до її оцінки. Узагальнивши основні відомості щодо ефективності, спробуємо зрозуміти, як її оцінити і які існують особливості оцінки для туристичного підприємства. Отже, перш ніж виміряти «ефективність управління» туристичного підприємства, варто згадати, що управління - це приведення всієї економічної системи туристичного підприємства в бажаний стан.

Пропонується визначати три рівні економічної ефективності туристської послуги та туристської діяльності:

- в масштабах держави (всього міжгалузевого комплексу туристичної індустрії);
- на рівні регіону;
- в масштабах туристського підприємства.

Показники ефекту і витрат в туристській діяльності відповідають рівню визначення ефективності. Як слушно відзначає Наумова С.А. [с.98-99], у масштабах держави економічний ефект туристичної індустрії постає перш за все як внесок у виробництво валового внутрішнього продукту. Обсяг виробництва туристських послуг характеризується як абсолютним розміром виробленого туристської індустрією продукту, так і його часткою у валовому внутрішньому продукті і національному доході. Частка туризму у ВВП становить: в Греції - більше 50%, в Мексиці - більше 30%, в Німеччині - 4,6%, в Швейцарії - 5,6% (аналогічний показник по машинобудуванню - 4,4%, будівельної індустрії - 4,5%), в Україні цей показник менше 1%. Дохід державного бюджету країни від функціонування туристичної галузі здійснюється за рахунок оподаткування туристичних підприємств.

Значний ефект туризму в активізації зовнішньоторговельного балансу за рахунок експортних надходжень від в'їзного туризму. Імпорт і експорт турпослуг складають так звану невидиму торгівлю. В цей час найбільше позитивне сальдо туристського балансу спостерігається у Іспанії, Італії, США, Франції

(за зменшенням), найбільше негативне сальдо туристського балансу - у Німеччині, Японії, Великобританії, Нідерландів (за зменшенням). Найбільший оборот в міжнародному туризмі - у США, Німеччині, Франції, Великобританії. При цьому у Німеччині витрати більш ніж втричі перевищують доходи від туризму, у Великобританії витрати вищі за доходи, у Франції і США доходи вище витрат. До України іноземними громадянами ввозиться близько 1 млрд. дол. в рік, що є досить незначним і свідчить про наявність суттєвого потенціалу української туристичної сфери.

Ефект від туристської діяльності на рівні регіону постає в наступних формах:

- дохід у вигляді прибутку, заробітної плати, орендної плати туристських підприємств регіону, зайнятості населення регіону;
- дохід у вигляді прибутку, заробітної плати, орендної плати суміжників туристських підприємств регіону (тут представлені також підприємства туристичної інфраструктури, зокрема, сфера готельно-ресторанного бізнесу);
- збільшення платоспроможного попиту місцевого населення;
- вплив на споживчий ринок через розвиток нових форм і розширення наявного споживчого попиту;
- розвиток суміжних галузей соціально-культурної сфери регіону;
- збільшення зайнятості населення в регіоні, зменшення рівня безробіття;
- використання місцевими жителями послуг і товарів, що надаються туристам;
- розвиток віддалених і індустріально слабозрозвинених регіонів.

Витрати на виробництво туристських благ в масштабах держави і регіонів включають не тільки сукупні прямі витрати туристських підприємств, а й непрямі витрати, що покриваються з бюджетів різних рівнів. Зокрема, на бюджетні витрати відносяться такі непрямі витрати по доведенню туристського продукту до споживача: на утримання громадського транспорту, на будівництво і експлуатацію доріг, на утримання портів і транспортних терміналів, на утримання автоінспекції, на водопостачання, каналізацію і опалення, на утримання поліції, на утримання пожежної служби, на прибирання та утилізацію сміття, на паркові та рекреаційні об'єкти, зони відпочинку та лісове господарство, на регулювання полювання і рибальства, на організацію роботи музеїв і культурно-історичних об'єктів, на утримання лікарень, санітарних служб і т.п.

На рівні туристичного підприємства обсяг вироблених товарів і послуг може характеризуватися в вартісному вираженні обсягом валової і чистої продукції підприємства, обсягом реалізації (виручкою від реалізації) туристичних послуг. Доходи від туризму постають як особисті доходи зайнятих на туристичних підприємствах, як чистий дохід (прибуток) туристичних підприємств і як валові грошові доходи туристичних підприємств від реалізації продукції, що утворюються завдяки витратам відвідувачів. У структурі туристських витрат, що становлять валові доходи туристичних підприємств, виділяються:

- витрати по підготовці поїздки (на одяг, взуття, технічне оснащення і т.д.);

- витрати по здійсненню поїздки: на розміщення, харчування та напої, транспорт, покупки в магазинах, розваги, спорт, відновлення здоров'я, культурно-освітню програму, обмін валюти, страховий збір, оплату послуг зв'язку, санітарно-гігієнічні, косметичні тощо . потреби;

- витрати після повернення з поїздки: на друкування фотографій, ремонт техніки, що використовувалася в поїздки, придбання товарів для зберігання і показу сувенірів і фотографій (багети, альбоми тощо).

Крім корисних результатів туристська діяльність дає ряд негативних наслідків. До них, на наш погляд, слід віднести наступне:

- напруга в розподілі трудових ресурсів;
- опосередкований вплив на збільшення частки некваліфікованої праці, оскільки в обслуговуванні туристів велика частка операцій, що не вимагають високої кваліфікації;
- забруднення природного середовища (води, повітря, зелених насаджень, рідкісних риб, тварин та птахів), знищення фауни, шум, руйнування культурно-історичних пам'яток (в центрах масового туризму цей процес набуває хижачий характер);
- транспортні та продовольчі проблеми;
- збільшення витрат на інфраструктуру;
- руйнування традиційного укладу життя в місцевостях, освоєваних індустрією туризму, під впливом західного стандарту життя;
- негативний вплив на платіжний баланс країни і рух капіталів при високій частці виїзного туризму;
- зростання цін на місцеві товари і послуги, на природні ресурси;
- соціальні напруги за рахунок різного рівня життя гостей і місцевих жителів.

Висновки. Досягнення високих показників економічної ефективності туризму неможливо без залучення в процес приватних структур. Державі необхідно створити максимально комфортні умови для залучення приватних інвесторів. Приватні інвестиції можуть радикально вплинути на показники економічної ефективності туристично-індустрії нашої країни. Великі проекти вимагають участі приватного капіталу. На таких принципах вже успішно реалізується національна цільова програма з розвитку внутрішнього невіїзного туризму, де на кожну гривню бюджетних коштів залучається три гривні позабюджетного фінансування. Приватний бізнес відчув зміни в галузі і як ніколи готовий вкласти гроші в перспективні проекти. Завдання держави полягає в тому, щоб грамотно показати шляхи розвитку і обґрунтувати ефективність.

Таким чином, розглянутий підхід до оцінки економічної ефективності туризму є адаптованим до методологічних особливостей ведення статистичного обліку в нашій країні, дозволяє комплексно оцінити динаміку досягнення цілей високу економічну ефективність сфери туризму, виявити «вузькі» місця за окремими її складовими. Однак існує проблема універсального використання даної методики для інших сфер діяльності, пов'язаних з туризмом (наприклад сфера готельно-ресторанного бізнесу) у зв'язку з відмінностями в методологічних підходах до статистичного обліку в

різних регіонах України. В якості вирішення бачиться підвищення уваги на найвищих рівнях до питання стандартизації методології статистичного обліку в сфері туризму на національному рівні.

Список літератури

1. Зеленко Е.А., Стеганец С.С., Мышлакова А.А. Маркетинг и логистика в управлении туристическим предприятием в условиях украинского кризиса // *Туризм и гостеприимство*. 2017. №2. - с.8-14.
2. Кобелева Т.О. Організаційна структура комплаєнс на промисловому підприємстві // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 121-127.
3. Кобелева Т.О. Розробка рекомендацій по формуванню інтегрального показника комплаєнс-безпеки промислового підприємства // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 46-52.
4. Маркіна І.А., Маховка В.М. Антикризове управління туристичними організаціями та підприємствами як засіб формування їх конкурентних переваг // *Проблеми економіки*. – 2014. – № 2. – С. 205–210
5. Марчук Л.С. Методики розрахунку інтелектуального потенціалу підприємства // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 95-101.
6. Наумова С. А. Экономика и предпринимательство в социально - культурном сервисе и туризме: Учеб. пособие – Томск: Изд. ТПУ, 2003. – 127 с.
7. Оценка эффективности деятельности туристического агентства. [Електронний ресурс]- режим доступу: <https://works.doklad.ru/view/XbwMOgb2Y9k/all.html>
8. Перерва П.Г., Глізнуда М.Ю. Бенчмаркінг як метод оцінювання інтелектуального потенціалу регіонів // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. – 2015. – № 4. – С. 11-19.
9. Перерва П.Г., Кравчук А.В. Ефективність як економічна категорія // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 137-143.
10. Перерва П.Г. Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 45 (1266). – С.51-55.
11. Перерва П.Г., Марчук Л.С. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 53-63.
12. Перерва П.Г. Інформаційна діяльність підприємства: управлінська, цінова та маркетингова складові // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2018. - № 37(1313).- С. 27-32
13. Перерва П.Г., Косенко А.В., Кобелева, Т.О., Маслак М.В. Системний підхід до дослідження цінних, маркетингових, інвестиційних та інноваційних характеристик трансферу технологій промислової продукції // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 121-126.
14. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Управління маркетингом інноваційної продукції на засадах життєвого циклу товару // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 26-30.
15. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Якість інноваційної продукції як складова маркетингової політики та конкурентоспроможності підприємства // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 70-74.
16. 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 // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 121-127.
17. Порошина О.В. Оценка эффективности развития сферы туризма на основе целеориентированного подхода // *Проблемы развития территории*. 2016. № 1 (81). С. 75-95
18. Романова Г.М. Оценка эффективности продвижения туристского продукта курортов Краснодарского края: монография. – Сочи: РИЦ СГУТнКД, 2014. – 180 с.
19. Романчик Т. В. Деякі аспекти економічної безпеки промислових підприємств // *Тези доп. 24-ї Міжнар. наук.-практ. конф. "Інформаційні технології : наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я" (MicroCAD–2016)*, 18-20 травня 2016 р. / ред. Є. І. Сокол. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – С. 283.
20. Романчик Т.В. Аналіз стану інноваційної активності економіки України / Т.В. Романчик // *Бізнес-інформ*. – 2014. – №5. – С. 111-115.
21. Сердюкова Н.К., Романова Л.М., Сердюков Д.А. Оценка эффективности продвижения турпродукта курортов Краснодарского края // *Интернет-журнал Науковедение*. 2016. №4 (35). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-effektivnosti-prodvizheniya-turprodukta-kurortov-krasnodarskogo-kraja>
22. Старосітніна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. – К.: *Знання*, 2009. – 1070 с.
23. Перерва П.Г., Косенко О.П., Ткачова Н.П.; Ткачов М.М. Формування конкурентного, інтелектуального і маркетингового потенціалу інноваційного підприємства // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 36-40.
24. Перерва П.Г., Косенко А.В., Маслак М.В., Матросова В.О., Долина І.В. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політики на підприємствах туристичної індустрії // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 114-120.
25. Pererva P.G., Kobieliyeva T.O. The formation of anti-crisis program of the industrial enterprise based on innovative monitoring // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 48 (1220). – С.41-44.
26. Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobieliyeva T.A. Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. – 689 p.

References (transliterated)

1. Zelenko E.A., Stehanets S.S., Myshlakova A.A. Marketing y lohystryka v upravlenyy turističeskyem predpnyatym v uslovyakh ukraynskoho kryzysa [Marketing and logistics in the management of a tourist enterprise in the conditions of the Ukrainian crisis] // *Turyzm y hostepnyumstvo*. 2017. №2. - с.8-14.
2. Kobelyeva T.O. Orhanizatsiyna struktura komplayens na promyslovomu pidpnyemstvi [Organizational Structure Compliance at the Industrial Enterprise] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 47 (1323). – S. 121-127.
3. Kobelyeva T.O. Rozrobka rekomendatsiy po formuvannu intehral'noho pokaznyka komplayens-bezpeky promyslovoho pidpnyemstva [Development of recommendations for the formation of an integral index of compliance of safety of an industrial enterprise] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "KHPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 48 (1324). – S. 46-52.
4. Markina I.A., Makhovka V.M. Antykryzove upravlinnya turystychnymy orhanizatsiyamy ta pidpnyemstvamy yak zasib formuvannya yikh konkurentnykh perevah [Anticrisis management of tourism organizations and enterprises as a means of forming their competitive advantages] // *Problemy ekonomiky*. – 2014. – № 2. – S. 205–210
5. Marchuk L.S. Metodyky rozrakhunku intelektualnoho potentsialu pidpnyemstva [Methods of calculating the intellectual potential of an enterprise] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 20 (1296). – S. 95-101.
6. Naumova S. A. Ekonomika i predprinimatel'stvo v sotsial'no - kul'turnom servise i turizme: Ucheb. Posobiye [Economics and entrepreneurship in social and cultural services and tourism: Proc. allowance] – Tomsk: Izd. TPU, 2003. – 127 s.
7. Otsenka effektivnosti deyatelnosti turisticheskogo agentstva [Evaluation of the effectiveness of the travel agency]. [Yeletronnyy resurs].- rezhim dostupu: <https://works.doklad.ru/view/XbwMOgb2Y9k/all.html>
8. Pererva P.G., Hliznuta M.YU. Benchmarking yak metod otsinyuvannya intelektual'noho potentsialu rehioniv [Benchmarking as a method of assessing

- the intellectual potential of the regions] // *Marketynh i menedzhment innovatsiy*. - 2015. - № 4. - S. 11-19.
9. Pererva P.G., Kravchuk A.V. Efektyvnist yak ekonomichna katehoriya [Efficiency as an economic category] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 15 (1291). – S. 137-143.
 10. Pererva P.G. Ekonomiko-orhanizatsiyni zasady innovatsiynoyi ta investytsiynoyi diyalnosti pidpryyemstva [Economic and organizational principles of innovative and investment activity of the enterprise] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2017. – № 45 (1266). – S.51-55.
 11. Pererva P.G., Marchuk L.S. Intelektualnyy potentsial yak ekonomichna katehoriya [Intellectual potential as an economic category] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 15 (1291). – S. 53-63.
 12. Pererva P.G. Informatsiyna diyalnist pidpryyemstva: upravlinnska, tsinova ta marketynhova skladovi [Information activity of the enterprise: management, price and marketing components] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)*. – Kharkiv : NTU „KhPI”. - 2018. - № 37(1313). - S. 27-32.
 13. Pererva P.G., Kosenko A.V., Kobyelyeva, T.O., Maslak M.V. Systemnyy pidkhid do doslidzhennya tsinovyykh, marketynhovyykh, investytsiynyykh ta innovatsiynyykh kharakterystyk transferu tekhnolohiy promyslovoyi produktsiyi [System approach to the study of price, marketing, investment and innovation characteristics of technology transfer of industrial products] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 19 (1295). – S. 121-126.
 14. Pererva P.G., Kobyelyeva T.O. Upravlinnya marketynhom innovatsiynoyi produktsiyi na zasadakh zhyttyevoho tsykladu tovaru [Management of marketing of innovative products on the basis of the product life cycle] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU «KhPI», 2016. – № 28 (1200). – S. 26-30.
 15. Pererva P.G., Kobyelyeva T.O. Yakist innovatsiynoyi produktsiyi yak skladova marketynhovoyi polityky ta konkurentospromozhnosti pidpryyemstva [Quality of innovative products as a component of marketing policy and competitiveness of the enterprise] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU «KhPI», 2016. – № 28 (1200). – S. 70-74.
 16. Pererva P.G., Kosenko A.V., Maslak M.V., Matrosova V.O., Dolyna I.V. Rozvytok orhanizatsiyno-ekonomichnoho mekhanizmu upravlinnya rozvytkom industriyi turyzmu ta hostynnosti [Development of organizational and economic mechanism for managing the development of the tourism industry and hospitality] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 48 (1324). – S. 121-127.
 17. Poroshina O.V. Otsenka efektyvnosti rozvitiya sfery turizmu na osnove tseleoriyentirovannogo podkhoda [Assessment of the effectiveness of the development of the tourism sector on the basis of a goal-oriented approach] // *Problemy razvitiya territorii*. 2016. № 1 (81). S. 75-95
 18. Romanova G.M.. Otsenka efektyvnosti prodvizheniya turistskogo produkta kurortov Krasnodarskogo kraia: monografiya [Evaluation of the effectiveness of the promotion of the tourist product of the resorts of the Krasnodar Territory: monograph]. – Sochi: RITS SGUTiKD, 2014. – 180 s.
 19. Romanchyk T.V. Deyaki aspekty ekonomichnoyi bezpeky promyslovyykh pidpryyemstv [Some aspects of economic safety of industrial enterprises] // *Tezy dop. 24-yi Mizhnar. nauk.-prakt. konf. "Informatsiyni tekhnolohiyi : nauka, tekhnika, tekhnolohiya, osvita, zdorovya" (MicroCAD-2016)*, 18-20 travnya 2016 r. / red. YE. I. Sokol. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2016. – S. 283.
 20. Romanchyk T.V. Analiz stanu innovatsiynoyi aktyvnosti ekonomiky Ukrainy [Analysis of the state of innovation activity of the Ukrainian economy] / T.V. Romanchyk // *Biznes-inform.* – 2014. – №5. – S. 111-115.
 21. Serdyukova N.K., Romanova L.M., Serdyukov D.A. [Assessment of the effectiveness of promotion of tourist products of resorts in the Krasnodar Territory] Otsenka efektyvnosti prodvizheniya turprodukta kurortov Krasnodarskogo kraia // *Internet-zhurnal Naukovedeniye*. 2016. №4 (35). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-effektivnosti-prodvizheniya-turprodukta-kurortov-krasnodarskogo-kraia>
 22. Starostina A.O. Marketynh: teoriya, svitovyy dosvid, ukraiyinska praktyka: pidruch [Marketing: theory, world experience, Ukrainian practice: under the leadership]. – K.: *Znannya*, 2009. – 1070 s.
 23. Pererva P.G.;Kosenko O.P., Tkachova N.P.; Tkachov M.M. Formuvannya konkurentnoho, intelektualnoho i marketynhovoho potentsialu innovatsiynoho pidpryyemnytstva [Formation of Competitive, Intellectual and Marketing Potential of Innovative Entrepreneurship] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 20 (1296). – S. 36-40.
 24. Pererva P.G., Kosenko A.V., Maslak M.V., Matrosova V.O., Dolyna I.V. Formuvannya upravlinskoyi, marketynhovoyi ta innovatsiynoyi polityky na pidpryyemstvakh turystychnoyi industriyi [Formation of management, marketing and innovation policy at enterprises of the tourism industry] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 47 (1323). – S. 114-120.
 25. Pererva P.G., Kobieliava T.O. The formation of anti-crisis program of the industrial enterprise based on innovative monitoring [The formation of an anti-crisis program of industrial enterprises based on innovative monitoring] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KHPI" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2016. – № 48 (1220). – S.41-44.
 26. Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. – 689 p.

Надійшло (received) 15.01.2019

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Кобелева Тетяна Олександрівна (Кобелева Татьяна Александровна, Kobieliava 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; тел.. (097) 468-56-45, e-mail: tanja.kobeleva@gmail.com

Гляшненко, Сергій Миколайович (Ильяшенко Сергей Николаевич, Pyashenko, Sergey Nikolaevich) – доктор економічних наук, професор, Сумський державний університет, завідувач кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю, м.Суми, Україна; ORCID: 0000-0001-5484-9788; тел. +38 (0542) 687-844, e-mail: illiashenko.s@gmail.com

Носирєв Олександр Олександрович (Носырев Александр Александрович, Nosyryev Oleksandr Oleksandrovych) кандидат географічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та фінансів Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; м.Харків, Україна; тел.. (093)980-39-40, e-mail: nosyryev@ukr.net

Глізнуця Марина Юрійівна (Глизнуца Марина Юрьевна, Gliznutsa Maryna Yuriyivna) Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», старший викладач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; м. Харків, Україна; ORCID:0000-0002-1845-3919; тел.. (050)593-31-33, e-mail: gmy05@rambler.ru