

2. Гут О.Є. Підприємство як суб'єкт ринку маркетингових комунікаційних послуг: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. екон. наук / О. Є. Гут. – Дніпропетровськ, 2006. – 21 с.

3. Самагіна О.А. Маркетинговые коммуникации: практикум по дисциплине «Маркетинг» (для слушателей программы подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства РФ) / О.А. Самагіна. – Воронеж : Изд-во ВГУ, 2003. – 30 с.

4. Кузик О.В. Стратегічне управління маркетинговими комунікаціями на сучасних підприємствах / О.В. Кузик // Стратегія економічного розвитку України. – 2014. – № 34. – С. 130-135

5. Лазебник М. Объем рекламно-коммуникационного рынка Украины. Экспертный прогноз Всеукраинской рекламной коалиции / М. Лазебник [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mami.com.ua/news/market-news/9287>. – Заглавие с экрана.

6. Міронова Ю.В. Науково-теоретичні основи дослідження маркетингових комунікаційних процесів на підприємстві / Ю.В. Міронова, О.О. Кагляк, О.В. Пітик // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2016. – № 1. – С. 207-214.

ОПЕРАЦІЙНИЙ АНАЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

*Догадайло Я.В., к.е.н., доцент
Національний харківський автомобільно-дорожній університет*

На сьогодні необхідні більш оперативні, надійні та гнучкі обліково-контрольні системи, які б стали фундаментом оновленого управління підприємством. Для цього перспективним є застосування операційного аналізу (аналіз беззбитковості, маржинальний аналіз, аналіз взаємозв'язку «витрати-обсяг-прибуток», CVР-аналіз та ін.). CVР-аналіз вважається одним з найбільш ефективних засобів планування й прогнозування діяльності підприємства, окрім того він об'єднує маркетингові дослідження, облік витрат, фінансовий аналіз й виробниче планування [1-4].

К. Друрі [1] під аналізом «витрати-вихід продукції-прибуток» розуміє метод систематичного відстеження та вивчення залежності між змінами об'єму виробництва загальними надходженнями від реалізації продукції, затратами та чистим прибутком. В роботі [2] CVР-аналіз розглядається як один з найцінніших та найбільш використовуваних інструментів управлінського обліку, який здійснює дослідження – як витрати та доходи варіюються зі змінами в обсязі діяльності. С.Ф. Голов [3] використовує аналіз взаємозв'язку «витрати-обсяг-прибуток» як метод системного дослідження взаємозв'язку витрат, обсягу діяльності та прибутку підприємства з метою визначення: обсягу продаж, який забезпечення покриття всіх витрат та одержання очікуваного прибутку; величини прибутку при визначеному обсязі продаж; впливу зміни величини

витрат, обсягу та ціни реалізації на прибуток підприємства; оптимальної структури витрат. В роботі [4] операційний аналіз розглядається як інструмент ефективного управління в новій економіці, що орієнтована на клієнта. Таким чином, CVP-аналіз розглядається як: метод систематичного відстеження та вивчення залежності або інструмент управлінського обліку, або метод системного дослідження взаємозв'язку, або інструмент управління. Тобто єдності думок щодо його сутності не існує. CVP-аналіз є складовим елементом інструментарію оперативного контролінгу. Виходячи з сутності оперативного контролінгу [5] дослідник приєднується до думки вчених [4], що операційний аналіз – це інструмент управління, тобто це інструмент управління процесом досягнення оперативних цілей підприємства шляхом безперервного системного удосконалення роботи підприємства на підставі систематичного відстеження та вивчення залежності між змінами об'єму діяльності, загальними надходженнями від реалізації продукції, витратами та прибутком. Цей аналіз доцільно розглядати як одну з складових, що забезпечує управління процесом досягнення оперативних цілей підприємства шляхом безперервного системного удосконалення роботи підприємства, що є передумовою запобігання кризи та довгострокового існування на ринку. В подальшому планується більш детально обґрунтувати сутність даного поняття на підставі визначення його мети та завдань шляхом здійснення ретельного дослідження.

Єдності думок щодо сутності, призначення, мети та завдань операційного аналізу не існує, тому для його практичної реалізації необхідно визначитися з ними. Для цього автори вважають за потрібне розглядати літературні джерела, що присвячені операційному аналізу, на дослідницькій та практичній основі. А саме необхідно визначити мінімальну кількість підходів щодо розгляду сутності, призначення, мети та завдань операційного аналізу, що забезпечить достатню вірогідність дослідження. Також під час дослідження необхідно урахувати рівень розробки того чи іншого підходу шляхом розгляду не всіх літературних джерел, а лише тих, автори яких мають достатню кількість публікацій за даною тематикою і вона була предметом їх наукових досліджень. Об'єктивність результатів дослідження визначається кількістю поглядів, що досліджуються.

За допомогою використання кривих, що характеризують залежність між кількістю експертів в групі та середньо груповою помилкою [6], було визначене мінімально допустиме число підходів для дослідження, а саме мінімальна кількість літературних джерел, що забезпечить вимогу максимальної точності оцінки складає дванадцять. Згідно з методикою В. Мішина [7] мінімальна кількість експертів при можливій помилці результатів дослідження 10% складає вісімнадцять чоловік.

Таким чином, для проведення дослідження доцільно розглянути мінімум вісімнадцять підходів щодо визначення сутності, призначення, мети та завдань операційного аналізу.

Також під час дослідження необхідно враховувати чинник часу та рівень компетентності авторів літературних джерел, щодо даного питання.

Література:

1. Drury C. Management and Cost Accounting [eBook version] / C. Drury. – 10th Edition. – New Jersey: CENGAGE, 2018. – 866 p.
2. Atkinson A.A. Management Accounting: Information for Decision-Making and Strategy Execution / A.A. Atkinson, R.S. Kaplan, E.M. Matsumura, S.V. Young. – 6th Edition. – New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2012. – 551 p.
3. Голов С.Ф. Управленческий учет / С.Ф. Голов. – Х.: Фактор, 2009. – 784 с.
4. Кондратова С.В. Операционный анализ как инструмент эффективного управления компанией в новой экономике / С.В. Кондратова, М.В. Умрихина // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – № 34(385). – С. 28-35.
5. Догадайло Я.В. Інструментарій оперативного контролінгу в підприємстві / Я.В. Догадайло // Проблеми та перспективи розвитку підприємництва: XI міжнар. наук.-практ. конф., 10 листопада 2017 р.: тези допов. – Х.: ХНАДУ, 2017. – С. 185-187.
6. Бешелев С.Д. Экспертные оценки / С.Д. Бешелев, Ф.Г. Гурвич. – М.: Наука, 1973. – 159 с.
7. Мишин В.М. Управление качеством: учеб. для студ. вузов / В.М. Мишин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 463 с.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ГІСЬКОЛІЖНИХ КУРОРТІВ ЗАКАРПАТТЯ

*Дроботова М.В., к.е.н., доцент,
Павліченко В.Є.*

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

Інфраструктура туризму є найважливішою складовою успішного функціонування та сталого розвитку туристської сфери. Розвинена інфраструктура туризму поряд з різноманітністю туристичних ресурсів (природними, етнічними, історико-культурними, розважальними та ін.) складає основу успішного функціонування туристського сектора в багатьох країнах світу. Тому уряди країн, в яких туризм є важливим елементом в структурі економіки, послідовно направляють капіталовкладення та інвестиції в розвиток його інфраструктури.

Немає розміщення (ночівлі) – немає туризму. Це непорушна і жорстка вимога економіки як будь-якого туристського регіону, так і власника засобу розміщення, що прагне значних і постійних прибутків від прийому туристів та економічно виправданої експлуатації своїх туристських ресурсів. Індустрія засобів розміщення з точки зору економіки – визначальна складова системи гостинності. Вона і виходить з найдавніших традицій, властивих практично для будь-якої суспільної формації в історії людства – поваги до гостя, радості його прийому та обслуговування.