

П.Г.ПЕРЕРВА, М.В.МАСЛАК, С.В.ГАРМАШ, М.О.ПОПОВ
УПРАВЛІННЯ МИТНИМ ОБСЛУГОВУВАННЯМ ПРОМИСЛОВИХ ТА ТУРИСТИЧНИХ
ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ АСОЦІАЦІЇ З ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ

Формування на сучасному етапі розвитку українського суспільства індустрії масового туризму, зміна соціокультурних пріоритетів в мотивації подорожей окремих груп українського населення зумовлює необхідність його аналізу як одного з найважливіших показників входження України в загальносвітовий глобальний простір. Економіко-соціологічний підхід до аналізу туризму в контексті економічних та соціокультурних детермінант суспільного розвитку розкриває дане явище не тільки як частина глобальної постіндустріальної економіки, але і як феномен особливої культури, що дозволяє визначити моральну, ціннісну основу для створення нових механізмів відтворення і трансляції культурних норм, цінностей, знань, ідей, уявлень, символів і зразків соціокультурного взаємодії. Саме соціологічне дослідження туризму дозволяє аналізувати мотиви, звички і традиції як гостей, так і жителів приймаючої країни, вивчати митне, маркетингове, інноваційне, фінансове та соціокультурне забезпечення, отримане подорожуючими групами населення, і сприяє формуванню цінностей постіндустріального етапу розвитку суспільної системи.

Українці поступово починають переорієнтувати свої подорожі в Україну. Якщо раніше основну частину доходів від туризму давав в'їзний туризм, а його скорочення особливо відчутне для бюджету туристичної галузі та держави загалом, то виїзний туризм не може компенсувати цю втрату, оскільки він, навпаки, більше вивозить коштів з країни, ніж дає їй. Тому єдиним виходом з цієї ситуації залишається розвиток внутрішнього туризму, особливо на тлі світового досвіду, який свідчить, що такий туризм може давати значні доходи.

Ефективний розвиток туризму дозволить значно збільшити потік іноземних туристів до України і приплив валютних надходжень в економіку країни, а також забезпечити, з одного боку, зростання податкових відрахувань до бюджетів різних рівнів, а з іншого боку, з огляду на вплив туризму на всі сторони життя суспільства, - розвиток суміжних галузей економіки та підвищення зайнятості населення. Туристський ринок в Україні знаходиться в стадії глибокої структурної перебудови, інституційного становлення, формування внутрішньогалузевих, міжгалузевих, міжрегіональних і зовнішньоекономічних зв'язків. Повною мірою це відноситься до процесу формування туристської інфраструктури, відповідного сегмента ринку праці, системи державного регулювання туристської діяльності.

Ключові слова: туризм, митне обслуговування, асоціація, європейський союз, підприємства

П.Г.ПЕРЕРВА, М.В.МАСЛАК, С.В.ГАРМАШ, М.О.ПОПОВ
УПРАВЛЕНИЕ ТАМОЖЕННЫМ ОБСЛУЖИВАНИЕМ ПРОМЫШЛЕННЫХ И
ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ АССОЦИАЦИИ С ЕВРОПЕЙСКИМ СОЮЗОМ

Формирование на современном этапе развития украинского общества индустрии массового туризма, изменение социокультурных приоритетов в мотивации путешествий отдельных групп украинского населения вызывает необходимость его анализа как одного из важнейших показателей вхождения Украины в общемировое глобальное пространство. Экономико-социологический подход к анализу туризма в контексте экономических и социокультурных детерминант общественного развития раскрывает данное явление не только как часть глобальной постиндустриальной экономики, но и как феномен особой культуры, позволяет определить моральную, ценностную основу для создания новых механизмов воспроизводства и трансляции культурных норм, ценностей, знаний, идей, представлений, символов и образцов социокультурного взаимодействия. Именно социологическое исследование туризма позволяет анализировать мотивы, привычки и традиции как гостей, так и жителей принимающей страны, изучать таможенное, маркетинговое, инновационное, финансовое и социокультурное обеспечение, полученное путешествующими группами населения и способствует формированию ценностей постиндустриального этапа развития общественной системы.

Украинцы постепенно начинают переориентировать свои путешествия в Украину. Если раньше основную часть доходов от туризма давал въездной туризм, а его сокращение особенно ощутимо для бюджета туристической отрасли и государства в целом, то выездной туризм не может компенсировать эту потерю, поскольку он, наоборот, больше вывозит средств из страны, чем дает ей. Поэтому единственным выходом из этой ситуации остается развитие внутреннего туризма, особенно на фоне мирового опыта, который свидетельствует, что такой туризм может давать значительные доходы.

Эффективное развитие туризма позволит значительно увеличить поток иностранных туристов в Украину и приток валютных поступлений в экономику страны, а также обеспечить, с одной стороны, рост налоговых отчислений в бюджеты различных уровней, а с другой стороны, учитывая влияние туризма на все стороны жизни общества - развитие смежных отраслей экономики и повышение занятости населения. Туристский рынок в Украине находится в стадии глубокой структурной перестройки, институционального становления, формирования внутриотраслевых, межотраслевых, межрегиональных и внешнеэкономических связей. В полной мере это относится к процессу формирования туристской инфраструктуры, соответствующего сегмента рынка труда, системы государственного регулирования туристской деятельности.

Ключевые слова: туризм, таможенное обслуживание, ассоциация, европейский союз, предприятия. **Ключевые слова:** туризм, промышленность, конкурентные преимущества, бизнес, агрегированный показатель, предприятия

PGPERVERVA, M.V. MASLAK, SVGARMASH, M.O. POPOV
MANAGEMENT OF CUSTOMS SERVICE OF INDUSTRIAL AND TOURISM ENTERPRISES IN THE
CONDITIONS OF THE ASSOCIATION WITH THE EUROPEAN UNION

Formation of the mass tourism industry at the present stage of development of the Ukrainian society, change of sociocultural priorities in motivating travel of certain groups of Ukrainian population necessitates its analysis as one of the most important indicators of Ukraine's entry into the global space. The economic and sociological approach to the analysis of tourism in the context of economic and socio-cultural determinants of social development reveals this phenomenon not only as part of the global post-industrial economy, but also as a phenomenon of a particular culture, which allows determining the moral and value basis for creating new mechanisms for the reproduction and translation of cultural norms, values, knowledge, ideas, representations, symbols and examples of socio-cultural interaction. It is a sociological study of tourism that allows you to analyze the motives, habits and traditions of both the guests and the inhabitants of the host country, to study the customs, marketing, innovation, financial and socio-cultural support received by traveling groups of the population, and contributes to the formation of the values of the post-industrial stage of the development of the social system.

Ukrainians are gradually beginning to reorient their travels to Ukraine. If earlier the main part of tourism revenue was provided by inbound tourism,

and its reduction is particularly noticeable for the budget of the tourism industry and the state as a whole, then outbound tourism can not compensate for this loss, since it, on the contrary, is more expelled from the country than it gives it. Therefore, the only way out of this situation is the development of domestic tourism, especially on the background of world experience, which suggests that such tourism can generate significant income. Effective tourism development will significantly increase the flow of foreign tourists to Ukraine and the influx of foreign exchange earnings into the country's economy, as well as ensure, on the one hand, the growth of tax deductions to budgets of different levels, and on the other hand, given the impact of tourism on all aspects of society's life, - development of related branches of the economy and increase of employment of the population. The tourist market in Ukraine is in a phase of deep structural adjustment, institutional formation, formation of intra-industry, inter-branch, interregional and foreign economic relations. In full, this relates to the process of formation of tourist infrastructure, the relevant segment of the labor market, the system of state regulation of tourism activities.

Key words: tourism, customs service, association, European Union, enterprises

Вступ. У міру розвитку світової економіки, розширення обсягів міжнародної торгівлі, вдосконалення засобів транспорту, зв'язку, підвищення інтернаціоналізації і глобалізації світового господарства збільшується кількість і різноманітність контактів і поїздок громадян. Відповідно підвищення рівня розвитку культури, науки, освіти сприяє зростанню міжнародних поїздок не тільки по господарським, а й культурним, політичним цілям. Підвищення добробуту населення різних країн, збільшення кількості вільного часу, а також необхідність повного відновлення людського фактора сприяють зростанню поїздок з метою відпочинку. За даними Всесвітньої туристичної організації, щорічно подорожує більше 800 млн. чоловік. Примітним є той факт, що більш ніж в 40 країнах світу туризм є основним джерелом надходжень національного бюджету. Наприклад, в Іспанії частка прибутків від іноземного туризму в загальній сумі надходжень від експорту товарів та послуг складає 35%, на Кіпрі та в Панамі – понад 50%, на Гаїті – більш як 70% [1-3].

Формування на сучасному етапі розвитку українського суспільства індустрії масового туризму, зміна соціокультурних пріоритетів в мотивації подорожей окремих груп українського населення зумовлює необхідність його аналізу як одного з найважливіших показників входження України в загальносвітовий глобальний простір. Економіко-соціологічний підхід до аналізу туризму в контексті економічних та соціокультурних детермінант суспільного розвитку розкриває дане явище не тільки як частина глобальної постіндустріальної економіки, але і як феномен особливої культури, що дозволяє визначити моральну, ціннісну основу для створення нових механізмів відтворення і трансляції культурних норм, цінностей, знань, ідей, уявлень, символів і зразків соціокультурного взаємодії. Саме соціологічне дослідження туризму дозволяє аналізувати мотиви, звички і традиції як гостей, так і жителів приймаючої країни, вивчати митне, маркетингове, інноваційне, фінансове та соціокультурне забезпечення, отримане подорожуючими групами населення, і сприяє формуванню цінностей постіндустріального етапу розвитку суспільної системи.

Тим самим актуальність цього дослідження визначається необхідністю теоретичного і прикладного аналізу ролі туризму в системі економічної та соціокультурної взаємодії молоді, що веде до зміни характеру соціальних відносин і повсякденному житті людей в умовах зростання

економічного, соціального та культурного розмаїття в процесі глобальної інтеграції країн і народів.

Аналіз стану питання. З переходом української економіки на ринкові рейки в її туристському секторі відбулися докорінні зміни. Сьогодні ніхто не може ігнорувати або применшувати значення туризму для підйому національної економіки. Вітчизняний туристичний бізнес швидше, ніж інші галузі, адаптувався до ринкових змін. З появою безвізового режиму з європейським союзом утворилося безліч приватних фірм, які не тільки стали задовольняти потреби українських громадян в туризмі (перш за все - в закордонному), але і втягнули в цю роботу до 130 тис. співробітників, що зробило неабиякий позитивний вплив на ринок праці.

В наш час туризм є важливою складовою в галузі світової економіки. За даними Міжнародної туристичної організації частка туризму в світовому ВВП становить близько 9 % та близько 30 % в світовому експорті послуг та 6 % від обсягів світової торгівлі. В галузі туризму працює більш ніж 235 млн. осіб або кожний 12 працівник. В 2015 році послугами туристичної галузі скористалося близько 983 млн. іноземних туристів, у 2017 році їх кількість досягла 1 млрд. осіб. На період 2017-2018 років товарообіг світового туризму досягнув понад 1,2 трильйонів дол. США [1-5]. Однак, якщо за кордоном в туристській галузі працює кожен десятий працездатний працівник, то в Україні - лише кожен п'ятдесят першого працівник. Результати, досягнуті нашою країною в галузі міжнародного туризму, залишаються поки що дуже скромними. Фірми, що займаються прийомом і обслуговуванням іноземних туристів в Україні, вельми обмежені в матеріальних, фінансових, людських та управлінських ресурсах.

Результатом виконання програми розвитку туризму на території України стало перевищення темпів зростання кількості в'їзних туристів над виїзними. Протягом періоду 2014–2017 рр. виїзний туристичний потік збільшився з 23,76 млн. осіб у 2014 р. до 24,66 млн. осіб у 2017 р., тоді як за цей же період в'їзний потік туристів зменшився із 24,67 млн. осіб у 2014 р. до 13,33 млн. осіб у 2017 р.

Аналіз основних досягнень і літератури. Питання митної політики України досліджували вчені А. Дубініна, Ю.Дьомкін, П.Пашко, П.Дзюбенко, О.Білорус, Т.Ковальчук, Л.Деркач, В.Ващенко та ін. Однак у зв'язку з активною євроінтеграційною спрямованістю нашої держави останнім часом актуалізується значимість подальших досліджень митної політики України в контексті Угоди про асоціацію з ЄС [1]. Проблеми оцінювання конкурентних переваг та рівня

конкурентоспроможності промислових та туристичних підприємств в певній мірі розглянуто в наукових працях таких вчених, як Приходько І. та Приходько Ю. [1], Кисельової І.А. та Трамової А.М. [2], Матросової В.О. [17], Маслак М.В. [21], Пилипенко Н. [4], Сандровського К.К. [3], Перерви П.Г. [24] та ін.

В цих наукових розробках детально розглянуто показники якості результатів підприємницької діяльності, розроблено методи їх оцінки та підвищення ефективності функціонування.

Разом з тим, на наш погляд, поза увагою дослідників залишилися такі важливі напрямки як врахування при формуванні комплексного показника конкурентоспроможності митного, інформаційного, маркетингового та фінансового забезпечення конкурентних переваг, що робить існуючі методичні розробки в певній мірі неповними і такими, що потребують свого методичного удосконалення.

Мета роботи. Метою роботи є аналіз сучасних тенденцій у митній політиці України у контексті євроінтеграції.

Результати дослідження. Вперше поняття «митна політика України» зафіксовано у Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16 квітня 1991р. Державна митна політика, згідно з Митним кодексом України, – це система принципів та напрямів діяльності держави у сфері захисту митних інтересів та забезпечення митної безпеки України, регулювання зовнішньої торгівлі, захисту внутрішнього ринку, розвитку економіки України та її інтеграції до світової економіки. Державна митна політика є складовою частиною державної економічної політики [6]. З

економічної точки зору Гребельник О. митну політику трактує як провадження зовнішньої та внутрішньої економічної політики країни, яка ґрунтується на виборі оптимальної моделі взаємовідносин зі світовою системою господарювання: протекціонізм, вільна торгівля, або гармонійне їхнє поєднання [5, с. 23]. Інше трактування митної політики, яке виказує Сандровський К.К., визначає її як систему заходів, спрямованих на забезпечення економічної охорони державних кордонів і виконання зовнішньоекономічної програми держави в міжнародному спілкуванні через засоби митного регулювання, тобто державного впливу на сферу митних відносин [3, с. 47]. На думку Приходько, І., Приходько Ю., митною політикою можна означити комплекс заходів держави (політика вільної торгівлі та заходи політики протекціонізму) для отримання абсолютних та порівняльних переваг на світовому ринку, захисту національного товаровиробника та реалізації політико-економічних цілей держави у результаті участі у світогосподарських процесах [2].

Проведемо більш детальний аналіз організаційно-економічного та конкурентного стану деяких туристичних фірм міста Харкова. Відомо, що туристичні фірми оточує зовнішнє середовище, яка може впливати позитивно (надавати можливості) і негативно (загрози) на їх розвиток. Кожна туристична фірма має сильні і слабкі сторони, які дозволяють в стислому вигляді уявити ринкову ситуацію - небезпеки і можливості, які очікують фірму на ринку, а також її слабкі та сильні характеристики, тобто її потенціал, що відтворено нами в табл. 1 [2]

Таблиця 1 - Туристичні потоки України, осіб

Рік	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон – усього ²	Кількість іноземців, які відвідали Україну – усього ²	Кількість туристів, обслугованих турагентами та турсервісами – усього ³	Із загальної кількості туристів:			Кількість екскурсантів
				іноземні туристи	туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи	
2000	13422320	6430940	2013998	377871	285353	1350774	1643955
2005	16453704	17630760	1825649	326389	566942	932318	1704562
2010	17180034	21203327	2280757	335835	1295623	649299	1953497
2011	19773143	21415296	2199977	234271	1250068	715638	823000
2012	21432836	23012823	3000696	270064	1956662	773970	865028
2013	23761287	24671227	3454316	232311	2519390	702615	657924
2014 ¹	22437671	12711507	2425089	17070	2085273	322746	1174702
2015 ¹	23141646	12428286	2019576	15159	1647390	357027	1254714
2016 ¹	24668233	13333096	2549606	35071	2060974	453561	1134523
2017 ¹	26437413	14229642	2806426	39605	2289854	476967	1342783
2018 ¹	2234622	12444256	2465678	27856	2587654	478431	1456343

Джерело: Складено за даними Державної служби статистики України.

¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

² Включно з одноденними відвідувачами (за даними Адміністрації Держприкордонслужби України).

³ 2000-2010 за даними Міністерства інфраструктури України, починаючи з 2011 року за даними Держстату.

Україну досить стабільно відвідували іноземні туристи, пік яких припав на 2003 р. Надалі недостатня

увага з боку держави до розвитку галузі зумовила зниження інтересу до України, як наслідок, поступово зменшилась кількість іноземних туристів, а з 2013 р.

відвідування значно знизилось у зв'язку з нестабільною політичною ситуацією в Україні: Революцією Гідності, анексією Криму та військовою агресією Росії. Спочатку активно зростала кількість виїзних туристів з тимчасовим зменшенням у 2007 р., у зв'язку зі світовою фінансовою кризою, і їх максимумом у 2013 р. Проте девальвація гривні та інфляція, падіння життєвого рівня зумовили зменшення їх кількості у 2014 -2015 рр. у 1,5 раза [Пилипенко]. Потік внутрішніх туристів з роками то зростав, то падав, сягнувши свого максимуму у 2007 році, коли долар коштував 5 грн., і з того часу стабільно знижувався. Економічна й політична ситуація в Україні, яка настала з початком агресії Росії, проблеми з біженцями та переселенцями суттєво зменшили цей потік. У 2014 році він скоротився удвічі порівняно з 2013 роком, а порівняно з піковим, 2007 роком - у понад 6 разів. Але це єдиний вид туризму, в якому після спаду 2014 року, у 2015 році спостерігається деяке поживлення. Українці поступово починають переорієнтовувати свої подорожі в Україну. Якщо раніше основну частину доходів від туризму давав в'їзний туризм, а його скорочення особливо відчутне для бюджету туристичної галузі та держави загалом, то виїзний туризм не може компенсувати цю втрату, оскільки він, навпаки, більше вивозить коштів з країни, ніж дає їй. Тому єдиним виходом з цієї ситуації залишається розвиток внутрішнього туризму, особливо на тлі світового досвіду, який свідчить, що такий туризм може давати значні доходи. Так, наприклад, у США внутрішній туризм становить близько 80% загальної структури надходжень від туризму [4]. Тут немає відомих архітектурних та історичних пам'яток, як в Україні, натомість, створено понад 50 національних парків, які щорічно відвідують близько 50 млн. переважно вітчизняних туристів. Тільки Йелоустонський парк приносить щорічно дохід у розмірі 400 млн. доларів. В Україні внутрішній туризм поки що не становить належного відсотка в структурі галузі. У цьому плані наша держава посідає лише 48-ме місце у світі [2]. Як авангард туристичної галузі України, своє місце у розвитку внутрішнього туризму має посісти Львів і Львівська область. Дослідження туристичних потоків у Львівську область [4] засвідчує приблизно однакову картину з Україною, оскільки загальнодержавні проблеми неминуче стосуються і Львівщини. Аналогічно розвивається і внутрішній туризм. Спочатку він досить активно розвивався, а з 2005 року майже удвоє скоротився і перебував на цьому рівні до 2013 року. У 2014-му інфляційному році знову суттєво знизився, але, на відміну від загальноукраїнської тенденції у 2015 році, збільшився майже вдвічі, проте ще далеко не досяг свого пікового рівня 2003-го, що свідчить про ще невикористані можливості для його подальшого зростання [4].

Рада ЄС 24 жовтня 2014 р. прийняла зміни до Регламенту Європарламенту та Ради ЄС №374/2014 від 16 квітня 2014 р. про скасування або зниження мит на товари, що походять з України (Регламент №1150/2014, 29.10.2014), які набули чинності з 2 листопада 2014 р. Згідно з цим Регламентом ЄС, до

31.12.2014 р. подовжено чинність автономного преференційного торговельного режиму для товарів походженням з України. Причому українські експортери матимуть змогу використати квоти, які лише частково використані протягом чинності автономного преференційного торговельного режиму ЄС для українських товарів. Українські експортери матимуть ширший доступ до ринків ЄС (завдяки зниженню ввізного мита) [1].

З українського боку ввізні мита знижуватимуть поступово. Україні надали змогу адаптувати українських товаровиробників. Митні ставки знижуватимуть асиметрично, що найвигідніше для України. Перехідний період, який завершиться остаточною лібералізацією, для ЄС становитиме 7 років, а для України – 10 років; лібералізація тарифів з боку ЄС також відбуватиметься прискореними темпами, тоді як Україна лібералізує значну кількість своїх тарифів пізніше. Побоювання Росії щодо негативного впливу на взаємну торгівлю не має економічно обґрунтованого підґрунтя, оскільки в Угоді немає жодної статті, яка б стосувалась російсько-українських товарних потоків і впливу на них. Негайні преференції передбачені також лише для 49,2 % експорту обробленої харчової продукції, тоді як ЄС надасть негайних преференцій 83,4 % українського експорту цих товарів. Окрім того, ЄС запропонував тарифні квоти Україні на товари, що становлять 15,9 % вартості українського експорту до ЄС (за референтний період). На 6,1 % експорту ЄС Україна запропонувала лише часткову лібералізацію [1, 5, 6].

Отже, для нашої держави провадження ефективної митної політики України сприятиме:

- спрощенню доступу до ринку збуту українських товарів (промисловість) та послуг (туризм) у ЄС;
- припливу іноземних інвестицій для розвитку промислових та туристичних підприємств;
- поліпшенню економічного іміджу України у світі;
- швидкому реформуванню економіки, промислових та туристичних підприємств;
- можливості знижувати свої імпортні ввізні мита на промиті слови товари терміном до 10 років;
- можливості прискорення модернізації промислових та туристичних підприємств;
- можливості уникнення антидемпінгових мит;
- збільшенню експортного виторгу за промислову продукцію та туристичні послуги;
- можливості підвищення конкурентоспроможності продукції та послуг шляхом адаптації до вимог ЄС.

Висновки. Ефективний розвиток туризму дозволить значно збільшити потік іноземних туристів до України і приплив валютних надходжень в економіку країни, а також забезпечити, з одного боку, зростання податкових відрахувань до бюджетів різних рівнів, а з іншого боку, з огляду на вплив туризму на всі сторони життя суспільства, - розвиток суміжних галузей економіки та підвищення зайнятості населення. Туристський ринок в Україні знаходиться в стадії глибокої структурної перебудови, інституційного становлення, формування внутрішньогалузевих, міжгалузевих, міжрегіональних і зовнішньоекономічних зв'язків. Повною мірою це

відноситься до процесу формування туристської інфраструктури, відповідного сегмента ринку праці, системи державного регулювання туристської діяльності.

Список літератури

1. Приходько І., Приходько Ю. Митна політика України в контексті угоди про асоціацію з Європейським союзом // *Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини*. 2016. Випуск 39. С. 244–252.
2. Киселева І.А., Трамова А.М. Анализ деятельности туристских фирм с использованием модели делового совершенства // *Региональная экономика: теория и практика*. 2013. №30. – с.53-58.
3. Сандровский К. К. Таможенное право. – Киев: *Наука*, 1974. – 176 с.
4. Пилипенко Н. Сучасні тенденції туристичних потоків України // *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції "Економіко-соціальні відносини в галузі фізичної культури та сфері обслуговування"* (м. Львів, 11-12 травня 2017 р.) Львів: ЛДУФК, 2017. - 168 с. - С.74-76.
5. Гребельник О. Митна справа. – 4-те вид., оновл. та доповн. – К. : *Центр учбової літератури*, 2014. – 472 с.
6. Митний кодекс від 13.03.2012 р. № 4495-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>
7. Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobielieva T.A., Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. - Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI", 2018.- 689 p.
8. 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.
9. 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.
10. 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.
11. Перерва П.Г., Глізнуца М.Ю. Бенчмаркінг як метод оцінювання інтелектуального потенціалу регіонів // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. - 2015. - № 4. - С. 11-19.
12. 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.
13. 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.
14. 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.
15. 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 .
16. Перерва П.Г., Косенко А.В., Кобелева, Т.О., Маслак М.В. Системний підхід до дослідження цінових, 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.
7. Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobielieva T.A., Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. - Kharkov-9. Miskolc: NTU "KhPI", 2018.- 689 p.
8. Kobelyeva T.O. Orhanizatsiyna struktura kompayens na promyslovomu pidpryemstvi [Organizational Structure Compliance at the Industrial Enterprise] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkiv's'kyu politekhnichnyy institut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 47 (1323). – С. 121-127.
9. Kobelyeva T.O. Rozrobka rekomendatsiy po formuvannu intehral'noho pokaznyka kompayens-bezpeky promyslovoho pidpryemstva [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). – С. 46-52.
17. 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.
18. 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.
19. 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.
20. 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.
21. Романчик Т.В. Аналіз стану інноваційної активності економіки України / Т.В. Романчик // *Бізнес-інформ*. – 2014. – №5. – С. 111-115.
22. Старостіна 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., Kobielieva 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., Kobielieva 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)

10. Marchuk L.S. Metodyky rozrakhunku intelektualnogo potentsialu pidpryyemstva [Methods of calculating the intellectual potential of an enterprise] // *Visnyk Natsionalnogo tekhnichnogo universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 20 (1296). – S. 95-101.
11. Pererva P.G., Hliznitsa M.YU. Benchmarkinh yak metod otsynuyannya intelektual'nogo potentsialu rehioniv [Benchmarking as a method of assessing the intellectual potential of the regions] // *Marketynh i menedzhment innovatsiy.* – 2015. – № 4. – S. 11-19.
12. Pererva P.G., Kravchuk A.V. Efektyvnist yak ekonomichna katehoriya [Efficiency as an economic category] // *Visnyk Natsionalnogo tekhnichnogo universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 15 (1291). – S. 137-143.
13. Pererva P.G. Ekonomiko-orhanizatsiyni zasady innovatsiynoyi ta investytsiynoyi diyalnosti pidpryyemstva [Economic and organizational principles of innovative and investment activity of the enterprise] // *Visnyk Natsionalnogo tekhnichnogo universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* – Kharkiv : NTU "KhPI", 2017. – № 45 (1266). – S.51-55.
14. Pererva P.G., Marchuk L.S. Intelektualnyy potentsial yak ekonomichna katehoriya [Intellectual potential as an economic category] // *Visnyk Natsionalnogo tekhnichnogo universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 15 (1291). – C. 53-63.
15. Pererva P.G. Informatsiyna diyalnist pidpryyemstva: upravlinska, tsinova ta marketynhova skladovi [Information activity of the enterprise: management, price and marketing components] // *Visnyk Natsionalnogo tekhnichnogo universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky).* – Kharkiv : NTU „KhPI”. - 2018. - № 37(1313). - S. 27-32
16. Pererva P.G., Kosenko A.V., Kobyelyeva, T.O., Maslak M.V. Systemnyy pidkhdid do doslidzhennya tsinovoykh, marketynhovoykh, investytsiynoykh ta innovatsiynoykh kharakterystyk transferu tekhnolohiyi promyslovoyi produktsiyi [System approach to the study of price, marketing, investment and innovation characteristics of technology transfer of industrial products] // *Visnyk Natsionalnogo tekhnichnogo universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 19 (1295). – S. 121-126.
17. 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 Natsionalnogo tekhnichnogo universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky).* : zb. nauk. pr. – Kharkiv. : NTU «KhPI», 2016. – № 28 (1200). – S. 26-30.
18. 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 Natsionalnogo tekhnichnogo universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky).* : zb. nauk. pr. – Kharkiv: NTU «KhPI», 2016. – № 28 (1200). – S. 70-74.
19. Pererva P.G., Kosenko A.V., Maslak M.V., Matrosova V.O., Dolyna I.V. Rozvytok orhanizatsiyno-ekonomichnogo mekhanizmu upravlinnya rozvytkom industriyi turyzmu ta hostynnosti [Development of organizational and economic mechanism for managing the development of the tourism industry and hospitality] // *Visnyk Natsionalnogo tekhnichnogo universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 48 (1324). – S. 121-127.
20. Romanchyk T.V. Deyaki aspekty ekonomichnoyi bezpeky promyslovykh 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.
21. 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.
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 konkurentnogo, intelektualnogo i marketynhovoho potentsialu innovatsiynoho pidpryyemnytstva [Formation of Competitive, Intellectual and Marketing Potential of Innovative Entrepreneurship] // *Visnyk Natsionalnogo tekhnichnogo 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 Natsionalnogo tekhnichnogo 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 Natsionalnogo tekhnichnogo 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.

Надійшла (received) 21.01.2019

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 Харків, Україна; ORCID:0000-0002-6256-9329; тел.: (067) 940-16-81; e-mail: pgpererva@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

Гармаш Сергій Володимирович (Гармаш Сергей Владимирович, Garmash Sergey Vladimirovich) Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», старший викладач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; м. Харків, Україна; ORCID:0000-0002-5471-379X; e-mail: sv_garmash@ukr.net

Попов Микола Олексійович (Попов Николай Алексеевич, Popov Nikolay Alekseevich) Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», старший викладач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0002-0925-5224; e-mail: popovnikolaj1987@gmail.com