

V.O.MATROSOVA, A.V.KOSENKO, I.V.DOЛИНА, O.M.ПРОСКУРНЯ
ОЦІНКА ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ТА ІННОВАЦІЙНИХ ПЕРСПЕКТИВ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Перехід до ринкових відносин, жорстка конкуренція в туристичній галузі вимагають вирішення нових завдань, пов'язаних з потребою в адекватному реагуванні держави на значні зміни як зовнішнього, так і внутрішнього середовища функціонування організацій індустрії туризму. Необхідність вирішення цих завдань, що в комплексі становлять важливу народногосподарську проблему, багато в чому зумовлено відсутністю сучасного організаційно-методичного забезпечення. Головною проблемою ефективного функціонування туристичних підприємств України є відсутність комплексної системи оцінки фінансової стійкості, яка б допомагала вищому керівництву туристичного підприємства виявити проблемні ділянки та ухвалити правильні та оптимальні управлінські рішення. Для аналізу та контролю фінансової стійкості туристичних підприємств використовуються системи взаємопов'язаних показників, з допомогою яких і здійснюється оцінка, планування та управління підприємством.

Розглядаючи проблему удосконалення розвитку українського туризму, вважаємо за доцільне акцентувати нашу увагу також на положенні про те, що саме туристична фінансова та інноваційна конкурентоспроможність є невід'ємною складовою процесу розвитку та вдосконалення туристичної галузі в цілому по країні. Очевидно, що й туризм варто розглядати як потужний самостійний міжгалузевий господарський комплекс. Найбільш сильні та інноваційні позиції мають посідати провідні місця в самій стратегії розвитку туризму в країні, а слабкі необхідно поступово нейтралізувати з використанням фінансових та інноваційних інструментів.

Перш ніж перейти до вирішення поставленої проблеми слід дати визначення фінансової стійкості. Вивчивши різноманітні трактовки цього поняття ми прийшли до висновку, що фінансова стійкість підприємства – це властивість підприємства, котра відображає в процесі взаємодії зовнішніх та внутрішніх факторів впливу: здатність досягнення стану рівноваги його фінансових ресурсів і такий ступінь їхнього використання, при якому підприємство, вільно маневруючи грошовими засобами, здатне забезпечити безперервний процес виробництва й реалізації продукції; здатність не лише утримувати на відповідному рівні протягом деякого часу основні характеристики діяльності туристичного підприємства, але й функціонувати та розвиватися.

Ключові слова: фінансова стійкість, туризм, ефективність, туристичні підприємства

V.O.MATROSOVA, A.V.KOSENKO, I.V.DOЛИНА, E.M.ПРОСКУРНЯ
ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ И ИННОВАЦИОННЫХ ПЕРСПЕКТИВ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Переход к рыночным отношениям, жесткая конкуренция в туристической отрасли требуют решения новых задач, связанных с потребностью в адекватном реагировании государства на значительные изменения как внешнего, так и внутренней среды функционирования организаций индустрии туризма. Необходимость решения этих задач, в комплексе составляют важную хозяйственную проблему, во многом обусловлено отсутствием современного организационно-методического обеспечения. Главной проблемой эффективного функционирования туристических предприятий Украины является отсутствие комплексной системы оценки финансовой устойчивости, которая помогала вышнему руководству туристического предприятия выявить проблемные участки и принять правильные и оптимальные управленческие решения. Для анализа и контроля финансовой устойчивости туристических предприятий используются системы взаимосвязанных показателей, с помощью которых и осуществляется оценка, планирование и управление предприятием.

Рассматривая проблему совершенствования развития украинского туризма, считаем целесообразным акцентировать наше внимание также на положении о том, что именно туристическая финансовая и инновационная конкурентоспособность является неотъемлемой составляющей процесса развития и совершенствования туристической отрасли в целом по стране. Очевидно, что и туризм следует рассматривать как мощный самостоятельный межотраслевой хозяйственный комплекс. Наиболее сильные и инновационные позиции должны занимать ведущие места в самой стратегии развития туризма в стране, а слабые необходимо постепенно нейтрализовать с использованием финансовых и инновационных инструментов.

Прежде чем перейти к решению поставленной проблемы следует дать определение финансовой устойчивости. Изучив различные трактовки этого понятия мы пришли к выводу, что финансовая устойчивость предприятия - это свойство предприятия, которая отражает в процессе взаимодействия внешних и внутренних факторов влияния: способность достижения состояния равновесия его финансовых ресурсов и такая степень их использования, при котором предприятие, свободно маневрируя денежными средствами, способно обеспечить бесперебойный процесс производства и реализации продукции; способность не только удерживать на соответствующем уровне в течение некоторого времени основные характеристики деятельности туристического предприятия, но и функционировать и развиваться.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, туризм, эффективность, туристические предприятия

V.O.MATROSOVA, A.V.KOSENKO, I.D. DOLINA, O.M. PROSKURNYA
ESTIMATION OF FINANCIAL STABILITY AND INNOVATIONAL PERSPECTIVES OF THE TRAVEL AGENCY

The transition to market relations, tough competition in the tourism industry, require the solution of new challenges related to the need for adequate response of the state to significant changes in both the external and internal environment of the functioning of tourism industry organizations. The need for solving these problems, which together constitute an important national economic problem, is largely due to the lack of modern organizational and methodological support. The main problem of the effective functioning of Ukrainian tourist enterprises is the lack of a comprehensive system of financial stability assessment that would help the top management of the tourist enterprise identify problem areas and adopt the right and optimal management decisions. To analyze and control the financial sustainability of tourism enterprises, systems of interrelated indicators are used, through which the assessment, planning and management of the enterprise are carried out.

Considering the problem of improving the development of Ukrainian tourism, we consider it appropriate to focus our attention on the fact that it is tourism financial and innovation competitiveness is an integral part of the process of development and improvement of the tourism industry in the whole country. Obviously, tourism should be considered as a powerful independent inter-industry economic complex. The most powerful and innovative positions should occupy leading positions in the tourism development strategy of the country, and the weak must be gradually neutralized using financial and innovative tools.

Before proceeding to the solution of this problem, one must determine the financial stability. Having studied the various interpretations of this concept, we came to the conclusion that the financial stability of the enterprise is a property of the enterprise, which reflects in the process of interaction of external and internal factors of influence: the ability to achieve a state of equilibrium of its financial resources and the degree of their use, in which the enterprise, freely maneuvering with money means capable of ensuring an uninterrupted process of production and sales of products; the ability not only to maintain at the appropriate level for some time the main characteristics of the activity of the tourist enterprise, but also to function and develop.

Keywords: financial stability, tourism, efficiency, tourist enterprises

Вступ. Туристична галузь, урахувавши її значний вплив на економічний та соціальний розвиток країни, розгалуженість господарських зв'язків, потребує регулювання та підтримки з боку держави. Перехід до ринкових відносин, жорстка конкуренція в туристичній галузі вимагають вирішення нових завдань, пов'язаних з потребою в адекватному реагуванні держави на значні зміни як зовнішнього, так і внутрішнього середовища функціонування організацій індустрії туризму. Необхідність вирішення цих завдань, що в комплексі становлять важливу народногосподарську проблему, багато в чому зумовлено відсутністю сучасного організаційно-методичного забезпечення. Головною проблемою ефективного функціонування туристичних підприємств України є відсутність комплексної системи оцінки фінансової стійкості, яка б допомагала вищому керівництву туристичного підприємства виявити проблемні ділянки та ухвалити правильні та оптимальні управлінські рішення. Для аналізу та контролю фінансової стійкості туристичних підприємств використовуються системи взаємопов'язаних показників, з допомогою яких і здійснюється оцінка, планування та управління підприємством.

Аналіз стану питання. На сьогодні в теорії та на практиці оцінки фінансової стійкості підприємств відомо понад двісті відносних аналітичних коефіцієнтів, які можна розрахувати на основі фінансової звітності. Показники оцінки стійкості підприємства об'єднуються в групи. У останні роки в літературі опубліковано низку методик науковців, в яких представлено різні погляди щодо цього питання. Проаналізувавши методики можна дійти висновку, що всі вони мають недоліки та потребують доопрацювання. Одним із основних недоліків є відсутність або недостатнє обґрунтування граничних значень багатьох показників, друге – це те, що більшість методик схильні до використання показників прийнятих у зарубіжних фірмах, третє – багато методик розглядають не всі сторони діяльності. При розробці методик потрібно дотримуватись таких вимог: фінансові коефіцієнти мають бути максимально інформативними й давати цілісну картину стану підприємства; коефіцієнти повинні розраховуватись лише за опублікованими даними фінансової звітності та давати можливість проведення рейтингової оцінки у часі та просторі.

Розглядаючи проблему удосконалення розвитку українського туризму, вважаємо за доцільне акцентувати нашу увагу також на положенні про те, що саме туристична фінансова та інноваційна конкурентоспроможність є невід'ємною складовою процесу розвитку та вдосконалення туристичної галузі в цілому по країні. Очевидно, що й туризм варто розглядати як потужний самостійний міжгалузевий господарський комплекс. Найбільш сильні та інноваційні позиції мають посідати провідні місця в самій стратегії розвитку туризму в країні, а слабкі необхідно поступово нейтралізувати з використанням фінансових та інноваційних інструментів.

Аналіз основних досягнень і літератури. Аналіз останніх досліджень і публікацій показує, що питаннями фінансової стійкості займаються багато вчених – економістів. Проблеми фінансової стійкості та інноваційного розвитку різного роду підприємств розглянуто в наукових працях таких вчених, як Тищенко

О.М. та Норик Л.О. [1], Тридід О.М. та Орехова К.В. [2], Ковальов В.В. та Волкова О.М. [3], Перерва П.Г. [10, 12], Кобелева Т.О. [6, 7], Марчук Л.С. [4], Кравчук А.В. [8], Глізнуца М.Ю. [5], Романчик Т.В. [17, 18], Старостіна А.О. [19], Ткачова Н.П. [21] та ін.

Автори зазначених робіт детально розглядають питання виникнення фінансових проблем на підприємствах та розробляють методичні підходи до їх усунення. Разом з тим, деякі питання висвітлюються в узагальному вигляді і не деталізують методи, функції та моделі оцінювання та забезпечення фінансової стійкості та інноваційного розвитку підприємств туристичного бізнесу.

Мета роботи. Метою роботи є дослідження організаційно-економічних засад щодо оцінювання і забезпечення фінансової стійкості та інноваційного розвитку підприємств туристичного бізнесу, а також аналіз факторів впливу на фінансову стійкість туристичного підприємств в умовах жорсткої економічної кризи в нашій країні.

Результати дослідження. В Україні фінансову стійкість почали розраховувати за допомогою аналітичних коефіцієнтів з початку 90-х років. Однак показники, які були запозичені з зарубіжної літератури інколи призводив до непорозуміння щодо цільності такого аналізу. Причинами були: показники були не інтерпретовані до специфіки українських підприємств; в західній практиці серед багатьох коефіцієнтів вибиралась певна кількість, орієнтуючись на коло користувачів, в Україні аналітики розраховували всі показники разом; порівняння розрахованих коефіцієнтів в часі та просторі, на українські підприємства такої бази не мають.

Перш ніж перейти до вирішення поставленої проблеми слід дати визначення фінансової стійкості. Вивчивши різноманітні трактовки цього поняття ми прийшли до висновку, що фінансова стійкість підприємства – це властивість підприємства, котра відображає в процесі взаємодії зовнішніх та внутрішніх факторів впливу:

- здатність досягнення стану рівноваги його фінансових ресурсів і такий ступінь їхнього використання, при якому підприємство, вільно маневруючи грошовими засобами, здатне забезпечити безперебійний процес виробництва й реалізації продукції;
- здатність не лише утримувати на відповідному рівні протягом деякого часу основні характеристики діяльності туристичного підприємства, але й функціонувати та розвиватися.

В літературі виділяють ряд факторів, які впливають на фінансову стійкість туристичного підприємства. Їх класифікують за такими ознаками: за місцем виникнення (зовнішні, внутрішні) за важливістю результату (основні, другорядні); за структурою (прості, складні); за часом дії (постійні, тимчасові). В даній статті розглянемо зовнішні та внутрішні чинники впливу.

Очевидно, що успіх чи невдача підприємницької діяльності багато в чому залежать від вибору складу та структури продукції чи послуг, що створюються туристичним підприємством, тобто від внутрішніх факторів. При цьому важливо вирішити, що виготовляти і як виробляти. Від відповіді на ці запитання залежать фінансові результати і в кінцевому підсумку фінансова стійкість. Тищенко О.М. та Норик Л.О. вважають більш

важливими аналіз внутрішніх факторів [1]. До них на відносяться: галузева незалежність; стан майна і фінансових ресурсів; структура послуг, їх частка у загальному платоспроможному попиті; розмір уставного капіталу; структура та динаміка витрат. Ми вважаємо, що до внутрішніх чинників слід також віднести контроль якості продукції та стадію життєвого циклу підприємства. Вона є основоположним чинником при визначенні загальноекономічної мети діяльності підприємства, для досягнення якої будуть спрямовані всі інші його стратегії. Найбільш значущими внутрішніми факторами є оптимізація складу та структури активів підприємства, та джерел їх фінансування. При зменшенні виробничих запасів та зростанні ліквідних активів підприємство може отримувати більший обсяг прибутку, що збільшить потенційні можливості підприємства.

Очевидно, що успіх чи невдача підприємницької діяльності багато в чому залежать від вибору складу й структури продукції чи послуг, що створюються підприємством, тобто від внутрішніх факторів. При цьому важливо вирішити, що виготовляти і як виробляти. Від відповіді на ці запитання залежать фінансові результати і в кінцевому підсумку фінансова стійкість. Ковальов В.В. та Волкова О.М. стверджують, що одна з найважливіших характеристик фінансового стану підприємства – стабільність його діяльності у світлі довгострокової перспективи [3]. Ми згодні з думкою цих вчених і тому для подальшого прогнозування стану підприємства та забезпечення його фінансової стійкості важливішими на нашу думку є аналіз зовнішніх факторів. Їм потрібно приділити більшу увагу, тому що вони не залежать від діяльності самого підприємства, а пов'язані з характером державного регулювання та розвитку економіки в цілому. До зовнішніх факторів, які суттєво впливають на фінансову стійкість туристичного підприємства, на наш погляд, слід віднести:

- зовнішньоекономічні зв'язки;
- рівень платоспроможного попиту (середній рівень доходів населення);
- конкуренція на ринку туристичних послуг (рівень конкуренції);
- економічні умови господарювання (фаза економічного циклу розвитку економічної системи);
- податкова, кредитно-фінансова, облікова, інвестиційна політика (рівень інфляції);
- ступінь розвитку фінансового ринку, страхової справи;
- науково-технічний прогрес та посилення міжнародної конкуренції у зв'язку з його розвитком.

Вплив зовнішніх чинників на фінансову стійкість особливо зростає на стадії економіки кризового періоду. З фінансовою стійкістю підприємства тісно пов'язаний обсяг платоспроможного попиту населення, оскільки зростання обсягу попиту є стимулом до розширення обсягу його діяльності, та отримання більших прибутків. Падіння платоспроможного попиту, яке характерне для кризового періоду функціонування економіки, призводить до загострення конкурентної боротьби та підвищення рівня конкуренції на ринках різних типів. Гострота конкурентної боротьби – не менш важливий зовнішній чинник фінансової стійкості, оскільки така боротьба призводить до кон'юнктурних змін на товарних,

ресурсних та фінансових ринках, що, в свою чергу, є причиною змін цін на продукцію туристичного підприємства. Порівняно із стабільним етапом розвитку в умовах економічної кризи зростає вплив інфляції, що негативно відбивається на ступені фінансової стійкості туристичного підприємства, оскільки зменшується обсяг його чистого прибутку. Це призводить до зниження обсягу власних фінансових ресурсів, які формуються за рахунок внутрішніх джерел. Зменшення власних фінансових ресурсів туристичного підприємств при стабільній чи зростаючій потребі в ресурсах обумовлює необхідність їх запозичення у значно більших обсягах, а це означає, що ціна на позикові ресурси зростатиме, ускладнюватиметься можливість їх використання для збільшення прибутковості власного капіталу, внаслідок чого зросте вартість капіталу підприємства. Все це в сукупності сприяє зниженню ринкової вартості туристичного підприємства.

Залежно від впливу означених вище факторів можна виділити такі види фінансової стійкості туристичного підприємства: поточна (на момент проведення аналізу) і потенційна (перспектива нарощувати обсяги діяльності протягом певного часу і вихід на новий рівень фінансової рівноваги). Тобто фінансова стійкість туристичного підприємства у короткостроковому періоді означає досягнення стану рівноваги поточної діяльності туристичного підприємства, у довгостроковому періоді – трансформування чинників стабілізації у фактори розвитку туристичного підприємства.

Важливим фактором фінансової стійкості туристичного підприємства є його інноваційний розвиток, використання туристичним підприємством в своїй діяльності сучасних прогресивних технологій, які і призвані забезпечити йому комерційний успіх найбільш важливих бізнес-процесів.

Останнім часом часто обговорюються питання інтелектуальної власності. По-перше, її використання має значно більший економічний ефект ніж використання матеріальних активів. По-друге, вона сама по собі має високу вартість і може слугувати об'єктом купівлі продажу. Основними завданнями аналізу використання нематеріальних активів є: аналіз обсягу і динаміки нематеріальних активів; аналіз структури і стану нематеріальних активів за видами, термінами використання і правової захищеності; аналіз дохідності (рентабельності) і фондоддачі; аналіз ліквідності нематеріальних активів і рівня ризику вкладення капіталу в нематеріальні активи. Особливе значення для аналізу мають показники ефективності використання нематеріальних об'єктів, що відображають рівень їх впливу на фінансовий стан і фінансові результати діяльності підприємства. Ефект від придбання підприємством права використання запатентованого виробничого досвіду і знань, програмного забезпечення, а також ноу-хау можна визначити лише за результатами реалізації підприємством продукції, виробленої з використанням ліцензії і ноу-хау. Ефективність придбання ліцензії і ноу-хау залежить також від розмірів одноразових виплат за них; від термінів фінансування й обсягу капітальних вкладень підприємства у виробничий та інші фонди; поточних витрат, пов'язаних з виготовленням і збутом ліцензованої продукції. Кінцевий

ефект використання нематеріальних активів відображається у загальних результатах господарської діяльності: зниженні витрат на виробництво, зменшенні обсягів збуту продукції, зростанні прибутку, підвищенні платоспроможності і стійкості фінансового стану. Зростання частки нематеріальних активів в необоротних активах підприємства сприяє збільшенню норми прибутку у виручці від реалізації товарів. Основним чинником зростання дохідності є збільшення фондів віддачі нематеріальних активів і підвищення рентабельності реалізації. Кількісний вплив цих чинників можна визначити за допомогою прийому ланцюгових підстановок або будь-якого іншого відомого прийому факторного аналізу.

Висновки. У ринкових умовах діяльність туристичного підприємства становить комплекс взаємопов'язаних господарських процесів, що залежать від численних і різноманітних факторів. Якщо якийсь із них випадає з аналізу фінансової стійкості, то оцінка впливу інших, прийнятих у розрахунок факторів, а також висновки ризикують виявитися спотвореними і не спроможними забезпечити фінансову стійкість. Тому при прогнозуванні та забезпеченні фінансової стійкості слід враховувати всі можливі варіанти подальшого розвитку туристичного підприємства для стабілізації його роботи в будь-яких умовах. Таким чином, одним з основних показників ефективності і стабільності функціонування туристичного підприємства є фінансова стійкість, яка залежить від факторів внутрішнього та зовнішнього впливу. Враховуючи сучасні умови на ринку туристичним підприємствам необхідно забезпечити фінансову стійкість не лише на даному етапі, але й на довгострокову перспективу свого розвитку, для пошуку шляхів досягнення поставлених цілей.

Практичне значення одержаних результатів визначається тим, що основні теоретичні положення та висновки дослідження доведено до рівня конкретних пропозицій і рекомендацій, які можуть використовуватись: у науково-дослідній роботі – як основа для подальшого вивчення концептуальних засад розвитку туристичної галузі в Україні.

Список літератури

1. Тищенко О.М., Норік Л.О. Моделювання оцінки та прогнозування фінансової стійкості підприємства.- Харків, 2014.- 112с.
2. Тридід О.М., Орехова К.В. Організаційні засади забезпечення фінансової стійкості підприємства // Вісник Хмельницького національного університету.- №2.- 2005.- С.43-54.
3. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – М. : ПБОЮЛ, 2001. – 424 с.
4. 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.
5. Перерва П.Г., Глізнуца М.Ю. Бенчмаркінг як метод оцінювання інтелектуального потенціалу регіонів // *Маркетинг і менеджмент інновацій*.- 2015.- № 4.- С.11-19.
6. 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.
7. 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.
8. 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.
9. 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
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 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.
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. 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.
18. Романчик Т.В. Аналіз стану інноваційної активності економіки України / Т.В. Романчик // *Бізнес-інформ*. – 2014. – №5. – С. 111-115.
19. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. – К.: Знання, 2009. – 1070 с.
20. 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.
21. 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.
22. 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)

1. Tyshchenko O.M., Norik L.O. Modelyuvannya otsinky ta prohnozuvannya finansovoyi stiykosti pidpryyemstva [Modeling the estimation and forecasting of financial stability of the enterprise].- Kharkiv, 2014.- 112s.
2. Trydid O.M., Oryekhova K.V. Orhanizatsiyni zasady zabezpechennya finansovoyi stiykosti pidpryyemstva [Organizational fundamentals of ensuring financial stability of the enterprise] // *Visnyk Khmelnyts'koho natsional'noho universytetu*.- №2.- 2005.- S.43-54.
3. Kovalev V.V., Volkova O.N. Analiz khozyaystvennoy deyatelnosti predpryyatyya [Analysis of economic activity of the enterprise]. – M. : PBOYUL,

2001. – 424 s.
4. Marchuk L.S. Metodyky rozrakhunku intelektualnogo potentsialu pidpryyemstva [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.*
 5. Pererva P.G., Hliznutsa M.YU. Benchmarkinh yak metod otsynuvannya 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.*
 6. Kobyleva T.O. Rozrobka rekomendatsiy po formuvannyu intehral'nogo pokaznyka komplayens-bezpeky promyslovoho pidpryyemstva [Development of recommendations for the formation of an integral index of compliance of safety of an industrial enterprise] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KHPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 48 (1324). – S. 46-52.*
 7. Kobyleva T.O. Orhanizatsiyna struktura komplayens na promyslovomu pidpryyemstvi [Organizational Structure Compliance at the Industrial Enterprise] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 47 (1323). – S. 121-127.*
 8. 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.*
 9. 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.*
 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). – C. 53-63.*
 12. Pererva P.G. Informatsiyna diyalnist pidpryyemstva: upravlinska, tsinova ta marketynhova skladova [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., Kobyleva, T.O., Maslak M.V. Systemnyy pidkhid do doslidzhennya tsinovykh, marketynhovykh, investytsiynykh ta innovatsiynykh 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., Kobyleva 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., Kobyleva T.O. Yakist innovatsiynoyi produktsiyi yak skladova marketynhovoiv polityky ta konkurentospromozhnosti pidpryyemstva [Quality of innovative products as a component of marketing policy and competitiveness of the enterprise] // *V 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. 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.*
 18. 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.*
 19. Starostina A.O. Marketynh: teoriya, svitovyy dosvid, ukraiyinska praktyka: pidruch [Marketing: theory, world experience, Ukrainian practice: under the leadership]. – K.: Znannya, 2009. – 1070 s.
 20. Pererva P.G., Kosenko A.V., Maslak M.V., Matrosova V.O., Dolyna I.V. Formuvannya upravlinskoyi, marketynhovoiv 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.*
 21. Pererva P.G.; Kosenko O.P., Tkachova N.P.; Tkachov M.M. Formuvannya konkurentnoho, intelektualnogo i marketynhovoiv 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.*
 22. 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) 17.01.2019

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Матросова Вікторія Олександрівна (Matrosova Viktoriya Oleksandrivna) кандидат економічних наук, доцент, викладач, кафедра менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», e-mail: vm4323@gmail.com

Косенко Андрій Васильович (Kosenko Andrey Vasilyevich) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; тел.: (050) 281-09-94; e-mail: avakos74@gmail.com

Доліна Ірина Володимирівна (Dolyna Irina Vladimirovna) - кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3507-5497>, e-mail: dolyna_i@bigmir.net

Проскурня Олена Михайлівна (Proskurnia Olena Michaylovna) – кандидат технічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри організації виробництва та управління персоналом; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8367-0442>; тел. (067)863-10-08, e-mail: proskurniaolena@gmail.com