



**АНАЛІТИК**  
АУДИТОРСЬКА ФІРМА



# ЕКОНОМІКА ФІНАНСИ ПРАВО

ЩОМІСЯЧНИЙ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИЙ ЖУРНАЛ

№ 7/2'2019

(видається з 1994 року)

ISSN 2409-1944

**Журнал включено до переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата з економічних і юридичних наук**

Наказ Міністерства освіти і науки України від 21 грудня 2015 р. № 1328 (економічні науки). Наказ Міністерства освіти і науки України від 11 липня 2016 р. № 820 (юридичні науки). Реєстраційне свідоцтво серії КВ № 21620-11520ПР від 12 жовтня 2015 р.

Рішення Аудиторської палати України від 21.12.2017 № 353/10 (фахове видання з обліку та аудиту).

Журналу присвоєно міжнародний ідентифікаційний номер ISSN 2409-1944.

## **Засновники:**

Аудиторська фірма "Аналітик" спільно з Таврійським національним університетом ім. В.І. Вернадського та Національною академією внутрішніх справ України

## **Статті обов'язково проходять**

### **відбір, внутрішнє і зовнішнє рецензування**

Рекомендовано до друку та до поширення через мережу Інтернет Вченою радою Національної академії внутрішніх справ України (Протокол № 14 від 18 липня

2019 р.) та Вченою Радою Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського (Протокол № 15 від 16 липня 2019 р.). Повний або частковий передрук матеріалів журналу допускається лише за згодою редакції.

Відповідальність за добір і викладення фактів несуть автори. За зміст та достовірність реклами несе відповідальність рекламодавець.

Підписано до друку 29.07.2019

Формат 60/84/8

Наклад – 250 прим.

**Адреса редакції:** 01001, м. Київ, вул. Хрещатик, 44

**Телефони:** (050) 735-43-41, (096) 221-88-61

**Факс:** (044) 278-05-88

**E-mail:** efp.redaktor@gmail.com

**Сайт:** www.efp.in.ua



Суб'єкт видавничої справи

© "Аналітик", 2019  
© "Економіка. Фінанси. Право",  
2019

Типографія: ТОВ "Міжнародний бізнес центр"



**АНАЛІТИК**  
АУДИТОРСЬКА ФІРМА



# ECONOMICS FINANCES LAW

MONTHLY INFORMATIONAL AND ANALYTICAL JOURNAL

**№ 7/2'2019**

*(issued from 1994)*

**ISSN 2409-1944**

*Journal is included in the list of scientific professional editions of Ukraine, which can be published results of dissertations for the degree of doctor and candidate (PhD).*

*Order of Ministry of Education and Science of Ukraine of 21 December 2015 № 1328 (economic sciences). Order of Ministry of Education and Science of Ukraine on July 11, 2016 № 820 (legal sciences). Order of Audit Chamber of Ukraine on 21 December 2017 № 353/10 (accounting and audit).*

*Certificate of registration of a series of KV № 21620-11520PR dated October 12 2015.*

*The journal has been assigned an International Identification Number ISSN 2409-1944.*

## **Founders:**

Audit firm "Analytik" jointly with Tavrian National University after V.I. Vernadskyi and the National Academy of Internal Affairs of Ukraine

## **Articles must pass**

### **selection, internal and external review**

Recommended for publication and dissemination through the Internet by the Academic Council of the National Academy of Internal Affairs of Ukraine (Protocol № 14 dated July 18, 2019) and the Academic Council of the Tavrian National University after V.I. Vernadskyi (Protocol № 15 dated July 16, 2019). Full or partial reprint of the

materials of the journal is allowed only with the consent of the editorial office.

The authors are responsible for the selection and presentation of the facts. The content and authenticity of the advertisement is the responsibility of the advertiser.

Signed for print 29.07.2019

Format 60/84/8

Publication – 250 copies

**Address of the editorial office:** 01001, Kyiv,

Khreshchatyk str., 44

**Phones:** (050) 735-43-41, (096) 221-88-61

**Fax:** (044) 278-05-88

**E-mail:** efp.redaktor@gmail.com

**Web:** www.efp.in.ua



*The subject of  
publishing*

© "Analytik", 2019  
© "Economics. Finances. Law",  
2019

Typography: LLC "International Business  
Center"

#### Керівник редакційної колегії з економічних наук:

**Бутинець Тетяна Анатоліївна**, д.е.н., професор, головний науковий співробітник Наукової лабораторії з проблем кримінальної поліції навчально-наукового інституту № 1 Національної академії внутрішніх справ, м. Київ

#### Члени редакційної колегії з економічних наук:

**Бондар Валерій Петрович**, д.е.н., керуючий партнер аудиторської фірми "HLB UKRAINE", член Ради Аудиторської палати України, член ФІБАУ

**Величко Олена Георгіївна**, радник першого віце-прем'єра міністра України – Міністра економічного розвитку і торгівлі України

**Вініченко Ігор Іванович**, д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної теорії та економіки сільського господарства Дніпровського державного аграрно-економічного університету

**Герасимович Анатолій Михайлович**, д.е.н., професор, Ніжинський агротехнічний інститут Національного університету біоресурсів і природокористування

**Даций Олександр Іванович**, д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, банківської та страхової справи Міжрегіональної Академії управління персоналом (МАУП), Заслужений працівник освіти України

**Іванюта Василь Фалімонович**, д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту Полтавського університету економіки і торгівлі

**Клименюк Микола Миколайович**, д.е.н., професор, завідувач кафедрою менеджменту та міжнародних економічних відносин Навчально-науковий інститут управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського

**Левченко Валентина Петрівна**, д.е.н., член Ради нагляду за аудиторською діяльністю Органу суспільного нагляду за аудиторською діяльністю, директор ВПГО «Спілка аудиторів України»

**Манцевич Юрій Миколайович**, д.е.н., доцент, вчений секретар Державного підприємства «Науково-дослідний і проектний інститут містобудування»

**Невелєв Олександр Михайлович**, д.е.н., доцент

**Потишняк Олена Миколаївна**, д.е.н., доцент, професор кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту Харківського національного технічного університету сільськогосподарства імені Петра Василенка

**Прушківський Володимир Геннадійович**, д.е.н., професор, перший проректор Запорізького національного технічного університету

**Редько Олександр Юрійович**, д.е.н., перший проректор з науково-педагогічної роботи, професор, академік НАСОНА

**Сук Петро Леонідович**, д.е.н., доцент, професор кафедри обліку і оподаткування, Відокремлений підрозділ Національного університету біоресурсів і природокористування України «Ніжинський агротехнічний інститут»

**Ткаченко Сергій Анатолійович**, д.е.н., доцент, в.о. ректора Вищого навчального закладу "Міжнародний технологічний університет «Миколаївська політехніка»

**Царенко Оксана Вячеславівна**, д.е.н., професор, завідувач кафедрою обліку та аудиту, Навчально-науковий інститут управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського

#### Керівник редакційної колегії з правових наук:

**Константинов Сергій Федорович**, д.ю.н., професор, завідувач кафедри адміністративної діяльності НАВС

#### Члени редакційної колегії з правових наук:

**Бичкова Світлана Сергіївна**, д.ю.н., професор, завідувач кафедри цивільного права і процесу Національної академії внутрішніх справ, полковник поліції

**Васильчук Віктор Іванович**, д.ю.н., професор, професор кафедри оперативно-розшукової діяльності Національної академії внутрішніх справ, заслужений юрист України, полковник поліції

**Глушков Валерій Олександрович**, д.ю.н., професор, Київський кооперативний інститут бізнесу і права, економіко-правовий коледж, кафедра права

**Джужа Олександр Миколайович**, д.ю.н., професор, головний науковий співробітник відділу організації науково-дослідної роботи Національної академії внутрішніх справ, заслужений юрист України

**Клименко Олена Вікторівна**, д.н.держ.упр., к.ю.н., доцент, завідувач кафедрою конституційного і міжнародного права Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського

**Копан Олексій Володимирович**, д.ю.н., професор, провідний науковий співробітник наукової лабораторії з проблем досудового розслідування навчально-наукового інституту № 1

**Луць Володимир Васильович**, д.ю.н., професор, член відділу цивільно-правових наук Науково-дослідного інституту приватного права і підприємництва імені академіка Ф.Г. Бурчака НАПРН України, заслужений діяч науки і техніки України

**Озерський Ігор Володимирович**, д.ю.н., доцент, професор кафедри цивільного та кримінального права і процесу Чорноморський національний університет імені Петра Могили

**Фрицький Юрій Олександрович**, д.ю.н., професор, завідувач кафедри конституційного, адміністративного права та соціально-гуманітарних дисциплін, Інститут права та суспільних відносин Університету "Україна". Заслужений юрист України.

#### Шеф-редактор:

**Головач Володимир Володимирович**, к.ю.н., голова правління Аудиторської фірми "Аналітик", Заслужений юрист України

**Технічний редактор:** Куцяк Олександр Анатолійович

**Випусковий редактор:** Туманян Анна Оганесівна

#### Head of the Editorial Board of Economic Sciences:

**Butynets Tetiana Anatoliivna**, Dr. Economics, Professor, Chief Scientist of the Scientific Laboratory for Criminal Police of the Educational and Scientific Institute № 1 of the National Academy of Internal Affairs, Kyiv

#### Members of the editorial board of Economic Sciences:

**Bondar Valerii Petrovych**, Dr. Economics, managing partner of the audit firm "HLB UKRAINE", member of the Board of the Audit Chamber of Ukraine, member of the Ukrainian Federation of Professional Accountants and Auditors

**Velychko Olena Heorhiivna**, Advisor to the First Vice Prime Minister of Ukraine - Minister of Economic Development and Trade of Ukraine

**Vinichenko Ihor Ivanovych**, Dr. Economics, Professor, Head of the Economic Theory and Economics of Rural Economy Department of the Dnipro State Agrarian and Economic University

**Datsii Oksandr Ivanovych**, Dr. Economics, Professor, Head of the of Finance, Banking and Insurance Department of the Interregional Academy of Personnel Management (IAPM), Honored Worker of Education of Ukraine

**Herasymovych Anatolii Mykhailovych**, Dr. Economics, Professor, Nizhyn Agrotechnical Institute of National University of Biosources and Nature Management

**Ivaniuta Vasyly Falymonovych**, Dr. Economics, Associate Professor, Professor of the Economic Department, Poltava University of Economics and Trade

**Klymenyuk Mykola Mykolaiovych**, Dr. Economics, Professor, Head of the Management and International Economic Relations Department of Educational and Scientific Institute of Management, Economics and Nature Management of the Taurian National University after V.I. Vernadskyi

**Levchenko Valentyna Petrivna**, Dr. Economics, member of the Supervisory Board for audit activity of the Authority public oversight for audit activity, Director of the All-Ukrainian Professional Non-Governmental Organization "Union of Auditors of Ukraine"

**Mantsevych Yurii Mykolaiovych**, Dr. Economics, Associate Professor, Scientific Secretary of the State Enterprise "Research and Design Institute of Urban Development"

**Neveliev Oksandr Mykhailovych**, Dr. Economics, Associate Professor

**Potyshniak Olena Mykolaivna**, Dr. Economics, Associate Professor, Professor of the Production, Business and Management Department of the Kharkiv National Technical University of Agriculture after Petro Vasylenko

**Prushkivskiy Volodymyr Hennadiiovych**, Dr. Economics, Professor, First Vice-Rector of the Zaporizhia National Technical University

**Redko Oksandr Yuriiovych**, Dr. Economics, First Vice-Rector for the scientific and pedagogical work, Professor, Academician of National Academy of Statistics, Accounting and Audit

**Suk Petro Leonidovych**, Dr. Economics, Associate Professor, Professor of the Accounting and Taxation Department of Separated Division of the National University of Biosources and Natural Resources of Ukraine "Nizhyn Agrotechnical Institute"

**Tkachenko Serhii Anatoliiovych**, Dr. Economics, Associate Professor, acting Rector of the Higher Educational Institution "International Technology University "Mykolaiv Polytechnic"

**Tsarenko Oksana Viacheslavivna**, Dr. Economics, Professor, Head of the Accounting and Audit Department of Educational and Scientific Institute of Management, Economics and Nature Management of the Taurian National University after V.I. Vernadskyi

#### Head of the Editorial Board of Law Sciences:

**Konstantinov Serhii Fedorovych**, Dr. Law, Professor, Head of the Administrative Activity Department of the National Academy of Internal Affairs

#### Members of the editorial board of Law Sciences:

**Bychkova Svitlana Serhiivna**, Dr. Law, Professor, Head of the Civil Law and Process Department of the National Academy of Internal Affairs, Colonel of the Police

**Vasylynychuk Viktor Ivanovych**, Dr. Law, Professor, Professor of the Operational and Investigating Department of the National Academy of Internal Affairs, Honored Lawyer of Ukraine, Colonel of the Police

**Hlushkov Valerii Oleksandrovych**, Dr. Law, Professor, Kyiv Cooperative Institute of Business and Law, Economics and Law College, Law Department

**Dzhuzha Oksandr Mykolaiovych**, Dr. Law, Professor, Chief Scientist of the Research and Development work organization Department of the National Academy of Internal Affairs, Honored Lawyer of Ukraine

**Klymenko Olena Viktorivna**, Dr. Public Administration, PhD Law, Associate Professor, Head of the Constitutional and International Law Department of the Taurian National University after V.I. Vernadskyi

**Kopan Olexsii Volodymyrovych**, Dr. Law, Professor, Lead Researcher of the Pre-trial Investigation Problems Scientific Laboratory of the Educational-Scientific Institute № 1

**Luts Volodymyr Vasylovych**, Dr. Law, Professor, member of the Civil Law Sciences Department of the Private Law and Entrepreneurship Research Institute after Academician F.H. Burchak of National Academy of Legal Sciences of Ukraine, Honored Worker of Science and Technology of Ukraine

**Ozerskyi Ihor Volodymyrovych**, Dr. Law, Associate Professor, Professor of the Civil and Criminal Law and Process Department of Black Sea National University after Petro Mohyla

**Frytskyi Yurii Olehovych**, Dr. Law, Professor, Head of the Constitutional, Administrative Law and Social and Humanitarian disciplines Department, Law and Public Relations Institute of the "Ukraine" University, Honored Lawyer of Ukraine

#### Chief Editor

**Holovach Volodymyr Volodymyrovych**, PhD Law, Head of the Board of the Audit Firm "Analitik", Honored Lawyer of Ukraine

**Technical editor:** Kutsiak Oksandr Anatoliiovych

**Issue Editor:** Tumanian Anna Ohanesivna

## ЗМІСТ

<i>М.Л. ДАНИЛОВИЧ-КРОПИВНИЦЬКА, Ю.М. ДЗЮРАХ.</i> Механізми мотивації праці як чинник підвищення ефективності підприємства .....	6
<i>Р.А. ГАЛГАШ.</i> Розвиток на територіях постконфліктної трансформації: від регіональних кластерів підприємств до смарт-спеціалізацій .....	10
<i>К.В. КОВТУНЕНКО, А.М. ЛОПАТИНА.</i> Особливості реформування митної системи України .....	16
<i>В.В. МОЛОЧЕНКО.</i> Розробка організаційного механізму вдосконалення управління іміджем готельного підприємства .....	20
<i>Л.Л. ОСТРОВЕРХ, В.В. НАРОГАН.</i> Криптовалюта як повноцінний учасник платіжної системи країни: реальність чи ілюзія .....	24
<i>О.А. ПЕТРИК, Ю.І. ГРИНЕНКО.</i> Трансфертне ціноутворення: правила та механізм контролю податку на прибуток .....	30
<i>О.В. ЦЕРКОВНА.</i> Формування сучасної логістичної системи у промисловості .....	36
<i>І.В. ШАРГОРОДСЬКА.</i> Способи захисту прав суб'єктів інвестиційної діяльності .....	40
<i>К.В. КУЧЕРЕНКО.</i> Фінансова стійкість як чинник та індикатор економічної безпеки промислового підприємства .....	44
<i>О.О. ШЕРЕМЕТ.</i> Державне інституційне регулювання та управління конкурентоспроможністю харчової промисловості .....	47

## CONTENTS

<b>M.L. DANYLOVYCH-KROPYVNYTSKA, Y.M. DZIURAKH.</b> Incentive mechanisms as a factor of enterprise efficiency increasing .....	6
<b>R.A. HALHASH.</b> Development at the territories of post-conflict transformation: from regional clusters of enterprises to smart-specializations .....	10
<b>K.V. KOVTUNENKO, A.M. LOPATINA.</b> Features of the customs system of Ukraine reforming .....	16
<b>V.V. MOLOCHENKO.</b> Development of organizational mechanism for improving image border management hotel enterprise .....	20
<b>L.L. OSTROVERKH, V.V. NAROCHAN.</b> Cryptocurrency as a full participant of the country's payment system: reality or illusion .....	24
<b>O.A. PETRYK, Y.I. HRYNENKO.</b> Transfer pricing: rules and controls for corporate taxes .....	30
<b>O.V. TSERKOVNA.</b> Formation of modern logistics system in industry .....	36
<b>I.V. SHARHORODSKA.</b> Ways of protecting the subject of investment activity rights .....	40
<b>K.V. KUCHERENKO.</b> Financial stability as factor and indicator of economic safety of an industrial enterprise ....	44
<b>O.O. SHEREMET.</b> State institutional regulation and management of competitiveness of the food industry .....	47

**МОЛОЧЕНКО**  
Вікторія Валеріївна

УДК 338.486.3:17.022.1

**РОЗРОБКА ОРГАНІЗАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ВДОСКОНАЛЕННЯ  
УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕМ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

к. пед. н., старший  
викладач, Вінницький  
національний аграрний  
університет

**DEVELOPMENT OF ORGANIZATIONAL MECHANISM FOR IMPROVING  
IMAGE BORDER MANAGEMENT HOTEL ENTERPRISE**

**MOLOCHENKO Viktoriia Valeriivna** – PhD in Pedagogic, Senior Lecturer, Vinnytsia National Agrarian University

*У статті пропонується визначення методики оцінювання рівня управління іміджем, яка враховує специфіку готельного підприємства. Сучасна туристична галузь є складною і динамічною структурою. Не варто забувати і те, що ця галузь знаходиться на стадії розвитку і з кожним роком підходить до роботи, ведення справ та продажу готельного продукту покращується, але проблема моделювання дієвого іміджу залишається невирішеною. Основною метою даної статті є пропозиція і обґрунтування методики оцінки рівня управління іміджем, що дозволить врахувати специфіку функціонування готельного підприємства в конкретній ринковій ситуації і прийняти відповідно найбільш оптимальні управлінські рішення щодо управління іміджем даного підприємства.*

\* \* \*

*Современная туристическая отрасль является сложной и динамичной структурой. Не стоит забывать и то, что эта отрасль находится на стадии развития и с каждым годом подходы к работе, ведению дел и продажи гостиничного продукта улучшается, но проблема моделирования действенного имиджа остается нерешенных. Основной целью данной статьи является предложение и обоснование методики оценки уровня управления имиджем, что позволит учесть специфику функционирования гостиничного предприятия в конкретной рыночной ситуации и принять соответственно наиболее оптимальные управленческие решения по управлению имиджем данного предприятия.*

\* \* \*

*The article proposes the definition of a method for estimating the level of management by image building, which takes into account the specifics of the tourist enterprise. The modern tourism industry is a complex and dynamic structure, and it includes as directly enterprises of the tourism industry (travel agencies, tour operators, recreation facilities) and a large number of subsidiary institutions and organizations (various carriers, hotels, restaurants, sanatoriums, etc.). It should not be forgotten that this industry is in the stage of development and every year approaches to work, doing business and sales of hotel products are improving, but the problem of imidg has always been. More and more entrants choose this specialty and then we have a lot of new staff, but the market of high-quality employees is empty. The employer is trying to find a worker who meets the requirements. But given the fact that the worker understands the whole system and that there are not enough skilled specialists, he starts to do his work poorly in his work, thus extracting from the employer a bonus or increase in wages, knowing that there are not enough good specialists on the market. In our time, a person lives in the world of monetary motivation and the cash award is the main material incentive of the employee. Travel companies spend a lot of effort on staff development, so the turnover of staff is not profitable for a travel company and managers are trying to properly motivate employees properly and efficiently.*

*The systems of payment and stimulation of work of employees at the enterprise are described. Differences in wage systems are investigated. The main factors of satisfaction with the work of the tourism industry are revealed. Recommendations for optimizing the incentive system are given. The factors of assessment of the level of management by image building are considered, as well as the directions of adjusting the policy of management by image building, based on the results of the evaluation by the company's management.*

**Ключові слова:** управління іміджем, готельне підприємство, методика оцінювання рівня управління іміджем, чинники оцінки, результати оцінки, враження від готельного підприємства

**Ключевые слова:** управление имиджем, гостиничное предприятие, методика оценки уровня управления имиджем, факторы оценки, результаты оценки, впечатление от гостиничного предприятия

**Keywords:** empowerment of image, hotel enterprise, method of evaluation of image management level, evaluation factors, evaluation results, impressions from the hotel company

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

На даний час питання іміджу, управління ним, і особливо оцінка рівня управління іміджем набувають все більшої актуальності. Для готельного підприємства важливо не тільки створити позитивний імідж, але й грамотно керувати ним щоб, з одного боку, підтримувати заданий рівень, а з іншого – направляти його в те русло, яке було спочатку задумано на етапі його розробки. Однак у науковій літературі з проблем маркетингу відсутня методика оцінки рівня управління іміджем туристичного підприємства, за допомогою якої

керівництво підприємства могло б оцінити правильність проведеної політики з управління іміджем. Крім того, така методика повинна відповідати основним значущим характеристикам, властивим саме готельному підприємству, бути економічно виправданою, тобто доцільною і гранично наочною.

Основною метою даної статті є пропозиція і обґрунтування методики оцінки рівня управління іміджем, що дозволить врахувати специфіку функціонування готельного підприємства в конкретній ринковій ситуації і прийняти відповідно найбільш оптимальні

управлінські рішення стосовно управління іміджем даного підприємства.

#### Аналіз останніх досліджень і публікацій

На сьогодні даний напрямок досліджено недостатньо. Слід вказати таких теоретиків: Ж.-П. Бодуан, Г.Г. Почепцова, І.Я. Рожкова, В.Г. Кімерешкіна, О. Єфімова-Саднік, Н. Єфімова. У вітчизняній літературі проблеми управління іміджем туристичного підприємства практично не досліджуються, що ще раз підтверджує актуальність пропонованої статті.

#### ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Вдосконалення управління іміджем туристичного підприємства – процес, що визначає послідовність дій готельного підприємства по створенню стійкого ставлення до нього у зацікавлених груп, що забезпечує досягнення цілей і розвиток в довгостроковій перспективі.

Науково обґрунтована робота з управління іміджем готельного підприємства повинна вестися на основі його моделювання.

Моделювання іміджу має свою структуру, описується параметрично і моделюється так само, як і сам процес його формування. З огляду на те, що модель є відображенням значущих сторін об'єкта, її можна уявити набором різних чинників. Комбінуючи ці фактори, можна отримати відгук індивіда, який представляє оцінку повного враження про туристичне підприємство. В якості респондентів рекомендуємо використовувати дві групи ринкових суб'єктів – споживачів і ділових партнерів, у такому разі оцінку рівня вдосконалення управління іміджем слід проводити для кожної групи суб'єктів окремо. Це обумовлено основним завданням управління іміджем, яка реалізується у створенні стратегічного позитивного іміджу туристичного підприємства.

Характер «позитивності» для ділових партнерів і для споживачів має різний окрас. В очах ділових партнерів готельне підприємство повинно бути головним чином фінансово надійним, а для споживачів – підприємством, що надає високоякісні послуги. Необхідна кількість опитаних для кожної групи може бути різним.

Імовірно для надійності результатів у групі «ділові партнери» число опитаних може бути від 10 до 20 осіб, у групі «споживачі» – від 30 до 100. Під час аналізу інших суб'єктів кількість опитаних визначається фахівцем, який проводить дослідження, однак їх число не повинно бути менше 20 для достовірності результатів оцінки.

Результати проведеної у кожній з груп оцінки дозволять визначити рівень управління іміджем готельного підприємства, з'ясувати необхідність його вдосконалення або доопрацювання, а також наочно показати, які саме сфери діяльності підприємства у кожній з груп ринкових суб'єктів не відповідають ідеальним і вимагають коректування.

Визначивши на першому етапі зацікавлені групи, щодо яких буде проводитися оцінка рівня управління іміджем, переходимо до другого етапу - розробки чинників оцінки для кожної з груп

Даних факторів може бути досить велика кількість, проте ми рекомендуємо використовувати не більше 10 основних найбільш значущих з усієї сукупності (табл. 1).

З даних табл. 1 видно, що окремі фактори оцінки для обох груп збігаються. Це свідчить про те, що деякі характеристики туристичного підприємства з позицій різних респондентів однаково важливі при здійсненні управління іміджем.

Таблиця 1

#### Фактори оцінки вдосконалення управління системою іміджу для ділових партнерів і споживачів

[розроблена автором]

Фактори оцінки для ділових партнерів	Фактори оцінки для споживачів
Ділова репутація	Загальна відомість і репутація
Дотримання термінів і умов	Імідж послуги
Фінансова стійкість	Спектр додаткових послуг
Конкурентний статус	Компетентність персоналу
Виконання договірних зобов'язань	Архітектура і внутрішній дизайн
Фінансова автономія	Елементи фірмового стилю
Репутація топ-менеджера	Фінансова стійкість
Кваліфікованість персоналу	Рівень цін
Якість наданих послуг	Іміджбілдингова політика
Прозорість бізнесу	Ділова репутація

Для застосування даної методики в якості вихідної інформації необхідні «чисельні величини порівняльної» доброзичливості "до туристичному підприємству по кожному стимулу - шкальні значення стимулів, а також значення суб'єктивних ваг.

Відзначимо, що компонентам передують чинники, які і визначають їх сприйняття. Тут істотно також те, що і ваги, і шкальні значення специфічні для кожного суб'єкта. Отримати шкальні значення стимулів можна за допомогою інтервального шкали .

Пропонована нами методика заснована на принципі інтеграції інформації, необхідної для опису

інформації необхідні «чисельні величини порівняльної» процесу управління іміджем . Загальна математична модель оцінки та вдосконалення рівня управління іміджем туристичного підприємства має такий вигляд:

$$R_n = \sum_{k=0}^n W_k \times F(S_k)$$

де:  $R_n$  - оцінка рівня управління іміджем на основі повного враження про туристичний підприємстві, що задається n факторами (стимулами)  $S_k$  ( $k=1, \dots, n$ );

$W_k$  - вага кожного фактора (інтерпретується як

важливість або значимість даного стимулу для даного респондента);

$F_{(sk)}$  - шкальної значення стимулу s.

На наступному етапі керівництво туристичного підприємства має визначити важливість кожного з факторів по ваговій шкалі, виходячи з поставлених завдань політики управління іміджем. У цьому разі сума ваги повинна дорівнювати одиниці. Потім кожної з груп респондентів пропонується оцінити чинники – виставляється оцінка значення фактора для досліджуваного туристичного підприємства за шкалою від 0 (незадовільно) до 5 (відмінно). По завершенні анкетування складеться зведена таблиця «Фактичний рівень управління іміджбіндингу туристичного підприємства» у кожній групі з усередненими показниками по компонентах «Важливість» (W) і «Значення» (F).

Оцінки компонентів підставляють у формулу (1) і отримують приватні враження за кожною групою

респондентів за кожним з факторів R. Сума значень за приватними враженнями представляє повне враження про туристичне підприємство  $R_n$ , тобто показує рівень управління іміджбіндингу. Максимальне значення, яке може отримати підприємство в результаті обчислень за формулою (1), дорівнює 5, тоді рівень управління іміджем буде еталонним.

Основні висновки з оцінки рівня управління іміджем туристичного підприємства та подальших дій керівництва підприємства у рамках отриманих результатів представимо у табл. 2.

Отриману фактичну оцінку рівня управління іміджем для наочності пропонуємо порівняти з еталонним (рис. 1).

Також можна навести порівняльний аналіз відхилень особистих вражень анкетованих груп від середнього значення (рис. 2).

Таблиця 2

**Результати оцінки рівня вдосконалення управління іміджем готельного підприємства [розроблено автором]**

Значення $R_n$	Рівень управління іміджбіндингом туристичного підприємства
0 – 1	Не відповідає ідеальному, потребує кардинальних змін усієї політики управління ним.
1 – 2	Потребує змін більшості його елементів, перегляду параметрів управління.
2 – 3	Потребує зміни деяких елементів. Політика з управління іміджбіндингу повинна бути відкоригована підприємством з ціллю підвищення загальної ефективності управління підприємством.
3 – 4	Деякою мірою відповідають ідеальному і потребують редагування незначної кількості елементів для здійснення управління іміджбіндингу.
4- 5	Відповідають ідеальному, не потребують внесення будь-яких змін в політику управління

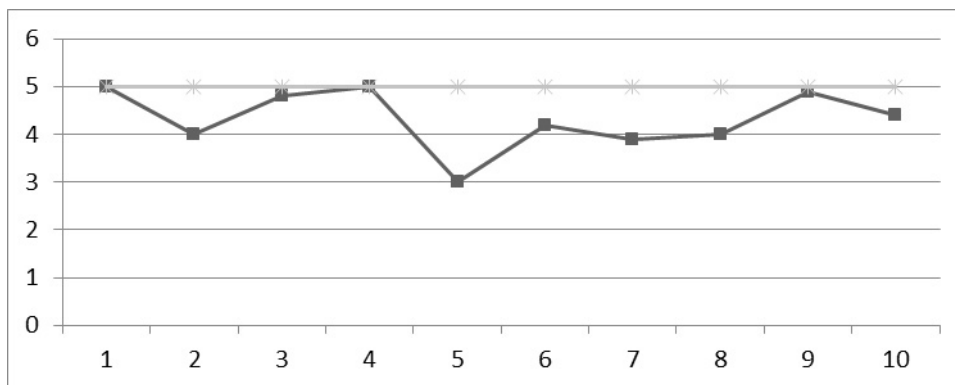


Рис. 1. Зіставлення еталонного (---•---) і фактичного (—■—) рівнів управління іміджем готельного підприємства (Взаємозв'язок між балами і факторами) [розроблено автором]

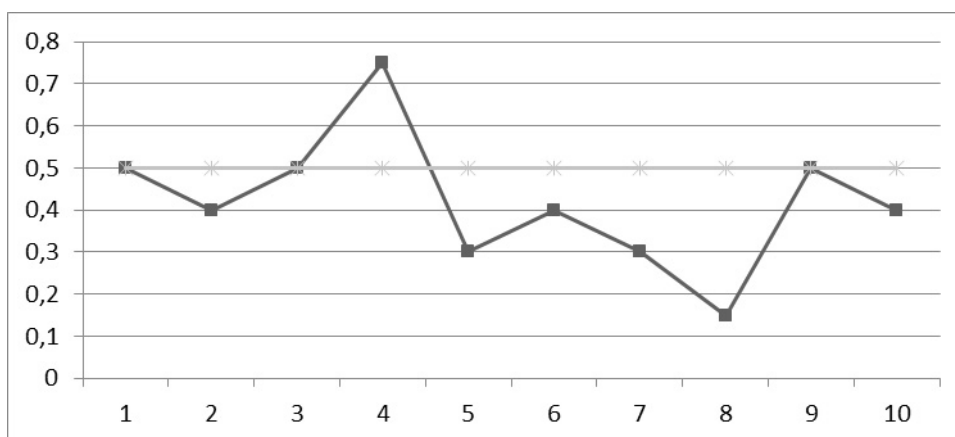


Рис. 2. Відхилення особистих вражень від середнього рівня значень [розроблено автором]



Розроблена автором методика оцінки рівня управління іміджблдингу туристичного підприємства була випробувана на деяких готельних і туристичних підприємствах, серед яких: ПРАТ«Інтурист», ТОВ «Пальміра Палас».

Для визначення ступеня лінійної залежності між ваговими значеннями і шкальними оцінками факторів управління іміджблдингу туристичного підприємства пропонуємо обчислити коефіцієнт кореляції  $r_{WF}$  за формулою:

$$r_{WF} = \frac{K_{WF}}{\sigma_W \sigma_F} = \frac{wf - w * f}{\sqrt{w^2 - (w)^2} \sqrt{f^2 - (f)^2}}$$

Для визначення параметрів  $k$  і  $\sigma$  по кожній групі складається кореляційна таблиця на основі даних таблиці «Фактичний рівень управління іміджем готельного підприємства». Математично вираховують середнє значення за вагою і шкальним значенням кожного фактору, середнє квадратичне величини.

Коефіцієнт кореляції задовольняє нерівність  $0 \leq r_{WF} \leq 1$ . Слід зауважити, що чим ближче значення коефіцієнта до одиниці, тим вище лінійна залежність між досліджуваними характеристиками. Виходячи з отриманого результату, керівництво готельного підприємства може визначити, наскільки бажані результати (вагові значення) відповідають фактичним (бальним оцінкам по групах респондентів).

### РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Проведена оцінка рівня управління вдосконаленням іміджу готельного підприємства по представленій моделі дозволить керівництву підприємства визначити, за якими напрямками у політиці управління іміджем слід здійснити кардинальні зміни, де потрібно невелике коректування, а де необхідно істотне вдосконалення.

Моделювання управління іміджем туристичного підприємства – основа професійного імідж-моделювання. Маючи в своєму розпорядженні результати аналізу, керівництво підприємства може знайти пояснення ряду проблем, з якими стикається, і сформулювати економічні цілі розвитку, досягнення яких дозволяє змінити або поліпшити уявлення про туристичне підприємство на ринку.

### ВИСНОВКИ

Розроблена і запропонована автором методика оцінки вдосконалення рівня управління іміджем готельного підприємства має ряд переваг:

- може бути використана для будь-якого типу готельного підприємства на різних стадіях його життєвого циклу;
- оцінка проводиться для кожної зацікавленої гру-

пи окремо. Крім того, під кожен із груп підбирається свій набір факторів.

Це обумовлено тим, що імідж і наступне керування ним мають різну направленість.

Вартість проведення оцінки невисока. Споживачі можуть дати оцінку в процесі споживання послуг туристичного підприємства, що зумовлює об'єктивність цієї оцінки, а ділові партнери – шляхом анкетування за допомогою факсимільного зв'язку чи електронної пошти.

Інформація, отримана в результаті практичного застосування запропонованої автором методики вдосконалення рівня управління іміджем, дозволить керівництву готельного підприємства в оптимальному режимі зробити висновок про те, наскільки проведена політика з управління іміджем відповідає поставленим задачам, чи вона потребує вдосконалення.

### Список використаних джерел

1. Апопій В.В. Організація і технологія надання послуг. Київ, 2016. 312 с.
2. Балахонова І.В. Інтеграція процесів з допомогою системи. *Пріоритет*, 2016. 57 с.
3. Гринич А.В. Формування обличчя у туризмі. Київ: *Фінанси і статистика*, 2017. 272 с.
4. Кривошапко Е.П. Управління іміджем. Львів: ВНУ "Львівська політехніка", 2015. 684 с.
5. Новіков О.А. Імідж та форма. Київ: *Бізнес-преса*, 2017. 208 с.
6. Окландер М.А. Побудова системи підприємства. *Астропринт*, 2018. 318 с.
7. Полднева А.В. Використання алгоритмів в управлінні готельними системами. *"Економічні науки"*. 2017. 96-100 с.
8. Смірнов І.Г. Імідж та туризм: Навч. посібник. Київ: "Знання". 2017. 444 с.

### References

1. Apopii V.V. Organization and technology of providing services. Kyiv, 2016. 312 p. (in Ukrainian).
2. Balakhonova I.V. Integration of processes with the help of a system. *Priorytet*, 2016, 57 p. (in Ukrainian).
3. Hrynich A.V. Formation of a person in tourism. Kyiv: *Finansy i statystyka*, 2017. 272 p. (in Ukrainian).
4. Kryvoshapko E.P. Image management. Lviv: VNU "Lvivska politekhnika", 2015, 684 p. (in Ukrainian).
5. Novikov O.A. Image and shape. Kyiv: *Biznes-presya*, 2017, 208 p. (in Ukrainian).
6. Oklander M.A. Construction of enterprise system. *Astroprint*. 2018. 318 p. (in Ukrainian).
7. Poldneva A.V. Use of algorithms in the management of hotel systems. *"Ekonomichni nauky"* 2017, 96-100 p. (in Ukrainian).
8. Smirnov I.H. Image and tourism: tutorial. Kyiv: "Znannia". 2017. 444 p. (in Ukrainian).