

Відповідно до наведених розрахунків, вартість компанії постійно зростає: з 4074,3 тис. грн у 2017 році до 6501,1 тис. грн у 2018 році та до 8712,1 тис. грн у 2019 році.

Метод капіталізації доходів передбачає врахування трансформації доходів у вартість. Такий метод доцільно застосовувати для оцінки вартості страхових компаній зі стабільними доходами або стабільними темпами їх зміни. У контексті даного методу під поняттям «доходи» розуміють грошові доходи, які можуть отримати власники страхової компанії, що планують інвестувати кошти в подальший розвиток. Розрахунок вартості страхової компанії за цим методом наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Визначення вартості ПрАТ «СК «Провідна» за методом капіталізації

Показник	Рік			Відхилення			
	2017	2018	2019	абсолютні		відносні	
				2018/2017	2019/2018	2018/2017	2019/2018
Власний капітал	4133,3	6506,0	8704,8	2372,7	2198,8	157,4	133,8
Позиковий капітал	501,5	2,6	21,9	497,9	18,3	0,7	608,3
Чистий прибуток	1660,7	2372,7	2200,5	712	172,2	142,9	92,7
Вартість власного капіталу	40,2	36,5	25,3	-3,7	11,2	90,7	69,3
Середньозважена вартість капіталу, %	38,66	36,5	25,31	-2,16	11,19	94,4	69,3
Вартість компанії	3794,1	6496,9	8675,7	2702,8	2178,8	171,2	133,5

Проведені розрахунки свідчать, що вартість страхової компанії за методом капіталізації не відповідає величині її власного капіталу та є нижчою від вартості власного капіталу. Варто також додати, що згідно з майновим підходом вартість страхової компанії розраховується як сума вартостей усіх активів (основних засобів, запасів, вимог, нематеріальних активів тощо), що складають цілісний майновий комплекс, за мінусом зобов'язань. При цьому вартість компанії, розрахована за другим методом, є нижчою від вартості, розрахованої за першим методом. Спільним для обох методів є основне джерело інформації, яким є баланс страхової компанії.

Джерела та література

1. Полінкевич О. М. Підходи до аналізу підприємницьких систем. *Економічний форум*. 2016. № 2. С. 206–211.
2. Ховрак І. В., Семко Т. В. Ефективність функціонування корпоративного сектору національної економіки: монографія. Кременчук: ТОВ «Кременчуцька міська друкарня», 2013. 276 с.
3. The role of universities in disseminating the social responsibility practices of insurance companies/ V. Trynchuk, I. Khovrak, R. Dankiewicz, A. Ostrowska-Dankiewicz, A. Chushak-Holoborodko. *Problems and Perspectives in Management*. 2019. № 17 (2). P. 449–461.

Козяр І., Косінова Я. – студентки

Науковий керівник: д. е. н. У. Гузар
Львівський державний університет
фізичної культури імені Івана
Боберського, м. Львів, Україна

Особливості управління інноваційним розвитком на підприємствах ГРБ

Стрімкий розвиток галузі в Україні висуває підвищені вимоги до стану матеріально-технічної бази та якості сервісу, що в свою чергу залежать від ефективності інноваційних процесів.

Проблеми інноваційного розвитку підприємств є малодослідженими. Значною мірою це пов'язане з тим, що довгий час туристсько-рекреаційний комплекс залишався на периферії наукового спостереження.

Інновація виступає в якості фактора зміни, як результат діяльності, втілений в новий або вдосконалений продукт, технологічні процеси, нові послуги та нові підходи до задоволення соціальних потреб [1].

Інновації в бізнесі є економічно доцільними та ефективними за умови, якщо вони приносять додаткові доходи, забезпечують конкурентні переваги на ринку, підвищують частку ринку, знижують витрати, вдосконалюють процес обслуговування, підвищують ефективність роботи окремих підрозділів та в цілому.

Формування інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства як економічних системам виконується в трьох концептуальних напрямках, а саме: інноваційність процесу; інноваційність знань; інноваційність ресурсів.

Усе це стратегічно орієнтовано на отримання ефективного результату діяльності підприємств, а саме: найголовніше – буде задоволений попит споживачів, що надасть можливість розширити ринки, вийти на нові конкурентні ринки, отримувати додатковий дохід.

Сутність напряму «інноваційне управління розвитком» полягає в маневреності, креативності, гнучкості, стійкості до впливу та стратегічному мисленні. Орієнтація на результат полягає в розбудові підприємства, розв'язанні проблем, продукуванні та прийнятті ефективних креативних рішень [2].

Сучасний розвиток індустрії гостинності спрямований на створення інноваційних технологій, які сприятимуть отриманню якомога більшої кількості клієнтів, максимальній кількості продажів, завоюванню довіри гостя, формуванню позитивного іміджу підприємства. А це вимагає поліпшення якості послуг і удосконалення технологій, а саме:

- електронні системи управління;
- інтерактивний екран;
- системи безпеки;
- екологічні технології;
- електронне меню.

Сьогодні немає практично жодного готельного підприємства, яке б не використало різні електронні системи управління. Нині основною інновацією у сфері систем електронного управління є система яка дає можливість співробітникам готелю безпосередньо спілкуватися з користувачем через веб-сервіс, і користувач може отримати повну інформацію про цей готель в мережі, забронювати номер тощо. Зараз такими системами є OperaFidelio і Epiteome PMS.

Звичайно, існують електронні системи управління рестораном. Для зручнішої роботи ресторанів створили інтерактивне меню. Інтерактивне меню є екраном, вбудованим в стіл, за яким розташовуються відвідувачі. За допомогою меню вони можуть подивитися усі блюда, представлені в ресторані, включаючи їх фотографії. Поки їжа готуватиметься, можна розважити себе читанням місцевих новин або провести час за парою простих логічних іграшок.

Такі дисплеї встановлені вже у багатьох ресторанах світу, таких як Dorian Gray в Нью-Йорку. Дисплеї Menu Board встановлені в таких готелях, як Inter Continental – The Barclay New York, The Waldorf, Astoria, Hilton New York, Sheraton NY [3].

Отже, в умовах безперервних економічних змін інновації стають основним чинником, що сприяє динамічному розвитку і підвищенню результативності функціонування підприємств готельно-ресторанного господарства. Міжнародний досвід успішної діяльності підприємств готельного господарства свідчить про безальтернативний шлях виживання в умовах глобальної конкуренції побудований на інноваційній основі при активному використанні сучасних науково-технічних досягнень, а також готовності готелів до інновацій та нововведень.

На жаль, на відміну від світових тенденцій розвитку вітчизняні готельні підприємства характеризуються низькою інноваційною активністю через високу вартість інноваційних розробок та відсутність адаптації підприємства до інновацій.

Аналіз підприємств готельного господарства, які успішно здійснюють інноваційну діяльність, показує, що спонукальним мотивом для розробки інновацій є бажання і прагнення керівництва вести стратегічну діяльність в цілому і зокрема інноваційну. Іншою основною умовою для впровадження інновацій є наявність ефективної системи маркетингу, що забезпечує зв'язок підприємства з кінцевим споживачем готельного продукту з метою постійно виявлення нових явних і прихованих потреб споживачів щодо якості продукції та готельної послуги.

Джерела та література

1. Захарченко В. І., Корсікова Н. М., Меркулов М. Н. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформаційної економіки: навч. посіб. Київ: Центр учб. л-ри, 2012. 448 с.
2. Савицька Н. Л., Жегус О. В., Михайлова М. В. Концептуальні засади контролю маркетингової діяльності в системі адаптаційного управління підприємством. *Економічний простір*. 2015. № 100. С. 161–170.
3. Гостиничный и ресторанный бизнес в Украине. URL: www.hotelbiz.com.ua

Корінь М. – д. е. н., доц.
Український державний університет
залізничного транспорту
м. Харків, Україна

Управління інвестиційним забезпеченням проєктів розвитку інфраструктури залізничного транспорту

Сьогодні вітчизняна залізнична галузь опинилася в ситуації, коли погіршення фінансового стану залізничної компанії, відсутність бюджетного фінансування реалізації інфраструктурних проєктів і повноцінної компенсації пільгових пасажирських перевезень з боку держави призвело до неможливості її самофінансування та забезпечення інноваційно-технологічних перетворень у галузі. Аналіз динаміки фінансових показників діяльності АТ «Укрзалізниця» за період 2012–2019 років підтверджує той факт, що власні фінансові можливості залізничної компанії досить обмежені. За консолідованою фінансовою звітністю за 2018 рік, складеною за міжнародними стандартами, фінансовим результатом діяльності залізничної компанії є прибуток у розмірі 4863,35 млн грн, порівняно до 2014–2016 роками, що ознаменувалися негативною тенденцією – отриманням збитку в сумі 15443,8 млн грн, 16781,9 млн грн та 7322,041 млн грн відповідно. У якості основної причини такого стану виділяють вплив курсових різниць, що спровокував збиток у розмірі 14243,4 млн грн, 13905,1 млн грн та 4505,5 млн грн відповідно [1; 2].

У такий тяжкий час для залізничної галузі важливого значення набуває отримання державної фінансової підтримки та виконання зобов'язань держави щодо розвитку залізничного транспорту, закріплених у законодавчій і нормативно-правовій базі. Однак всупереч зазначеному спостерігається посилення податкового навантаження (15,2 млрд грн у 2016 році, 17,6 млрд грн у 2017 році, а у 2018 році і взагалі 20,6 млрд грн) [2] і соціального тягаря, пов'язаного з відсутністю необхідного обсягу компенсації державою пільгових пасажирських перевезень, що завдає значного негативного впливу на фінансовий стан залізничної компанії. Слід зазначити, що якщо раніше компенсація витрат за пільгові перевезення здійснювалася за рахунок цільових субвенцій з державного бюджету, то зараз вирішення даної проблеми має договірний характер і покладене на місцеві органи влади, які не виконують належним чином взятих на себе зобов'язань. Однак більшість сплачених коштів земельного податку за користування землею під залізничними коліями та спорудами зараховується до місцевих бюджетів.