

of tourism services and to determine the priority directions for the promotion of a tourist product; assess the level of competition in the national market and review the range of services offered.

Consequently, the need to analyze the factors of influencing the advertising activities of the tourist enterprise is due to the direct dependence of the subject of economic activity on the national strategy of tourism development of the state, which, at the same time, should correspond to the trends that are emerging in the international market.

In connection with the complication of the conditions of operation of enterprises in the market of tourism services there is a need to identify additional competitive advantages. The desire of business entities to realize tourism services and to maximize profits in the face of fierce competition encourages them to carry out advertising and information activities, to study the infrastructure of the tourism market and to form the effective advertising activities in the market of tourism services.

#### *Sources and literature*

1. Jenkins F., Yady D. Advertising. Moscow: Unity-Dana, 2015.
2. Gorbal N. Assessment and formation expenses for advertising in the marketing system company. Lviv: Lviv. Polytechnic, 2009.
3. Golda N. Methods of Economic Analysis in advertising. *Galician Economic Bulletin*. 2014. Science 1 (22). P. 171–182.

**Кондратьєв Б.** – аспірант

Науковий керівника: д. е. н., проф.  
Н. Єршова  
Національний технічний університет  
«Харківській політехнічний інститут»  
м. Харків, Україна

### **Розвиток парадигм управління в контексті забезпечення сталого розвитку суб'єктів господарювання**

Процес становлення інформаційної цивілізації призводить до зміни парадигми управління бізнес-структурами. В епоху інформаційної цивілізації поняття інформація набуває категоріальний статус для світогляду, світобачення і філософії. Аналіз наукової літератури свідчить про те, що проблема парадигмальних змін в сфері управління, інформаційних технологій, інформаційного середовища є об'єктом наукових інтересів у багатьох фахівців. Автори більшості робіт з даної тематики відзначають, що сучасна управлінська парадигма формується під впливом об'єктивних змін, що відбуваються в світовому суспільному розвитку і пов'язаних з переходом економічно розвинених країн в постіндустріальний період розвитку суспільства [1–3].

З використанням компаративного підходів розвиток парадигм менеджменту у XX–XXI столітті відбувався таким чином. У період 1930–1940-х рр. набуває поширення наукова парадигма управління, в рамках якої перевагою управління стає стійка, ієрархічна організаційна структура з переважанням вертикальних зв'язків. У період 1950–1960-х рр., відбувся перехід від наукової до системної парадигми управління, спричинений науково-технічним прогресом. Головна ідея системної парадигми полягала в розгляді підприємства як відкритої системи, що інтенсивно взаємодіє із зовнішнім середовищем, при цьому вирішальну роль має людський фактор: інтереси, цінності, стимули, культура і т. п. Вже з другої половини 80-х рр. XX ст. пріоритетним напрямом стає управління якістю та застосування мінімалістських стратегій, спрямованих на оптимальне управління ресурсами. З початку 90-х рр. XX ст. – актуальними стають принципи реінжинірингу бізнес-процесів. Наприкінці XX в. і початку XXI ст. в світовому бізнес-співтоваристві актуальною стає інформаційна парадигма менеджменту. Головна особливість інформаційної парадигми управління полягає в тому, що основним ресурсом роз-

витку економіки стають інформація і знання, при цьому «зрілість» інформаційних технологій визначає темпи цього розвитку [4]. В рамках інформаційної парадигми суб'єкти господарювання розглядаються як системи, орієнтовані на знання, інформацію; їх межі стають невизначеними, оскільки інформація, знання освоюються, трансформуються та передаються на віртуальному рівні з активним використанням інформаційних технологій (рис. 1).

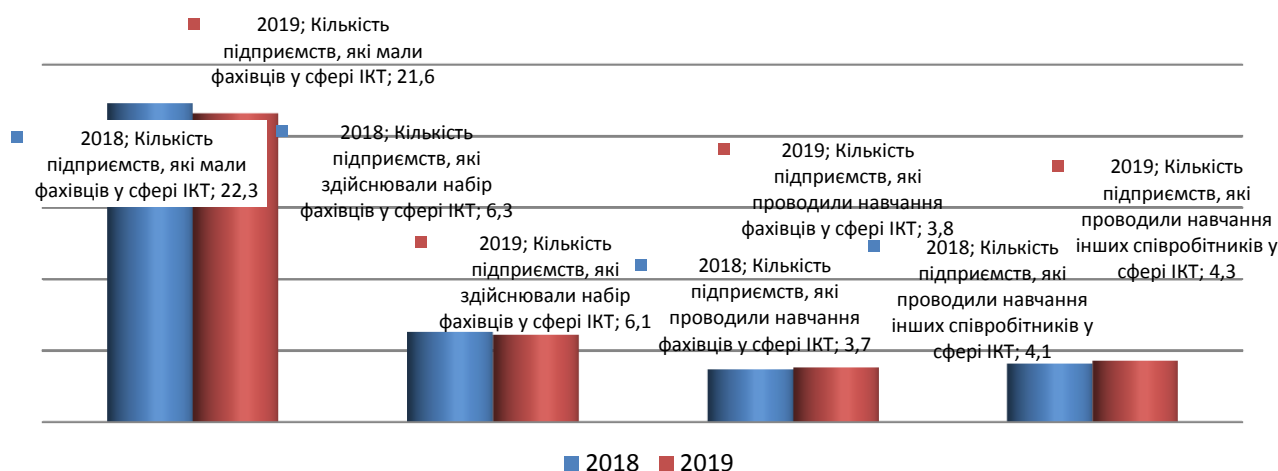


Рис. 1. Динаміка кількості підприємств, які мали фахівців у сфері інформаційно-комунікаційних технологій, у % до загальної кількості підприємств\*

\* Розраховано за даними [5].

Кількість підприємств, які купували послуги хмарних обчислень у 2019 р. збільшена на 0,5 %. За видами послуг хмарних обчислень: офісне програмне забезпечення збільшено у 2019 р. на 0,5 % до 2018 р., хостинг бази даних підприємства – на 0,6 %, сервіс для зберігання файлів – на 0,6 %, фінансові або бухгалтерські прикладні програми – на 0,6 %, програми для управління взаємовідносинами з клієнтами – на 0,4 %, комп’ютерна потужність для функціонування програмного забезпечення підприємства – на 0,4 % [5]. В цілому, кількість таких підприємств не велика – до 6 % у до загальної кількості підприємств. Але в країнах з розвинутою ринковою економікою та тих, що переходять до нового індустріального укладу основним фактором отримання конкурентних переваг стає організація руху інформації на принципах 7П/7R, тобто реалізація підходів і підвищення важливості інформаційної логістики.

Філософія інформації для цілей управління підприємством пов’язана з розвитком і вдосконаленням інформаційних систем (табл. 1).

Таблиця 1

Генезис підходів до концепції використання інформації\*

Період часу	Концепція використання інформації	Вид інформаційних систем	Мета використання інформаційних систем
1950–1960 рр.	Паперовий потік розрахункових документів.	Інформаційні системи обробки розрахункових документів на електромеханічних бухгалтерських машинах	Підвищення швидкості обробки документів. Спрощення процедури обробки рахунків і розрахунку зарплати
1960–1970 рр.	Підтримка основної мети управління	Інформаційні системи управління	Прискорення процесу підготовки звітності
1970–1980 рр.	Управлінський контроль	Системи підтримки прийняття рішень для вищої ланки управління	Вироблення найбільш раціонального рішення
1980 р. – до теперішнього часу	Інформація стратегічний ресурс, що забезпечує конкурентну перевагу	Стратегічні інформаційні системи. Автоматизовані офіси	Забезпечення виживання та процвітання організації

\* Сформовано автором за даними [1; 6].

Найбільш важливими тенденціями розвитку підприємств є: актуалізація інформації для управління (44 % великих підприємств та 38 % середніх); прискорення темпів обробки інформації з метою прийняття управлінських рішень (21 % великих підприємств та 16 % середніх); зміна форм конкуренції (15 % великих підприємств та 21 % середніх); зростання впливу інформаційних систем на організацію підприємств (17 % великих підприємств та 12 % середніх) [6]. Це є наслідком того, що радикально змінилися технологічні можливості, зокрема розвиток способів і засобів міжкорпоративної комунікації, електронного обміну даними і т. п., що забезпечують створення єдиних міжкорпоративних інформаційних середовищ.

Інформаційне забезпечення сталого розвитку суб'єкта господарювання містить створення інформаційного простору, який формує інформація про зовнішнє, внутрішнє середовища, засоби обробки інформації, фахівців. Інформаційне забезпечення сталого розвитку суб'єкта господарювання залежить від інформаційної функції бухгалтерського управлінського обліку [3]. Для цього на підприємстві має функціонувати система звітності, яка регулює всі види діяльності, особливості здійснення обліково-аналітичних процедур та ін. Система управлінської звітності входить до системи організаційно-розпорядчої документації підприємства і її налагодження має відбуватися у декілька етапів: створення класифікатора управлінської звітності, аналіз показників та статей звітності, аналіз діючої структури управління, організація документообігу звітності.

Отже цифрова трансформація призводить до зміни парадигми управління діяльністю підприємства, оскільки відбувається кардинальна зміна соціально-економічних інститутів суспільства, умов і способів ведення бізнесу під впливом технологічних перетворень в економіці.

### Джерела та література

1. Madhav V. R., Reichelstein S. J. Objective versus Subjective Indicators of Managerial Performance. *The Accounting Review*. 2009. Vol. 84. Issue 1. P. 209–237.
2. Klimas P. How objective are subjective measures of organizational innovativeness, really? *Management and Business Administration. Central Europe*. 2014. Vol. 22. No 2. P. 30–45.
3. Єршова Н. Ю. Інтегрована система обліково-аналітичного забезпечення процесів розробки та реалізації стратегій розвитку підприємства. 2016. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/23806/1/>
4. Nonaka Ikujiro, Peltokorpi Vesa. Objectivity and Subjectivity in Knowledge Management: A Review of 20 Top Articles. *Knowledge and Process Management*. 2006. Vol. 13. No 2. P. 73–82. Published online in Wiley InterScience ([www.interscience.wiley.com](http://www.interscience.wiley.com)). DOI: 10.1002/kpm.251
5. Укрстат. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Єршова Н. Ю. Інформаційно-комунікаційне забезпечення прийняття управлінських рішень економічними суб'єктами. *Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка*. 2013. № 39 (1). С. 96–101.

Кошкіна К. – аспірантка

Науковий керівник: д. е. н., проф.

М. Карлін

Волинський національний

університет імені Лесі Українки

м. Луцьк, Україна

## Про фінансову відповідальність учасників публічних закупівель в Україні

Публічні закупівлі – важлива складова публічних фінансів України, щорічний обсяг яких перевищує 600 млрд грн. Тому необхідно добиватися максимальної ефективності від їх проведення, мінімізуючи існуючі недоліки. До останніх фахівці відносять наступні: корупція, низький професійний рівень державних замовників, приділення незначної уваги фінансовій спроможності позичальників, недосконале правове регулювання кваліфікаційного відбору позичальників, перевага критерію ціни при виборі переможця торгів, тривала процедура прове-