

$k_j, j = 1 \dots n$  – весовий коефіцієнт  $j$ -го параметра;

$P_j, j = 1 \dots n$  – значення  $j$ -го параметра.

Просчитувать параметри можна не тільки в балах, но і в натуральних числах. Регресія може являться, як і лінійною, так і не лінійною. Обозначив весові коефіцієнти і масштаб кожного фактора, дозволяє знайти отыскиваемую стоимость.

Определив наиболее уместный метод формирования цены, предприятие рассчитывает стартовую, а не конечную цену услуги. На итоговую цену могут воздействовать и иные факторы, такие как: временное увеличение спроса на услугу, связанную с погодноклиматическими и политическими условиями, шаги конкурентов. Стратегия дифференциации предусматривает установку различных цен для отдельных групп клиентов, географических регионов или времён года. За основу берётся цена, определённая одним из вышеуказанных методов, а за тем определяется величина скидок или надбавок.

Вывод: При установлении цены в сфере услуг рекомендуется использовать вышеприведённые методы. Что позволяет предприятиям сферы услуг учесть все факторы, влияющие на уровень цен.

### Литература

- 1 Леонов Юрий Особенности ценнообразования в сфере услуг [Электронный ресурс]/ Ю.Леонов. – Способ доступа:<http://fd.ru/articles>
- 2 Есипов В.Е. Цены и ценообразование: учебник для вузов/ В.Е. Есипов – М.: «Питер», 1999. – 464 с.

## ВПЛИВ КОНТРОЛІНГУ НА ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Захарченко В.І., д.е.н., професор  
*Одеський національний політехнічний університет*

Аль-Шаргі Фахд  
*Одеський національний університет імені І.І. Мечникова*

З переходом нашої економіки до ринкового механізму значно підвищився інтерес підприємств до новітніх методів управління. Одним із таких методів може виступати контролінг, інтегруючий процеси обробки інформації, аналізу, господарського планування та відповідного контролю.

Внаслідок складності і динамічності економічного простору підприємство піддається нещадному тиску жорсткої конкуренції. Рух підприємств крізь цей простір, керований менеджерами, протікає з перемінним успіхом.

Успішність визначається в чималому ступені інтенсивністю впровадження на підприємстві вдосконалених підходів і методів аналізу, планування та контролю, а також новітніх організаційних структур і інформаційних систем.

У зв'язку з удосконаленням систем управління підприємствами в останні роки, як на практиці, так і в спеціальній літературі все частіше згадується поняття «контролінг». Але поряд з масовим, нерідко надмірно активним зверненням до даного поняття не існує досить чіткого розуміння завдань і цілей контролінгу.

Наукова дискусія щодо контролінгу досі триває в напрямку його змістовності в системі управління підприємства: процес, механізм, чи технологія управління розвитком. Основні підходи до його концепції – інформаційної підтримки управлінських рішень на базі обліку, створення єдиної інформаційної системи управління, їх інтеграції та координації – розрізняються орієнтацією та масштабністю завдань контролінгу, пріоритетністю напрямків їх реалізації [2].

Беручи це до уваги, відразу ж визначимо в загальних рисах сутність поняття «контролінг». Це поняття проникло в європейську термінологію зі США. В силу

проблематичності знаходження в інших мовах для терміну «controlling» точного еквівалента, вираженого одним словом, у них цей термін не переводиться, зберігаючи первинне звучання, а нерідко і написання.

Слово «контролінг» (англ. controlling) утворене від дієслова «to control», який можна інтерпретувати двояко: у значенні «управляти», «керувати», «розпоряджатися»; і в значенні «контролювати», «перевіряти».

Контролінг, який розуміється тільки як контроль, тобто кінцева стадія системи управління висловлює те ж саме, що і «стандартний контроль діяльності підприємства». В даному значенні термін «контролінг» нерідко вживається на практиці, однак не відображає при цьому змін системи управління підприємством.

Новаторським є розуміння контролінгу в його першому значенні – в значенні «управління», «керівництво». Контролінг тут представляє особливу концепцію управління підприємством, яка спирається на комплексне інформаційне та організаційне поєднання процесів планування і контролю.

В цьому випадку основою формування контролінгу є:

- використання інструментів контролінгу, особливих методів і техніки аналізу;
- системне формування контролінгу інформаційних систем контролінгу;
- системна комунікація між окремими організаційними ділянками;
- зміна підходів і способів мислення.

З функціональної точки зору контролінг являє собою підсистему управління, націлену на процеси планування і контролю, на їх координацію та інформаційну підтримку.

Для забезпечення основних функцій контролінгу зовсім не обов'язково змінювати організаційну структуру підприємства. Кожне підприємство з більшою чи меншою інтенсивністю займається процесами планування і контролю і забезпечено певними інформаційними системами.

Разом з тим підприємства мають деяку організаційну структуру, яка визначає просторові межі та поведінки окремих ділянок або ланок організації, в тому числі розподіл повноважень і відповідальності. Тому функції контролінгу можуть бути реалізовані на підприємстві в формі розширення і, в першу чергу, вдосконалення здійснюваної діяльності в усьому її розмаїтті.

Йдеться, насамперед, про впровадження інструментів контролінгу, методів і прийомів, створенні інтегрованих інформаційних систем, вдосконаленні процесів планування, контролю та аналізу.

До основних методів та інструментів контролінгу можна віднести наступні [1]:

1. Balanced Scorecard (Система збалансованих показників).

Назва походить від спроби збалансувати традиційний фінансовий аналіз фірми з нефінансовими вимірювачами. Концепція ставить у відповідність стратегію, місію, цілі та завдання підприємства з повним набором нефінансових і фінансових показників. Підхід системи збалансованих показників включає в себе аналіз внутрішніх бізнес-процесів, задоволення споживача, корпоративний розвиток і навчання, фінансові результати. Багато американських фірм використовують цей підхід.

2. Activity-Based Costing (Система розподілу непрямих витрат).

Даний підхід визначає і агрегує непрямі витрати, а потім розподіляє їх на основі різних ключів. Метод ABC дозволяє розподілити різні компоненти непрямих затрат на основі попередньо обраного ключа. Він також широко використовується в США.

3. Theory of Constraints (Теорія обмежень).

Цей метод розроблений Елі Голдратом ставить метою максимізувати операційний дохід підприємства, беручи до уваги існуючі обмеження, з якими неминуче стикається виробничий процес. Загалом, теорія обмежень дозволяє нарощувати вартості по всьому виробничому процесу і одночасно зменшувати відповідні інвестиції та операційні витрати.

4. Six Sigma Quality Standard (Стандарт якості Шість Сигма).

Даний стандарт якості має на увазі всього 3-4 дефекта на 1 мільйон операцій. Шість Сигма є квантовим еталоном якості для виробників. Моторола, GE і Black & Decker – приклади американських компаній, що використовують Шість Сигма для значного збільшення задоволення споживачів і конкурування на міжнародних ринках.

5. Strategy Maps (Стратегічні карти).

Даний підхід відображає графічно стратегічні та бізнес-план. Багато хто розглядає його як графічне представлення підходу Balanced Scorecard. Стратегічні карти роблять стратегію

компанії зрозумілою і вимірюваною, концентруючись на зростанні бізнесу та прибутках. Вона припускає, що фірма розробила правильну концепцію бізнесу, проте, виявляється невідповідність між стратегією, необхідної кваліфікацією і набором заходів, необхідних для росту бізнесу та операційного прибутку.

6. Open Book Management (Політика відкритої звітності).

У межах даної концепції весь персонал підприємства має доступ до звітних документів. Така участь персоналу засноване на тому, що коли співробітник розуміє стратегію фірми і її фінансові результати, він буде більш продуктивно допомагати керівництву досягати поставлені стратегічні цілі.

7. Swarm Intelligence (Принципи зграї).

Метод визнає, що колективне творча поведінка співробітників може управлятися кращим чином, якщо його порівнювати з колективними комахами (бджолами, осама, мурахами й ін.). Даний підхід заснований на визнанні, що співробітники, наступні декільком простим правилам, можуть виконувати складні заходи і досягати більш високої продуктивності при меншому участю керівництва. Цей новий підхід, іноді званий «філософією Амеба-менеджменту», дає можливість індивідуумам максимально проявити свої творчі здібності.

Що стосується функціональності контролінгу, то доцільно забезпечити функціям контролінгу інституційну підтримку. На практиці це означає створення такої системи контролінгу, яка за наявності відповідних повноважень дозволить вирішувати заздалегідь певні комплекси задач.

Контролінг слід розглядати багатогранно: на теоретичному рівні – як різновид концепції управління підприємством; на цільовому – як динамічну управлінську систему, призначену для підтримки управлінського персоналу в процесі реалізації ним функцій планування, контролювання та регулювання шляхом координування інформаційно-аналітичного забезпечення; на структурному (організаційному) – як складову організаційно-економічної структури підприємства, що координує інші елементи системи управління; на інструментально-методичному – як сукупність управлінських процедур та методик, інструментальних засобів, які охоплюють всі стадії управлінського процесу, що утворює повний цикл управління розвитком.

### Література

- 1 Бутинець Ф.Ф. Контроль і ревізія /Ф.Ф. Бутинець та ін. – Житомир: Рута, 2002. – 544 с.
- 2 Станіславів О.В. Контролінг як методичний інструментарій в управлінні фінансово-господарською діяльністю підприємства /О.В. Станіславів, Н.М. Селіванова // Прометей: регіональний зб.наук.праць з економіки. – Донецьк :ДЕГІ, 2011. – Вип. 1 (34). – С. 203 – 207.

### РОЗВИТОК МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Захарченко В.І., д.е.н., професор  
*Одеський національний політехнічний університет*

Лаптева В.В., к.е.н., ст.викладач  
*Київський національного торгово-економічного університет*

В економічній теорії до теперішнього часу не вироблено єдиного трактування сутності інвестиційної привабливості як економічної категорії.

На наш погляд, це частково пов'язано з тим, що зміст поняття «інвестиційна привабливість» залежить від об'єкта інвестування, яким може бути:

- 1) інвестиційний проект;
- 2) підприємство;