

випадків надаються в клініці, салоні або залі, на задоволення споживача суттєво впливають інші клієнти: невпорядкованість потоків відвідувачів, черги, нечемність відвідувачів тощо.

У сфері b2b особистісний аспект є ще більш важливим. Є чимало прикладів руйнування відносин між компаніями через окремого менеджера, а масштаби проблем, пов'язаних з передачею справ від одного фахівця до іншого (особливо це стосується великих компаній і складних послуг), важко переоцінити. Проте розуміння цієї проблеми перебуває, як правило, за межами сфери пріоритетних інтересів керівників.

Physical evidence (фізичне оточення послуги) — це елемент «матеріалізації» послуги: години роботи, дизайн приміщень, комфортність сидінь, фонова музика, зовнішній вигляд, одяг, макіяж персоналу та інші візуальні образи, сприймані клієнтом, впливають на його враження обслуговування та на його оцінку рівня і якості послуги. Чим більше часу клієнти проводять на «фабриці послуг», тем важливіше пропонувати їм зручні й приємні умови обслуговування.

Розширений маркетинг-мікс «7Р» поступово витісняє «4Р»-маркетинг, оскільки краще відповідає особливостям сфери послуг. Усі три додаткові частини комплексу маркетингу належать до внутрішніх (контрольованих) факторів роботи сервісної компанії, а не до чинників, орієнтованих на зовнішнє середовище, як перші чотири складові.

Список використаних джерел:

1. Беквит Г. Продавая незримое. Руководство по современному маркетингу услуг. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — 272 с.
2. Кларк Г. Маркетинг сервиса, приносящего прибыль / Г. Кларк : Пер. с англ. — К.: Знання, 2006. — 302 с.
3. Мальченко В.М. Маркетинг послуг: Навчальний посібник/ В. М. Мальченко. — К.: КНЕУ, 2006. — 360 с.
4. Мороз Л.А., Чухрай Н.І. Маркетинг: Підручник / За ред. Л.А. Мороз. — 2-ге вид. — Львів: Національний університет «Львівська політехніка»; «Інтелект-Захід», 2002. v 244 с.
5. Шинкарук А. Секреты высококлассного сервиса, или как создать качественный сервис в компании // Маркетинг услуг. — 2013. — № 1. — С. 66-70.

Дроворуб І.М., магістр,
Грушко В.І., д.е.н., професор,
ВНЗ «Університет економіки та права КРОК»

ТЕОРЕТИКО – МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ДІЯЛЬНОСТІ КОРПОРАЦІЙ

Корпорація – це основна форма сучасного підприємництва, створена об'єднанням підприємств на договірній основі шляхом переплетення капіталів і особистої унії. Її власниками є численні власники акцій, що мають обмежену відповідальність у розмірі свого внеску в капітал корпорації.

Поняття корпорація може також означати пов'язані в ланцюг або в мережу підприємства. При цьому сам цей ланцюг або мережа в цілому, своєю чергою, є підприємством і набуває організаційно-господарської форми.

В Україні поширеним є визначення: «корпорація – це сукупність осіб, об'єднаних для досягнення спільних цілей, здійснення спільної діяльності, що є самостійними суб'єктами права – юридичними особами. Найчастіше корпорації організовуються у формі акціонерного товариства» [1 с. 64].

Згідно із Законом України «Про господарські товариства» термін «корпорація» визначається як договірне об'єднання, створене на основі поєднання інтересів засновників (виробничих, наукових, комерційних), яке делегує окремі повноваження фахівцям, зберігаючи в межах законодавства та статуту своєї частки в спільному капіталі [2].

За результатами дослідження встановлено, що застосування поняття «корпорація» тільки для акціонерних товариств не правомірне, оскільки воно прийнятне для об'єднання підприємств, що задовольняють декільком умовам. Зокрема, це «установа» в юридичному змісті слова, яка має у своїй структурі виділені бізнес одиниці (акціонерні товариства, товариств з обмеженою відповідальністю), що забезпечують визначені бізнес-процеси і результати діяльності яких підлягають консолідації.

Формування корпорацій в українській економіці є складним процесом розвитку організаційно-правових форм господарювання, що ґрунтується на традиціях українського бізнесу і зарубіжному досвіді. Діяльність сучасної корпорації відбувається в економічній системі, одним з головних суб'єктів якої є держава.

У даному випадку реалізується процедура утворення асоціації українських компаній та потужних транснаціональних груп. Це пов'язано з тим, що реальний розвиток економіки можливий на основі інтеграційно - корпоративізаційних процесів у головних галузях економіки України, а особливо в гірничо-збагачувальній галузі, яка є експортно-орієнтованою та з найбільшою часткою в структурі ВВП. Встановлено, що корпоративізація включає в себе об'єднання підприємств різних галузей економіки (міжгалузевої структури), для яких виділено чинники утворення міжгалузових структур, основні з яких підтверджені результатами досліджень.

Слід відмітити, що у даній доповіді виділено основні принципи корпоративізації, що ґрунтуються на загальних принципах управління і обумовлюються організаційно-економічною сутністю процесів, що протікають в галузях економіки.

Для оцінки ефективності обліково - аналітичного забезпечення менеджменту корпорацій можна використовувати інструментарій потреби і здійснювати стратегічне управління діяльністю корпорацій.

Зокрема, можна використовувати показник ефективності обліково - аналітичного забезпечення. Для розрахунку значення показника можуть бути використані змішані методи, що мають формальне і неформальне уявлення. Комплексна оцінка наповнюваності системи управління обліково-аналітичною

інформацією ,а також кількість обліково-аналітичних суперечностей,дозволяє проаналізувати поточний стан обліку і аналізу в корпораціях .

Наповнюваність менеджменту корпорацій обліково-аналітичними забезпеченнями може бути оцінена експертним шляхом. Як загальна площа обліково-аналітичне забезпечення може використовувати набір питань,що потребують обліково-аналітичної інформації, а як корисна площа-кількість отриманої інформації.

Результати досліджень засвідчили відрив теоретико-методологічних основ бухгалтерського обліку й аналізу від практики діяльності корпорацій,що є головним недоліком у зниженні ефективності бізнесу і визначає необхідність розробки нових підходів до підвищення їх інформативності за рахунок комп'ютеризації.

Виявлено проблемні питання сучасного стану обліково-аналітичного забезпечення менеджменту корпорацій та обґрунтовано необхідність його зміни на основі інформаційних систем і технології обліку і аналізу,оскільки бухгалтерський облік і аналіз до останнього часу традиційно виконують завдання формування зведених і аналітичних даних з розрахунку на порівняно тривалий звітний період:місяць,рік, квартал..

На основі вище сказаного можна зробити висновок,що потрібні нові методологічні та організаційні рішення, що дадуть можливість надавати оперативні обліково-аналітичні показники за коротші терміни, але при збереженні основ системності у вигляді комп'ютерної інформаційної системи обліку і комп'ютерної інформаційної системи аналізу діяльності корпорацій.

Список використаних джерел:

- 1. Мірошник А.М. Економічна природа корпорації: сутність та особливості // Формування ринкових відносин в Україні. – 2005.– № 1. – С. 64.*
- 2. Закон України «Про господарські товариства» від 19.09.1991 №1576 – 12.- Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1576-12>.*