

ergy and energy efficiency]. *Uchenye zapiski TNU*, vol. 22 (61), no. 2 (2009): 40-44.

Buzny, A. N., Kosynskaia, E. A., and Katalymova, A. N. "Aktivnyi turizm kak sposob realizatsii rekreativnykh resursov" [Active tourism as a way to implement recreational resources]. *Visnyk Volynskoho derzhavnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky*, no. 7 (2006): 141-147.

Birzhakov, M. B., and Nikiforov, V. I. *Industriia turizma* [The tourism industry]. M.; SPb.: Gerda; Nevskiy Fond, 2003.

Chudnovskiy, A. D., and Zhukova, M. A. *Menedzhment turizma* [Tourism Management]. Moscow: Finansy i statistika, 2003.

Guliyev, V. G. *Organizatsiia turistikh perevozok* [Organization of tourist traffic]. Moscow: Finansy i statistika, 2001.

Papirian, G. A. *Ekonomika turizma* [Tourism economy]. Moscow: Finansy i statistika, 2000.

Pilipenko, A. A. "Organizatsiia strategicheskogo upravleniia razvitiem turisticheskogo-rekreativnogo klastera" [Organization of strategic management of tourism and recreation cluster]. *Biznes Inform*, no. 10 (2012): 145-149.

Shaptala, O. S. "Orhanizatsiia derzhavnoho upravlinnia sferoiu rekreativnogo obsluhovuvannia v Ukraini" [The organization of public administration sphere of recreation services in Ukraine]. *Zbirnyk naukovykh prats NADU pry Prezydentovi Ukrainy*, no. 2 (2003): 348-360.

Tsyokhla, S. Yu. "Stratehichni priorytety rozvytku kurortno-rekreativnoi sfery Ukrainy" [Strategic priorities for development of resort and recreation Ukraine]. *Rehionalna biznes-ekonomika ta upravlinnia*, no. 3 (19) (2008): 124-131.

УДК 658.15:658.6

УПРАВЛІННЯ ТРАНСАКЦІЙНИМИ ВИТРАТАМИ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ

© 2014 **СТОЛЯРЧУК Г. В., ДРУЗЬ О. О.**

УДК 658.15:658.6

Столярчук Г. В., Друзь О. О. Управління трансакційними витратами торговельних підприємств на основі процесного підходу

У статті було узагальнено підходи до управління трансакційними витратами підприємства. Виділено переваги та обґрунтовано доцільність застосування процесного підходу до управління трансакційними витратами торговельних підприємств. У результаті дослідження було запропоновано розподіл трансакційних витрат за бізнес-процесами та застосування сучасних ефективних інструментів менеджменту в управлінні витратами на торговельних підприємствах. Перспективою подальших досліджень є розробка системи аналітичних показників оцінювання ефективності управління трансакційними витратами за бізнес-процесами торговельних підприємств.

Ключові слова: управління трансакційними витратами, процесний підхід, торговельні підприємства.

Табл.: 4. **Бібл.:** 10.

Столярчук Ганна Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент, кафедра фінансів і аудиту, Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» (вул. Чкалова, 17, Харків, 61070, Україна)

E-mail: anna.stolyarchuk.78@mail.ru

Друзь Олексій Олександрович – магістрант, кафедра фінансів і аудиту, Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» (вул. Чкалова, 17, Харків, 61070, Україна)

E-mail: alekseidruz@mail.ru

УДК 658.15:658.6

Столярчук А. В., Друзь А. А. Управление трансакционными расходами торговых предприятий на основе процессного подхода

В статье были обобщены подходы к управлению трансакционными расходами предприятия. Выделены преимущества и обоснована целесообразность применения процессного подхода к управлению трансакционными расходами торговых предприятий. В результате исследования было предложено распределение трансакционных расходов по бизнес-процессам и применение современных эффективных инструментов менеджмента в управлении расходами на торговых предприятиях. Перспективой последующих исследований является разработка системы аналитических показателей оценки эффективности управления трансакционными расходами по бизнес-процессам торговых предприятий.

Ключевые слова: управление трансакционными расходами, процессный подход, торговые предприятия.

Табл.: 4. **Библ.:** 10.

Столярчук Анна Владимировна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра финансов и аудита, Национальный аэрокосмический университет им. Н. Е. Жуковского «Харьковский авиационный институт» (ул. Чкалова, 17, Харьков, 61070, Украина)

E-mail: anna.stolyarchuk.78@mail.ru

Друзь Алексей Александрович – магистрант, кафедры финансов и аудита, Национальный аэрокосмический университет им. Н. Е. Жуковского «Харьковский авиационный институт» (ул. Чкалова, 17, Харьков, 61070, Украина)

E-mail: alekseidruz@mail.ru

UDC 658.15:658.6

Stolyarchuk H. V., Druz O. O. Managing Transaction Costs of Trade Enterprises with the use of the Process Approach

The article generalises approaches to the enterprise transaction costs management. It marks out advantages and justifies expediency of application of the process approach to management of transaction costs of trade enterprises. In the result of the study it offers distribution of transaction costs by business processes and application of modern efficient management tools in cost management at trade enterprises. The prospect of further studies is development of a system of analytical indicators of assessment of transaction costs management efficiency by business processes of trade enterprises.

Key words: transaction costs management, process approach, trade enterprises.

Tabl.: 4. **Bibl.:** 10.

Stolyarchuk Hanna V. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Finance and Audit, National Aerospace University «Kharkiv Aviation Institute» named after M. Ye. Zhukovskiy (vul. Chkalova, 17, Kharkiv, 61070, Ukraine)

E-mail: anna.stolyarchuk.78@mail.ru

Druz Oleksiy O. – Graduate Student, Department of Finance and Audit, National Aerospace University «Kharkiv Aviation Institute» named after M. Ye. Zhukovskiy (vul. Chkalova, 17, Kharkiv, 61070, Ukraine)

E-mail: alekseidruz@mail.ru

В умовах ринкової економіки торговельне підприємство є самостійно господарючим суб'єктом, що здійснює вибір постачальників, організує реалізацію товарів, проводить маркетингові дослідження, укладає договори. Розширення ділової активності позитивно впливає на його діяльність, але при цьому збільшується обсяг трансакційних витрат.

Торгівлю включають до трансакційного сектора економіки, оскільки ці витрати у суб'єктів торговельного підприємства є значно більшими, ніж в інших галузях економіки.

Досвід з організації системи управління витратами на торговельних підприємствах зводиться переважно до перевірок фінансових показників, але вони не враховують показники витрат, пов'язаних з укладанням договорів, пошуку інформації, ринків збуту, тощо. Тому показники фінансових результатів розраховані на основі витрат, зафіксованих у фінансовій звітності, є неповними й підлягають коректуванню.

Таким чином, постає проблема достовірного оцінювання та ефективного управління трансакційними витратами торговельного підприємства. Для вирішення даної проблеми треба вдосконалювати управління цими витратами.

В Україні та за кордоном проблемою управління трансакційними витратами займалися такі вітчизняні та закордонні вчені-економісти: Г. Андрощук, О. Архипов, Л. Базалієва, О. Барановський, Н. Власова, О. Кириченко, В. Мартинець, О. Новікова та інші.

Однак проблема ефективного управління трансакційними витратами торговельного підприємства потребує подальшого вирішення. Перш за все виникає потреба пошуку нового підходу до управління цими витратами, який враховував би специфіку найважливіших бізнес-процесів торговельних підприємств.

З огляду на зазначене метою статті є обґрунтування науково-методичних засад застосування процесного підходу до управління трансакційними витратами торговельних підприємств.

Аналіз літературних джерел [3, 7] дозволив виявити проблемноорієнтований та системний підходи до управління трансакційними витратами підприємства. Однак такі підходи розроблялися стосовно промислових підприємств і з урахуванням їх специфіки. Тому вони не подають конкретної технології та інструментарію управління витратами на підприємствах торгівлі.

Зростання конкуренції потребує підвищення контролю ефективності трансакційних витрат за окремими бізнес-процесами торговельних підприємств. Відомо, що вперше у 1993 р. відбулося масове використання розрахунку витрат на основі бізнес-процесів. Даний підхід називають процесним. Він отримав широке визнання як основа прийняття стратегічних рішень, управління витратами й підвищення рентабельності на основі реінжиніринга та контролю ефективності бізнес-процесів.

Управління витратами на основі процесного підходу включає такі етапи:

- 1) установлення бажаної мети;
- 2) визначення необхідних ресурсів для протікання бізнес-процесів;
- 3) обрання методів аналізу та регулювання бізнес-процесів діяльності підприємства для досягнення запланованих результатів;
- 4) аналіз ефективності бізнес-процесів підприємства з позиції їх відповідності бажаній меті управління витратами.

Переваги та недоліки застосування процесного підходу на торговельних підприємствах показано в *табл. 1*.

Таблиця 1

Переваги та недоліки застосування процесного підходу до управління трансакційними витратами торговельних підприємств

Переваги	Недоліки
1. Підвищення оперативності контролю трансакційних витрат за бізнес-процесами підприємства	1. Складність обліку трансакційних витрат підприємства
2. Виявлення проблемних структурних підрозділів підприємства, які можуть бути джерелом збитків	2. Потреба розподілу трансакційних витрат за бізнес-процесами підприємства
3. Визначення ефективності трансакційних витрат за окремими бізнес-процесами підприємства	3. Відсутність однозначного підходу до класифікації бізнес-процесів торговельного підприємства

Для розподілу трансакційних витрат за бізнес-процесами торговельного підприємства потрібно їх ідентифікувати. З позиції дотримання фінансово-економічної безпеки та захисту від недоброякісної конкуренції становить інтерес класифікація бізнес-процесів торговельного підприємства за М. О. Кокнаєвою [5].

На основі класифікації бізнес-процесів, запропонованої Кокнаєвою М. О., було здійснено розподіл трансакційних витрат за відповідними бізнес-процесами (*табл. 2*).

Узагальнюючи різні підходи до тлумачення бізнес-процесів, вважаємо за доцільне визначити бізнес-процес як систематизоване послідовне виконання логічно пов'язаних та взаємозалежних завдань (заданих в часі та просторі, з точним визначенням входів і виходів) з використанням ресурсів, що забезпечують діяльність підприємства, з метою створення торговельної послуги, яка має споживчі цінності для клієнта.

Таблиця 2

Пропозиція з розподілу трансакційних витрат за бізнес-процесами торговельних підприємств

Група бізнес-процесів	Види витрат
I група Організаційно-управлінські бізнес-процеси	– Витрати виявлення альтернатив; – витрати через відсутність дієвого контролю та примусу до дотримання законодавчих норм; – витрати втрачених можливостей
II група Фінансово-аналітичні бізнес-процеси	– Витрати на аудит; – витрати здійснення розрахунків; – витрати непередбачених подій
III група Ринкові бізнес-процеси	– Витрати пошуку інформації; – витрати вимірювання; – витрати специфікації захисту прав власності
IV група Торговельні бізнес-процеси	– Витрати на проведення та укладання угод; – витрати на укладання контрактів; – витрати, пов'язані з можливим різноманітним положенням контрактів; – витрати непередбачених дій контрагентів

З огляду на особливості торговельної діяльності, бізнес-процес торговельного підприємства передбачає трансформацію вхідних ресурсів у торговельну послугу.

У діяльності торговельного підприємства виділено такі основні бізнес-процеси: організаційно-управлінські; фінансово-аналітичні; ринкові; торговельні. Зрозуміло, що основними системно-формуєчими бізнес-процесами підприємства є торговельні, пов'язані із закупівлею, постачанням, зберіганням і продажем товарів [5]. Адаже специфіка діяльності підприємств торгівлі визначає основну роль процесів закупівлі та зберігання товарів у створенні цінності через формування можливостей асортиментної пропозиції та ціноутворення, що безпосередньо впливає на кінцеві результати. Інформаційні процеси в межах торговельних бізнес-процесів формуються шляхом упровадження відповідних інформаційних систем, метою яких є складання оптимальних графіків доставки продукції на підприємство та планування транспортних маршрутів, всебічний аналіз споживчої лояльності з визначенням частоти закупівлі товару, споживчого кошика кожного покупця, розміру середнього чека, демографічних характеристик клієнтської бази тощо. Використання інформаційних систем також забезпечує можливість детального аналізу обсягу продажу і прибутку за кожною товарною позицією, наведеною в асортименті, і відповідно посилює маркетинговий потенціал торговельного підприємства. Наявність інформації в систематизованому вигляді розширює інформаційний потенціал торговельного підприємства та збільшує його цінність. Процес мерчандайзингу потребує залучення матеріально-технічних, технологічних, кадрових ресурсів, реалізації операційних і технологічних компетенцій і здібностей. Обслуговування неможливе без залучення відповідного персоналу, використання інформаційних технологій, просторових, репутаційних, організаційних, технічних ресурсів, сервісних компетенцій і технологічних здібностей. Створення, утримання та розширення клієнтської бази можливе за наявності інформаційних, кадрових, репутаційних, матеріально-технічних ресурсів, аналітичних і організаційних компетенцій, а також технологічних здібностей (особливо здібностей до встановлення зв'язків). Процеси ціноутворення та розробки маркетингових комунікацій вимагають залучення кадрових, фінансових, технологічних і інформаційних ресурсів, прояву маркетингових, організаційних і аналітичних компетенцій та компетенцій ціноутворення, а також маркетингових, досвідних і аналітичних здібностей.

Кожен з цих процесів включає в себе трансакційні витрати. Розглянувши значне розмаїття видів трансакційних витрат підприємства, було виділено саме ті витрати, які за результатами анкетування є поширеними у підприємств торговельної галузі.

Розглянемо детальніше запропонований розподіл витрат. До *першої групи* бізнес-процесів, яка має назву організаційно-управлінські та включає витрати, пов'язані з організацією управління самими бізнес-процесами, віднесено такі: витрати виявлення альтернатив, які безпосередньо виникають на різних стадіях функціонування підприємства; витрати через відсутність дієвого контролю та примусу до дотримання законодавчих норм; витрати втрачених можливостей, які постійно виникають на підприємстві та мають досить різнобічний характер.

Друга група бізнес-процесів, яка пов'язана фінансово-аналітичною діяльністю підприємства, включає трансак-

ційні витрати на аудит, на здійснення розрахунків, витрати непередбачених подій. Сучасна економічна ситуація вимагає від торговельних підприємств здійснення витрат на аудит для підтвердження достовірності фінансової звітності, прогнозування та планування фінансово-економічних показників тощо. Підприємство, здійснюючи аудит, постійно проводить різні розрахунки, які не обходяться без витрат на їхнє обслуговування (комісії, трансфери, відкати тощо). До витрат непередбачених подій відносять будь-які витрати, що виникають унаслідок форс-мажорних обставин прийняття фінансових планів і виникнення неефективних реакцій керівництва на погіршення фінансово-економічних показників підприємства.

До *третьої групи* бізнес-процесів віднесено трансакційні витрати, які пов'язані з постійним потоком ринкової інформації, дослідженням потреб споживачів, формуванням асортиментної та цінової політики, організацією рекламно-інформаційної роботи, формуванням бренду та збутової політики підприємства, тощо. До них належать: витрати пошуку інформації; витрати вимірювання; витрати специфікації захисту прав власності.

Четверта група бізнес-процесів, які формують торговельну діяльність підприємства, є важливою та потребує більш детального розгляду. Адаже торговельне підприємство має здійснювати пошук та вибір постачальників, визначати потреби у товарах, прогнозувати попит, формувати замовлення, здійснювати розрахунки з постачальниками тощо. Усі ці процеси діяльності несуть за собою значні обсяги супроводжуваних трансакційних витрат: витрати на проведення та укладання угод; витрати укладання контрактів; витрати, пов'язані з можливим різночитанням положень контрактів; витрати непередбачених дій контрагентів.

Зазначений розподіл трансакційних витрат за бізнес-процесами сприятиме раціоналізації їх обліку та аналізу, що в кінцевому результаті дасть змогу підвищити якість управління ними.

Укrajнський господарський механізм на мікрорівні сьогодні не забезпечує саморозвитку торговельних підприємств, що заважає впровадженню прогресивних методів, форм та інструментів управління трансакційними витратами. У таких умовах ключовим завданням ефективного менеджменту постає формування, впровадження та використання комплексної системи управління цими витратами з урахуванням прогнозованих і поточних змін у внутрішньому середовищі, а також впливу з боку зовнішніх змін. Дана система повинна в першу чергу забезпечувати якісне та своєчасне прийняття оперативних та обґрунтованих управлінських рішень, спрямованих на вирішення таких найбільш актуальних задач управління трансакційними витратами:

- ✦ підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- ✦ забезпечення гнучкості й оперативності взаємодії суб'єктів управління як на внутрішньому рівні, так і з зовнішніми контрагентами;
- ✦ оптимізація величини та структури витрат;
- ✦ підвищення ефективності витрат у розрізі бізнес-процесів підприємства та інше.

Таким чином, управління трансакційними витратами з урахуванням прогнозованих і поточних змін у внутрішньому середовищі, а також впливу з боку зовнішніх змін, неможливе без застосування сучасних ефективних інстру-

ментів менеджменту. На основі аналізу рейтингу управлінських інструментів, який проводила відома консалтингова компанія Bain & Company [9, 10], було обрано ефективні інструменти управління трансакційними витратами торговельних підприємств (табл. 3).

Таблиця 3

Рекомендовані сучасні інструменти управління трансакційними витратами на основі процесного підходу

Управлінський інструмент	Ранг у 2010 р.	Частка підприємств, що використовували дану управлінську технологію у 2010 р.
Бенчмаркінг (Benchmarking)	1	69%
Стратегічне управління (Strategic Planning)	2	65%
Аутсорсинг (Outsourcing)	5	53%

Аналіз різних точок зору у роботах [7, 8, 9] надав змогу визначити, що застосування обраних сучасних інструментів управління трансакційними витратами на торговельних підприємствах України має як переваги, так і недоліки (табл. 4).

2. Гайдуцький П. І. Облік трансакційних витрат – вагомий фактор конкурентоспроможності в сучасній економіці / П. І. Гайдуцький, В. М. Жук // Облік і фінанси АПК. – 2012. – № 3. – С. 9 – 19.

3. Васильців Т. Г. Концептуальні основи управління трансакційними витратами сектора малого і середнього підприємництва регіону / Т. Г. Васильців, Т. Б. Матолич / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum%20/Prvs/2011_1/tom1/057.pdf

4. Замазій О. В. Проблеми обліку трансакційних витрат у діяльності суб'єктів господарювання / О. В. Замазій // Научные труды ДОНТУ. Серия: экономическая. – 2004. – Выпуск 70. – С. 95 – 100.

5. Кириченко О. А. Управління трансакційними витратами суб'єктів господарської діяльності / О. А. Кириченко, І. А. Білоусова // Фінанси України. – 2010. – № 8. – С. 97 – 104.

6. Кокнаєва М. О. Зміцнення фінансово-економічної безпеки торговельного підприємства на основі управління бізнес-процесами / М. О. Кокнаєва // Наукові праці НДФІ, 2011.

7. Мартинець В. В. Управління трансакційними витратами промислового підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / В. В. Мартинець / Сумський держ. ун-т. – Суми, 2013. – 20 с.

8. Ситник Г. В. Ідентифікація бізнес-процесів підприємства торгівлі в контексті побудови фінансового планування на основі процесного підходу / Г. В. Ситник // Сталій розвиток економіки. – 2012. – № 7. – С. 311 – 320.

Таблиця 4

Переваги та недоліки застосування сучасних інструментів управління трансакційними витратами на торговельних підприємствах України

Управлінський інструмент	Переваги	Недоліки
Бенчмаркінг (Benchmarking)	1. Дозволяє розробити програму розвитку зі скорочення розривів за витратами з конкурентами. 2. Стає безперервною процедурою поліпшення бізнес-процесів підприємства	1. Обмежений доступ до необхідної інформації. 2. Складність вибору партнерів для порівняння ефективності витрат за основними бізнес-процесами підприємства
Стратегічне управління (Strategic Planning)	1. Прогнозування можливих проблем з управління трансакційними витратами підприємства. 2. Надання інформації про подальші перспективи зміни обсягу трансакційних витрат	1. Бюрократизація управління. 2. Обмеження гнучкості організації стратегічного управління на підприємстві
Аутсорсинг (Outsourcing)	1. Дозволяє скоротити витрати на обслуговування бізнес-процесів. 2. Не потребує істотного коректування вартості послуг при зміні масштабів діяльності підприємства	1. Загроза невиконання конфіденційності управлінської інформації. 2. Загроза ймовірності банкрутства аутсорсингової компанії

ВИСНОВКИ

Таким чином, управління трансакційними витратами на основі процесного підходу дозволить: проводити фінансове планування в розрізі бізнес-процесів; раціоналізувати асортимент товарів; обґрунтувати ефективну цінову політику. Це сприятиме посиленню ринкових позицій, створенню додаткових конкурентних переваг і покращенню фінансово-економічних показників торговельних підприємств.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямку є розробка системи аналітичних показників оцінювання ефективності управління трансакційними витратами за бізнес-процесами торговельних підприємств. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Базалієва Л. В. Управління трансакційними витратами підприємства : автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / Л. В. Базалієва / Харківський держ. економічний ун-т. – Х., 2004. – 20 с.

9. Ястремська О. М. Стратегічний консалтинг: становлення і розвиток / О. М. Ястремська // Стратегія економічного розвитку України. – 2011. – Випуск № 29. – С. 146 – 154.

10. Bain&Company / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.bain.com

REFERENCES

Bazaliieva, L. V. "Upravlinnia transaktsiinykh vytratamy pidpriemstva" [Managing transaction costs]. *Avto-ref. dys. ... kand. ekon. nauk: 08.06.01*, 2004.

"Bain&Company" www.bain.com
Haidutskyi, P. I., and Zhuk, V. M. "Oblik transaktsiinykh vytrat – vahomyi faktor konkurentospromozhnosti v suchasni ekonomitsi" [Accounting for transaction costs - an important factor of competitiveness in the modern economy]. *Oblik i finansy APK*, no. 3 (2012): 9-19.

Kyrychenko, O. A., and Bilousova, I. A. "Upravlinnia transaktsiynomy vytratamy sub'iektiv hospodarskoi diialnosti" [Managing transaction costs of economic activity]. *Finansy Ukrainy*, no. 8 (2010): 97-104.

Koknaieva, M. O. "Zmitsnennia finansovo-ekonomichnoi bezpeky torhovelnoho pidpriemstva na osnovi upravlinnia biznes-protsesamy" [Strengthening economic and financial security trade based on business process management]. *Naukovi pratsi NDFI* (2011).

Martynets, V. V. "Upravlinnia transaktsiynomy vytratamy promyslovoho pidpriemstva" [Managing transaction costs of industrial enterprises]. *Avto-ref. dys. ... kand. ekon. nauk: 08. 00.04*, 2013.

Sytnyk, H. V. "Identyfikatsiia biznes-protsesiv pidpriemstva torhivli v konteksti pobudovy finansovoho planuvannia na osnovi protsesnoho pidkhodu" [Identification of business processes in the

context of trade in building financial planning based on the process approach]. *Stalyi rozvytok ekonomiky*, no. 7 (2012): 311-320.

Vasylytsiv, T. H., and Matolych, T. B. "Kontseptualni osnovy upravlinnia transaktsiynomy vytratamy sektora maloho i sereidnoho pidpriemnytstva rehionu" [Conceptual foundations of transaction cost sector of small and medium enterprises in the region]. http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum%20/Prvs/2011_1/tom1/057.pdf

Yastremska, O. M. "Stratehichni konsal'tynh: stanovlennia i rozvytok" [Strategic consulting : emergence and development]. *Stratehiia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy*, no. 29 (2011): 146-154.

Zamazii, O. V. "Problemy obliku transaktsiinykh vytrat u diialnosti sub'iektiv hospodariuvannia" [Problems keeping transaction costs to business entities]. *Nauchnye trudy DonNTU. Seriya ekonomicheskaya*, no. 70 (2004): 95-100.

УДК 668.6/8

КОНЦЕПТУАЛЬНА ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ ВИДІЛЕННЯ ПОНЯТТЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

© 2014 **ТАНЬКОВ К. М., ЧЕПУРДА Г. М.**

УДК 668.6/8

Таньков К. М., Чепурда Г. М. Концептуальна постановка завдання виділення поняття туристичного продукту

У статті на концептуальному рівні ставиться завдання виділення поняття туристичного продукту як одного з ключових у теорії туризму. Обґрунтовується представлення туристичного продукту як «складної речі», що включає в себе все різноманіття матеріальних і невідчутних властивостей, у тому числі функціональну, соціальну і психологічну користь чи вигоду. Показано, що концептуальним підґрунтям представлення поняття туристичного продукту є прийняття ідеї формування й розвитку продуктивних взаємовідносин учасників продукту, які відображають системні процеси взаємодії матеріальних і нематеріальних елементів туристичного продукту, їх взаємну обумовленість і породження одним елементом іншого.

Ключові слова: поняття туристичного продукту, континуум «товар – послуга», теорія взаємовідносин, концептуальна модель туристичного продукту.

Рис.: 2. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 15.

Таньков Костянтин Миколайович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи, Черкаський державний технологічний університет (бул. Шевченка, 460, Черкаси, 18006, Україна)

E-mail: tankovkn@ya.ru

Чепурда Ганна Миколаївна – кандидат філологічних наук, доцент, кафедра туризму і готельно-ресторанної справи, Черкаський державний технологічний університет (бул. Шевченка, 460, Черкаси, 18006, Україна)

E-mail: anna_chepurda@ukr.net

УДК 668.6/8

Таньков К. М., Чепурда А. Н. Концептуальная постановка задания выделения понятия туристического продукта

В статье на концептуальном уровне ставится задание выделения понятия туристического продукта как одного из ключевых в теории туризма. Обосновано представление туристического продукта как «сложной вещи», которая включает в себя все разнообразие материальных и неосязаемых свойств, в том числе функциональную, социальную и психологическую пользу или выгоду. Показано, что концептуальным основанием представления понятия туристического продукта является идея формирования и развития продуктивных взаимоотношений участников продукта, отражающих системные процессы взаимодействия материальных и нематериальных элементов туристического продукта, их взаимную обусловленность и порождение одним элементом другого.

Ключевые слова: понятие туристического продукта, континуум «товар – услуга», теория взаимоотношений, концептуальная модель туристического продукта.

Рис.: 2. **Табл.:** 1. **Библ.:** 15.

Таньков Константин Николаевич – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туризма и гостинично-ресторанного дела, Черкасский государственный технологический университет (бул. Шевченко, 460, Черкассы, 18006, Украина)

E-mail: tankovkn@ya.ru

Чепурда Анна Николаевна – кандидат филологических наук, доцент, кафедра туризма и гостинично-ресторанного дела, Черкасский государственный технологический университет (бул. Шевченко, 460, Черкассы, 18006, Украина)

E-mail: anna_chepurda@ukr.net

UDC 668.6/8

Tankov K. M., Chepurda H. M. Conceptual Task Setting for Defining the Tourist Product Notion

The article set the conceptual task of defining the tourist product notion as one of the key notions in the tourism theory. It justifies conception of the tourist product as a "complex thing", which includes a variety of tangible and intangible properties, including functional, social and psychological advantage or benefit. It shows that the conceptual foundation of presentation of the tourist product notion is the idea of formation and development of production interrelations of the product participants, which reflect system processes of interaction of tangible and intangible elements of the tourist product, their mutual conditionality and production of one element by another.

Key words: tourist product notion, "good – service" continuum, interrelation theory, conceptual model of the tourist product.

Pic.: 2. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 15.

Tankov Kostyantyn M. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor, Department of Tourism and the hotel and restaurant business, Cherkasy State Technological University (bul. Shevchenka, 460, Cherkasy, 18006, Ukraine)

E-mail: tankovkn@ya.ru

Chepurda Hanna M. – Candidate of Science (Philology), Associate Professor, Department of Tourism and the hotel and restaurant business, Cherkasy State Technological University (bul. Shevchenka, 460, Cherkasy, 18006, Ukraine)

E-mail: anna_chepurda@ukr.net