

OJ від 2004 р., № 207, ст 2109, OJ від 2005 р., № 196, ст 1628 та OV від 2011 р., № 165, ст +985.

12. Zakon від 21 серпня 1997 року про управління нерухомістю. OJ з 1997 р., № 115, ст 741, тобто діюча U. 2015 р., Ст. 782, 985, 1039.

13. Zakon від 23 лютого 2003 року про охорону пам'яток і охорону пам'яток. OJ з 2003 р., № 162, ст. 1568, тобто OJ з 2014 року, пункт 1446, разом з подальшим зміню.

Дані про автора

Лідія Грьоґер,

доктор, професор, Лодзинський університет, Інститут екологічного та просторового планування

e-mail: groeger@interia.pl

Данные об авторе

Лидия Грьоґер,

доктор, профессор, Лодзинский университет, Институт экологического и пространственного планирования

e-mail: groeger@interia.pl

Data about author

Lidia Grzyger,

Doctor, Professor, Lodz University, Institute of Ecology and spatial planning

e-mail: groeger@interia.pl

УДК 330

<http://doi.org/10.5281/zenodo.3447479>

ПУЗИРЬОВА П.В.

Концепція функціонування та стратегії розвитку підприємств готельно–ресторанної сфери

Предметом дослідження є теоретичні та методичні основи процесу стратегічного розвитку підприємств готельно–ресторанної сфери та концептуальне їх функціонування.

Метою дослідження є дослідження концепції функціонування та стратегії розвитку підприємств готельно–ресторанної сфери в сучасних ринкових динамічних умовах.

Методи дослідження. При написанні статті використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження економічних явищ щодо функціонування та стратегії розвитку підприємств готельно–ресторанної сфери.

Результати роботи. В результаті написання статті було встановлено, що концептуальні засади підприємства готельно–ресторанної сфери базуються на визначенні основної концепції функціонування підприємства з урахуванням орієнтації його на певні сегменти споживчого ринку. Концепція функціонування та стратегії розвитку підприємств готельно–ресторанної сфери набуває особливого значення, оскільки для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства готельно–ресторанної сфери повинні постійно вводити інновації, щоб залишатись провідними у своєму сегменті та бути на два кроки попереду конкурентів. Подальший розвиток підприємств готельно–ресторанної сфери неможливий без стимулювання розвитку туризму, рекреації, освіти в галузі готельно–ресторанного бізнесу, сприяння держави, налагодження інформаційної інфраструктури готельного та ресторанного ринку.

Галузь застосування результатів. Туризм, готельно–ресторанна справа, менеджмент, управління підприємством, стратегічне управління.

Висновки. Концепція функціонування та стратегії розвитку підприємств готельно–ресторанної сфери необхідна для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства готельно–ресторанної сфери, які повинні постійно вводити інновації, щоб залишатись провідними у своєму сегменті та бути на два кроки попереду конкурентів. Подальший розвиток підприємств готельно–ресторанної сфери неможливий без стимулювання розвитку туризму, рекреації, освіти в галузі готельно–ресторанного бізнесу, сприяння держави, налагодження інформаційної інфраструктури готельного та ресторанного ринку. Визначено, що основними напрямками підвищення конкурентоспроможності підприємств готельно–ресторанної сфери є: персоніфікація обслуговування та орієнтація на потреби клієнтів; створення умов для залучення додаткових інвестицій в об'єкти готельного і ресторанного бізнесу; широке запровадження нових засобів комунікації та інформаційних технологій; підвищення

якості наданих послуг; запровадження нових технологій в ділову стратегію підприємств готельно-ресторанної сфери з метою просування продуктів та послуг готелів та ресторанів.

Ключові слова: підприємства, готельно-ресторанна сфера, концепція, стратегія, розвиток, функціонування, інвестиції, конкурентоспроможність.

ПУЗЫРЁВА П.В.

Концепция функционирования и стратегии развития предприятий гостинично-ресторанной сферы

Предметом исследования являются теоретические и методические основы процесса стратегического развития предприятий гостинично-ресторанной сферы и концептуальное их функционирование.

Целью исследования является исследование концепции функционирования и стратегии развития предприятий гостинично-ресторанной сферы в современных рыночных динамических условиях.

Методы исследования. При написании статьи использованы общенаучные и специальные методы исследования экономических явлений по функционированию и стратегии развития предприятий гостинично-ресторанной сферы.

Результаты работы. В ходе написания статьи было установлено, что концептуальные основы предприятий гостинично-ресторанной сферы базируются на определении основной концепции функционирования предприятия с учетом ориентации его на определенные сегменты потребительского рынка. Концепция функционирования и стратегии развития предприятий гостинично-ресторанной сферы приобретает особое значение, поскольку для повышения уровня конкурентоспособности предприятий гостинично-ресторанной сферы должны постоянно вводить инновации, чтобы оставаться ведущими в своем сегменте и быть на два шага впереди конкурентов. Дальнейшее развитие предприятий гостинично-ресторанной сферы невозможно без стимулирования развития туризма, рекреации, образования в области гостинично-ресторанного бизнеса, содействия государства, налаживание информационной инфраструктуры гостиничного и ресторанного рынка.

Область применения результатов. Туризм, гостинично-ресторанное дело, менеджмент, управление предприятием, стратегическое управление.

Выводы. Концепция функционирования и стратегии развития предприятий гостинично-ресторанной сферы необходима для повышения уровня конкурентоспособности предприятий гостинично-ресторанной сферы, которые должны постоянно вводить инновации, чтобы оставаться ведущими в своем сегменте и быть на два шага впереди конкурентов. Дальнейшее развитие предприятий гостинично-ресторанной сферы невозможно без стимулирования развития туризма, рекреации, образования в области гостинично-ресторанного бизнеса, содействие государства, налаживание информационной инфраструктуры гостиничного и ресторанного рынка. Определено, что основными направлениями повышения конкурентоспособности предприятий гостинично-ресторанной сферы являются: персонификация обслуживания и ориентация на потребности клиентов; создание условий для привлечения дополнительных инвестиций в объекты гостиничного и ресторанного бизнеса; широкое внедрение новых средств коммуникации и информационных технологий; повышение качества предоставляемых услуг; внедрение новых технологий в деловую стратегию предприятий гостинично-ресторанной сферы с целью продвижения продуктов и услуг гостиниц и ресторанов.

Ключевые слова: предприятие, гостинично-ресторанная сфера, концепция, стратегия, развитие, функционирование, инвестиции, конкурентоспособность.

PUZYROVA P.V.

Concept of functioning and strategies of development of enterprises of hotel-restaurant sphere

The subject of the research is the theoretical and methodological foundations of the process of strategic development of hotel and restaurant enterprises and their conceptual functioning.

The aim of the study is to study the concept of functioning and development strategies of hotel and restaurant enterprises in modern market dynamic conditions.

Research Methods. When writing the article, general scientific and special methods were used to study economic phenomena in the functioning and development strategy of hotel and restaurant enterprises.

Results of the investigation. During the writing of the article, it was found that the conceptual foundations of hotel and restaurant enterprises are based on determining the basic concept of the enterprise's functioning, taking into account its orientation to certain segments of the consumer market. The concept of the functioning and development strategy of hotel and restaurant enterprises is of particular importance, since in order to increase the competitiveness of hotel and restaurant enterprises, they must constantly introduce innovations in order to remain leading in their segment and be two steps ahead of the competition. Further development of hotel and restaurant enterprises is impossible without stimulating the development of tourism, recreation, education in the field of hotel and restaurant business, state assistance, establishing information infrastructure of the hotel and restaurant market.

Scope of the results. Tourism, hotel and restaurant business, management, enterprise management, strategic management.

Conclusions. The concept of the functioning and development strategy of hotel and restaurant enterprises is necessary to increase the competitiveness of hotel and restaurant enterprises, which must constantly innovate in order to remain leading in their segment and be two steps ahead of the competition. Further development of the hotel and restaurant industry enterprises is impossible without stimulating the development of tourism, recreation, education in the hotel and restaurant business, state assistance, establishing the information infrastructure of the hotel and restaurant market. It is determined that the main directions of increasing the competitiveness of hotel and restaurant enterprises are: personification of service and orientation to customer needs; creation of conditions for attracting additional investments in hotel and restaurant business facilities; widespread introduction of new means of communication and information technology; improving the quality of services provided; introduction of new technologies in the business strategy of hotel and restaurant enterprises with the aim of promoting the products and services of hotels and restaurants.

Key words: enterprise, hotel and restaurant sphere, concept, strategy, development, functioning, investment, competitiveness.

Постановка проблеми. Готельно–ресторанна сфера як одна з високорентабельних галузей світової економіки у XXI ст. стає провідним напрямом економічного і соціального розвитку України. Міжнародний досвід свідчить, що необхідною передумовою активного та успішного просування цієї галузі на ринок держави є сучасна туристична інфраструктура. Сьогодні туризм формує економіку багатьох держав, регіонів, стає важливим чинником стабільного розвитку світової індустрії гостинності [1–4].

На сучасному етапі функціонування підприємств готельно–ресторанного бізнесу виникають об'єктивні фактори, що ускладнюють процеси прийняття управлінських рішень в умовах прискореного темпу суспільно–політичного життя. Збільшується обсяг «фахової» інформації, яку слід опанувати й використовувати у повсякденній діяльності, бурхливо розвивається наука й

техніка, що спонукає до впровадження більш продуктивних і якісно нових зразків обладнання, новітніх виробничих технологій та надання широкого спектра послуг. Структура виробничих колективів сучасних підприємств готельно–ресторанної сфери значно ускладнилась, що зумовлене появою нових професій, суттєвими змістовими змінами праці фахівців традиційних спеціальностей, підвищенням рівня освіти та духовної культури працівників, появою й диверсифікацією можливостей щодо реалізації особистості в умовах економічної й політичної демократії [5–7].

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Дослідженню стану та перспективам розвитку сфери готельно–ресторанної сфери присвячено багато праць таких відомих вчених–економістів: С. І. Байлик [1], Р. І. Балашова [2], Н. О. Власова [3], Д. Ю. Жульковська [4], В. С. Ковешніков [5, 6], Г. Я. Круль [7], М. П. Мальська [8], І. М. Писарев–

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ський [9], О. Головка [10], А.А. Мазаракі, Л.О. Радченко, П.П. Пивоваров, О.В. Новікова, Л.Д. Льовшина, А.М. Ніколаєнко–Ломакіна [11], Т.Г. Сокол [12] та ін., проте питання й до тепер потребує доопрацювання та поглибленого вивчення, оскільки сфера готельно–ресторанного бізнесу постійно поновлюється та вдосконалюється щоб відповідати сучасним вимогам своїх споживачів та бути завжди конкурентоздатною.

Метою дослідження є виявлення особливостей та ключових аспектів функціонування підприємств готельно–ресторанної сфери в Україні.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні в Україні докорінно змінюються методи стратегічного розвитку підприємницької діяльності та державного регулювання економіки. Бізнес вимушений, в основному, самостійно обирати шлях виходу із кризи та входження до ринку з новими товарами та послугами. Умовою стабільного ефективного функціонування стає така форма підприємництва, яка легко пристосовується до швидкоплинних змін становища на ринку, конкуренції, появи нових товарів і послуг, які користуються попитом та задовольняють потреби сучасного споживача [9].

Останнім часом відбулися помітні зміни не тільки у принципах і способах управління готельно–ресторанними установами, але й змінився підхід

до обслуговування клієнтів. Він став високотехнологічним і повністю орієнтованим на споживача. Почали створюватися карти постійних клієнтів, до яких вноситься інформація про їхні смаки та звички, що дозволяє передбачати бажання гостей [10].

Впровадження нових технологій на підприємствах у ділову стратегію готельно–ресторанного бізнесу, зокрема широке використання мережі Інтернет з метою просування готельних та ресторанных продуктів, зменшують витрати і забезпечують споживачам підвищений комфорт, розширюють можливості залучення нових клієнтів і дозволяють розширити зайняті готельно–ресторанним бізнесом сегменти ринку [11].

Особливо важливим є, так званий, людський фактор у сфері готельно–ресторанного обслуговування, отже необхідно приділяти особливу увагу управлінню структурою і підбором персоналу. Співробітники повинні бути добре підготовлені і мати відповідну професійну підготовку, особисті та ділові якості [12].

Концептуальні засади підприємства готельно–ресторанної сфери базуються на визначенні основної концепції функціонування підприємства з урахуванням орієнтації його на певні сегменти споживчого ринку, при цьому увагу приділяють наступному (див. рисунок).



Визначення основних елементів споживчого ринку з врахуванням концептуальних засад підприємства готельно–ресторанної сфери [6, 8, 12].

При створенні концепції підприємства готельно-ресторанної сфери необхідно обґрунтувати асортиментну, цінову, збутову концепцію, концепцію просування послуг, технологію виробництва і обслуговування тощо [9].

Асортиментна концепція представляє собою спрямовану побудову оптимальної асортиментної пропозиції послуг, при цьому за основу приймаються, з одного боку, споживчі вимоги визначених груп (сегментів ринку), а з іншого, необхідність забезпечення ефективного використання підприємством матеріальних, технологічних, фінансових та інших ресурсів. Основною складовою асортиментної політики підприємства є формування «пакету готельних послуг». При вирішенні цього питання використовуються результати аналізу структури та якості готельно-ресторанних послуг, що реалізуються на ринку підприємствами-конкурентами, що дає можливість розробити план діяльності готельного комплексу, сформувати структуру реалізації послуг по їх окремим видам, формам реалізації, споживачам [6].

Аналіз наукових підходів до класифікації стратегічних альтернатив дозволяє побудувати систему вибору та взаємопов'язання різних стратегій у процесі управління підприємством. Основна мета корпоративної стратегії полягає у встановленні тісного взаємозв'язку між кожним напрямом діяльності готельного комплексу, до складу якого входять такі стратегічні одиниці бізнесу як готель, заклади ресторанного господарства, підрозділи, що надають додаткові послуги. При плануванні роботи підприємства на перспективу (5 – 10 років) доцільно використати стратегії зростання та стабільності [5].

Особливе місце на стадії впровадження займає операційна та маркетингова стратегії. Маркетингові стратегії поділяють на товарні і ринкові. Операційна стратегія розробляється як модель рішень операційних завдань відповідно до стратегічних установок вищих ієрархічних рівнів управління підприємством і є окремою важливою складовою в управлінні широкою організаційною структурою [2–5].

За орієнтацією щодо виконання роботи операційні стратегії поділяють на стратегії:

- нормального виконання, тобто зорієнтовані на стандартне виконання роботи;
- якісного виконання, тобто зорієнтовані на вищу, ніж стандартну якість виконання роботи;

- інноваційно-якісного виконання, тобто зорієнтовані на якісне нестандартне виконання роботи.

За характером прийнятих рішень операційні стратегії поділяють на стратегії: структурних рішень (або виробничих процесів) та інфраструктурних рішень. Структурні рішення, а отже і пов'язані з цим операції формують основи підприємства як системи і не можуть легко змінюватися через свою довгострокову значущість; інфраструктурні координують дії підприємства (визначають процедури, політику) та більш легко можуть бути змінені [5–6].

Операційні стратегії структурних рішень можуть бути поділені на такі види:

1) «зробити або купити», тобто вирішити, які послуги, пов'язані з діяльністю підприємства на ринку, воно буде виконувати самостійно, а які купуватиме в інших, тобто звертатиметься до аутсорсингу;

2) вкладення коштів у засоби виробництва (створення його потенціалу) та вибір типу процесу виробництва (масове/конвеєрне, серійне (виробництво партіями), індивідуальне);

3) вибір технологічних поєднань, тобто визначення, які технології є кращими з точки зору методів та форм обслуговування їх сприяння конкурентним перевагам підприємства;

4) вибір розвитку процесу обслуговування [11].

Операційні стратегії інфраструктурних рішень охоплюють безпосереднє планування та контроль виробництва (або іншої діяльності), гарантію якості, розвиток так званих програм залучення працівників до удосконалення власних робочих місць, розв'язки взаємофункціональних проблем командами [7].

Висновки

Отже, концепція функціонування та стратегії розвитку підприємств готельно-ресторанної сфери набуває особливого значення, оскільки для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства готельно-ресторанної сфери повинні постійно вводити інновації, щоб залишатись провідними у своєму сегменті та бути на два кроки попереду конкурентів. Подальший розвиток підприємств готельно-ресторанної сфери неможливий без стимулювання розвитку туризму, рекреації, освіти в галузі готельно-ресторанного бізнесу, сприяння держави, налагодження інформаційної інфраструктури готельного та ресторанного ринку [11, 12].

Тому, основними напрямками підвищення конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанної сфери є: персоніфікація обслуговування та орієнтація на потреби клієнтів; створення умов для залучення додаткових інвестицій в об'єкти готельного і ресторанного бізнесу; широке запровадження нових засобів комунікації та інформаційних технологій, що дозволить проводити глибоку та системну діагностику підприємств готельного та ресторанного бізнесу та галузі в цілому; підвищення якості наданих послуг і переробка стандартів ISO серії 9000 з метою забезпечення їх взаємозв'язку з конкурентоспроможністю підприємства; запровадження нових технологій в ділову стратегію підприємств готельно-ресторанної сфери (на основі використання мережі Інтернет) з метою просування продуктів та послуг готелів та ресторанів [6].

Список використаних джерел

1. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство : учебник / С. И. Байлик. – 2 е изд., перераб. и доп. – Киев : Дакор, 2014. – 368 с.
2. Балашова Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства: навч. посіб. для студентів ВНЗ / Р. І. Балашова ; М–во освіти і науки, молоді та спорту України. – Київ : ЦУЛ, 2012. – 184 с.
3. Власова Н.О. Економіка ресторанного господарства / Н.О. Власова. – Х. : Світ книги, 2013. – 389 с.
4. Жульковська Д.Ю. Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки» (м. Умань, 30 листопада – 1 грудня 2017 р.) Умань: ВПЦ «Візаві», 2017. – 364 с. – С.334–336.
5. Ковешніков В. С. Організація готельно-ресторанної справи : навч. посіб. / В. С. Ковешніков, М. П. Мальська, Х. Й. Роглев. – Київ : Кондор-Видавництво, 2015. – 752 с.
6. Ковешніков В.С. Організація готельно-ресторанного господарства : Навч. посіб. / В.С. Ковешніков, А.Т. Матвієнко, О.Г. Разметова. – Київ : Видавництво ЛіраК, 2018. – 564 с.
7. Круль Г.Я. Основи готельної справи : навчальний посібник / Г.Я. Круль. – К. – Центр учбової літератури, 2017. – 368с.
8. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник. / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – Вид. 3–ге, перероб. та допов. – Київ : Центр учбової літератури, 2017. – 472 с.
9. Організація готельного господарства: підручник / С.І. Байлик, І. М. Писаревський; Харків. нац. ун–т міськ. госп–ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 329 с.
10. Організація готельного господарства [Текст] : навчальний посібник / О. Головка [та ін.]; М–во освіти і науки України, Мукачівський державний університет. – К. : Кондор, 2011. – 408 с.
11. Проектування готелів : навчальний посібник / за ред. А.А. Мазаракі. – К. : КНТЕУ, 2012. – 340 с. Радченко Л.О. Особливості ресторанного сервісу. Обслуговування іноземних туристів : навчальний посібник / Л.О. Радченко, П.П. Пивоваров, О.В. Новікова, Л.Д. Льовшина, А.М. Ніколаєнко–Ломакіна. – Х. : Світ книг, 2012. – 288с.
12. Сокол Т.Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах : підручник / Т.Г. Сокол. – К. : Альтепрес, 2017. – 446с.

References

1. Bailyk S. Y. Hostynychnoe khoziaistvo : uchebnyk / S. Y. Bailyk. – 2 e yzd., pererab. y dop. –Kyev : Dakor, 2014. – 368 s.
2. Balashova R. I. Orhanizatsiia diialnosti turystychnoho pidpriemstva: navch. posib. dlia studentiv VNZ / R. I. Balashova ; M–vo osvity i nauky, molodi ta sportu Ukrainy. – Kyiv : TsUL, 2012. – 184 s.
3. Vlasova N.O. Ekonomika restorannoho hospodarstva / N.O. Vlasova. – Kh. : Svit knyhy, 2013. – 389 s.
4. Zhulkovska D.Yu. Materialy IV Vseukrainskoi naukovo–prakychnoi konferentsii «Suchasni problemy i perspektyvy ekonomichnoi dynamiky» (m. Uman, 30 lystopada – 1 hrudnia 2017 r.) Uman: VPTs «Vizavi», 2017. – 364 s. – С.334–336.
5. Kovesnikov V. S. Orhanizatsiia hotelno–restoranoi spravy: navch. posib. / V. S. Kovesnikov, M. P. Malska, Kh. Y. Rohliev. – Kyiv : Kondor–Vydavnytstvo, 2015. – 752 s.
6. Kovesnikov V.S. Orhanizatsiia hotelno–restorannoho hospodarstva : Navch. posib. / V.S. Kovesnikov, A.T. Matviienko, O.H. Razmetova. – Kyiv : Vydavnytstvo LiraK, 2018. – 564 s.
7. Krul H.Ya. Osnovy hotelnoi spravy : navchalnyi posibnyk / H.Ya. Krul. – K. – Tsentр uchbovoi literatury, 2017. – 368s.
8. Malska M. P. Hotelnyi biznes: teoriia ta praktyka : pidruchnyk. / M. P. Malska, I. H. Pandiak. – Vyd. 3–he, pererob. ta dopov. – Kyiv : Tsentр uchbovoi literatury, 2017. – 472 s.
9. Orhanizatsiia hotelnogo hospodarstva: pidruchnyk / S.I. Bailyk, I. M. Pysarevskiy; Kharkiv. nats. un–t misk. hosp–va im. O. M. Beketova. – Kharkiv : KhNUMH im. O. M. Beketova, 2015. – 329 s.

10. Orhanizatsiia hotelnoho gospodarstva [Tekst] : navchalnyi posibnyk / O. Holovko [ta in.] ; M–vo osvity i nauky Ukrainy, Mukachivskiy derzhavnyi universytet. – K. : Kondor, 2011. – 408 s.

11. Proektuvannia hoteliv : navchalnyi posibnyk / za red. A.A. Mazaraki. – K. : KNTEU, 2012. – 340 s. Radchenko L.O. Osoblyvosti restorannoho servisu. Obsluhovuvannia inozemnykh turystiv : navchalnyi posibnyk / L.O. Radchenko, P.P. Pyvovarov, O.V. Novikova, L.D. Lovshyna, A.M. Nikolaienko–Lomakina. – Kh. : Svit knyh, 2012. – 288s.

12. Sokol T.H. Orhanizatsiia obsluhovuvannia v hoteliakh i turystychnykh kompleksakh : pidruchnyk / T.H. Sokol. – K. : Altepres, 2017. – 446s.

Дані про автора

Пузырьова Поліна Володимирівна,

к.е.н., доцент кафедри підприємництва та бізнесу, Київський національний університет технологій та дизайну
e-mail: komaretskaya@bigmir.net

Данные об авторе

Пузырёва Полина Владимировна,

к.э.н., доцент кафедры предпринимательства и бизнеса, Киевский национальный университет технологий и дизайна
e-mail: komaretskaya@bigmir.net

Data about the author

Polina Puzyrova

Candidate of Economic Sciences, Docent of the department of entrepreneurship and business,
e-mail: komaretskaya@bigmir.net

УДК: 657

<http://doi.org/10.5281/zenodo.3447653>

КУДРЕНКО Н.В.,
ДЗИНГАР М.В.

Технології аудиту та їх взаємозв'язок з сучасним розвитком інформаційних систем

Аудит, як елемент економічного контролю, розкриває нові можливості підприємницької діяльності, визначає її ефективність та відповідність чинному законодавству, нормативно-правових документів, а також досліджує організацію економічних процесів на підприємстві, збереження фінансових ресурсів, дотримання трудової дисципліни, достовірність відображення фінансових операцій у бухгалтерському обліку та звітності.

Аудиторська діяльність та пов'язані з нею елементи бухгалтерського обліку все більше набирають значення у сучасних умовах господарювання, оскільки вони передбачають об'єктивність оцінки фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання на основі інтересу користувачів щодо достовірної інформації про об'єкт аудиту. Особливе значення у цьому процесі має аудитор, який має бути незалежним «слухачем» тому, його думка є визначальною та важливою в прийнятті управлінських рішень щодо корисності інформації користувачів про господарську діяльність суб'єкта господарювання.

Стаття присвячена питанням теоретичного обґрунтування розуміння інформаційних технологій як фактора, який є визначальним та сприяє інтеграції внутрішнього та зовнішнього аудиту як процесу досягнення мети щодо зростання ефективності роботи сучасного підприємства.

Отже, у статті досліджено сучасні комп'ютерні програми, які використовуються на всіх етапах проведення аудиту і описують деякі ключові моменти роботи, а саме:

- перелік основних функціональних можливостей програмного забезпечення для проведення аудиторської діяльності;
- основні правила формування та використання інформаційного комплексу в управлінні підприємством;
- огляд інформаційних систем і технологій;
- основні проблеми та перспективи процесу автоматизації аудиту в Україні;
- перераховані деякі основні функції інформаційних систем в управлінні підприємством;