

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

***Проблеми і перспективи
розвитку
підприємництва***

збірник наукових праць

№ 2(23), 2019

Харків

2019

Перелік напрямків (спеціальностей), за якими друкуються статті у збірнику наукових праць «Проблеми і перспективи розвитку підприємництва»: 051 «Економіка»; 071 «Облік і оподаткування»; 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»; 073 «Менеджмент»; 075 «Маркетинг»; 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»; 281 «Публічне управління та адміністрування»; 292 «Міжнародні економічні відносини».

Свідectво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації **КВ № 23528-13368 ПР** від **02.08.2018 р.**, видане Державною реєстраційною службою України

Згідно з Наказом Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019 року збірник внесено до **Переліку наукових фахових видань України у галузі економічних наук категорії «Б»**, у яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата економічних наук

Збірник внесено до Міжнародної наукометричної бази даних **Index Copernicus**

Друкується за рішенням Вченої ради Харківського національного автомобільно-дорожнього університету дозвіл № 23/19/4.6 від 29.11.2019 р.

Редакційна колегія

Головний редактор:	Щербак Валерія Геннадіївна , докт. екон. наук, професор, завідувач кафедри підприємництва та бізнесу, Київський національний університет технологій та дизайну
Заступник головного редактора:	Дмитрієв Ілля Андрійович , докт. екон. наук, професор, Заслужений діяч науки і техніки України, декан факультету управління та бізнесу, Харківський національний автомобільно-дорожній університет (ХНАДУ)
Відповідальний секретар:	Блага Вікторія Вікторівна , канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки і підприємництва, ХНАДУ
Члени редколегії:	Васіляускайте Аста , докт. екон. наук, професор, завідувач кафедри фінансової індустрії, Університет Миколаса Ромеріса, Литва; Іванілов Олександр Семенович , докт. екон. наук, професор, Заслужений діяч науки і техніки України, завідувач кафедри економіки і підприємництва, ХНАДУ; Картасова Єкатерина , доктор соціальних та економічних наук, доцент кафедри обліку та фінансів, Університет Мідлсекса, Велика Британія; Криворучко Оксана Миколаївна , докт. екон. наук, професор, завідувач кафедри управління та адміністрування, ХНАДУ; Лаце Наталія , докт. екон. наук, професор, завідувач кафедри корпоративних фінансів та економіки, Ризький технічний університет, Латвія; Левченко Ярослава Сергіївна , доктор філософії з галузі «Соціальні та поведінкові науки», доцент кафедри економіки і підприємництва, ХНАДУ; Маліков Володимир Васильович , докт. держ. упр., професор, завідувач кафедри обліку, оподаткування та міжнародних економічних відносин, ХНАДУ; Мищенко Володимир Акимович , докт. екон. наук, професор, завідувач кафедри міжнародного бізнесу та фінансів, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; Попова Надія Василівна , докт. екон. наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та торговельного підприємництва, Харківський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (ХТЕІ КНТЕУ); Третяк Вікторія Павлівна , докт. екон. наук, доцент, завідувач кафедри управління та адміністрування, ННІ «Каразінська школа бізнесу», Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна; Шевченко Інна Юріївна , канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки і підприємництва, ХНАДУ; Шинкаренко Володимир Григорович , докт. екон. наук, професор, Заслужений діяч науки і техніки України, професор кафедри управління та адміністрування, ХНАДУ.

Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – № 2 (23) – 2019. – Харків: Стиль-Издат, 2019. – 244 с.

Адреса видавця:

61002, вул. Ярослава Мудрого, 25

Харків, Україна

Контактний телефон/факс:

(057) 738-77-87 – відповідальний секретар

E-mail: blagavikvik@meta.ua

Електронну версію збірки можна знайти на нашому сайті

<http://ppb.khadi.kharkov.ua/>

ISSN 2226-8820

УДК 338.486.4

- Відповідальність за достовірність наданої інформації несуть автори публікації
 - Редакція може не поділяти точки зору авторів, а публікувати статті в порядку обговорення
 - Статті друкуються в авторській редакції
 - Статті для публікації відбираються на умовах конкурсу та внутрішнього рецензування
- © колектив авторів, 2019
© ХНАДУ, 2019

ЗМІСТ

<i>Бабайлов В.К., Левченко Я.С.</i>	Инженерия для экономистов: акцент на главном	4
<i>Бабайлов В. К., Приходько Д. О.</i>	Джерело утворення вартості: момент істини	13
<i>Благой В.В., Гніденко А. В., Блага В.В., Хорошилова І.О.</i>	Впровадження кластерної моделі розвитку для реалізації інвестиційно-іноваційного потенціалу підприємств	21
<i>Дмитрієва О.І.</i>	Законодавче забезпечення розвитку транспортної інфраструктури України	31
<i>Кирчата І. М., Шершенюк О. М.</i>	Соціальна відповідальність як інструмент забезпечення конкурентоспроможності підприємства	46
<i>Ковальова Т.В.</i>	Організаційні аспекти формування звіту про управління	57
<i>Коноваленко А.С.</i>	Елементи маркетингового механізму	66
<i>Кононова О.Є.</i>	Рівень ефективності стратегій розвитку будівельної галузі України	74
<i>Крайнюк Л. М., Полчанінова І.Л., Покоłodна М.М.</i>	Екологічна стійкість індустрії гостинності Харківського регіону: сприйняття туристами екологічних практик засобів розміщення	100
<i>Левченко Я.С.</i>	Мостобудування в Україні: значення державно-приватного партнерства для його розвитку	118
<i>Лысанова А.М., Пахомова Л.В.</i>	Моделирование эффективного взаимодействия работника с организационным окружением бизнеса	129
<i>Луньова В.А., Багмат П.Д.</i>	Особливості інноваційного розвитку в аграрному секторі	137
<i>Муромець Н. Є., Курилова Н. М.</i>	Планирование стратегических изменений в условиях инновационного развития предприятия	148
<i>Онiсiфорова В.Ю., Сiдельникова В.К.,</i>	Спрощена система оподаткування: сучасний стан, переваги, недоліки та перспективи	158
<i>Писаревський І.М., Давидов Є.О., Черкас Я.В.</i>	Імплементация засад інклюзивності у закладах розміщення та підприємствах туристичної індустрії	167
<i>Погасій С. О., Краснокутська Ю. В., Нікітіна І. В.</i>	Аналіз основних трендів розвитку ринку готельних послуг	180
<i>Поясник Г.В.</i>	Місце підрозділу економічної безпеки в умовах типової організаційної структури управління автотранспортним підприємством	192
<i>Солонун Н.М., Пономарьова Н.В.</i>	«Зелені» інвестиції як приклад соціально-перетворювального впливу у функціонуванні автомобільного транспорту	201
<i>Стешенко О.Д., Гамора В.О.</i>	Дослідження ринку страхування життя в Україні в умовах євроінтеграції	210
<i>Третяк В.П., Чупова Д.Р.</i>	Урахування балансу інтересів ключових стейкхолдерів при формуванні сучасного бізнес середовища закладів вищої освіти	219
<i>Фёдорова В.А., Кирчатая И.Н.</i>	Процесс формирования имиджа предприятия	233

ИНЖЕНЕРИЯ ДЛЯ ЭКОНОМИСТОВ: АКЦЕНТ НА ГЛАВНОМ*Бабайлов В.К., канд. экон. наук, доцент**Левченко Я.С., доктор философии в области «Социальные и поведенческие науки», доцент**Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет*

Постановка проблемы. Экономика и инженерия являются важнейшими элементами содержания менеджмента. Деятельность экономистов и инженеров теснейшим образом связана в практике любого предприятия. Инженерия для экономистов играет важную, но не главную роль: экономика глубоко и подробно излагается во многих дисциплинах, а инженерия – только в «Организации производства». Это вынуждает преподавание инженерии к концентрации внимания только на самых главных аспектах. Проблема установления и интерпретации главных аспектов инженерии, обязательных для подготовки студентов-экономистов, является актуальной.

Анализ последних исследований и публикаций [1-10] показал, что в литературе не установлены и не интерпретированы главные аспекты инженерии, которые являются обязательными для подготовки студентов-экономистов. Также однозначно не интерпретированы сущность; содержание; предмет; место; парадигмы; этимология термина; связь с менеджментом, технологией, механикой.

Нерешённые составляющие проблемы. По мнению авторов, нерешёнными составляющими проблемы и является установление и краткая интерпретация главных аспектов инженерии, обязательных для подготовки студентов-экономистов.

Формулировка цели и задач статьи. Целью данной публикации и явилось установление и краткая интерпретация главных аспектов инженерии. Для решения обозначенной цели были поставлены следующие задачи:

- установление перечня главных аспектов инженерии;
- краткая интерпретация главных аспектов инженерии;
- обобщение полученных результатов.

Методики исследования: обзор литературных источников, 2С70, ВЕО, исторического-логического, индукция-дедукция, теория метода Бабайлова [1].

Изложение основного материала. При решении первой задачи (установление главных аспектов инженерии) авторы исходили из практики преподавания инженерной дисциплины «Организация производства» и обзора литературных источников. При этом были использованы результаты современных исследований в области инженерии [2-5]. Анализ, обобщение всех аспектов проблемы и учёт конкретной ситуации преподавания дисциплины «Организация производства» привели авторов к выводу, что к главным аспектам инженерии необходимо относить:

- этимологию термина;

- место;
- связь инженерии с менеджментом, технологией, механикой;
- сущность;
- содержание;
- предмет;
- парадигмы.

Решение второй задачи (краткая интерпретация главных аспектов инженерии) началось с исследования этимологии термина «инженерия» в литературных источниках. Важная и уникальная информация об этом следует из [5], где отмечается, что «...истoki инженерного дела восходят к доисторической мифологической эпохе». При этом в качестве первых инженеров называют легендарных Дедала и Ноя. Среди них упоминают и египтянина Имхотепа, который руководил строительством пирамиды Джосера (III тыс. до н. э.). Самым известным инженером античности считается Архимед.

Отмечается также, что первой попыткой рассмотреть инженерное дело как особый род деятельности можно считать труд Витрувия «Десять книг об архитектуре». В нем отмечается необходимость создания чертежа (проекта) будущего сооружения. Этот способ получил особенное развитие в XVII веке и оказал огромное влияние на дальнейшую историю инженерии. Благодаря этому появилась возможность разделить инженерный труд на собственно разработку идеи (проекта) и ее воплощение.

В XVII веке инженерное дело начало формироваться в отдельную профессию. В 1601 году французский король Генрих IV назначает Максимилиена де Бетюна на должность главного начальника артиллерии и инспектора всех крепостей. В 1602 году де Бетюн создает специальную группу армейских офицеров и официально закрепляет за ними обязанность возведения ремонта фортификационных сооружений. В 1677 году главным инженером Франции был назначен Вобан [5].

В других источниках подчеркивается, пожалуй, самая главная черта инженерии: «Синонимом термина «инженерное дело» является слово «техника» (термин происходит от древне-греческого «τέχνη» – искусство, мастерство, умение)» [6].

Впервые самое корректное обоснование понятия «техника» сделал Аристотель. Под техникой он понимал любые вещества, материалы между рукой человека и предметом его труда [7].

В литературных источниках отмечается также, что «на рубеже 20–21-го веков понятие «техника», как термин для обозначения инженерного дела, стало выходить из употребления в русском языке в пользу заимствованного термина «инженерия» [8].

Но наиболее корректное понимание инженерии отмечается в одном из современных украинских литературных источников [9]: «Мета інженерної діяльності полягає у створенні *техніки, технології* та ефективного їх використання в системі суспільного виробництва. Поза цим інженер позбавлений предмета своєї діяльності». Здесь отмечено самое главное

свойство инженерии, «Инженерия – это организация (создание) любых техник и технологий».

Но данная трактовка инженерии нуждается в некотором уточнении: так как технология – тоже организация техник, то *сущность* инженерии следует определять как организацию только техник. А отсюда следует и её *предмет* – техники, и *связь* инженерии и технологии, как тождественных понятий и синонимичных терминов.

Место инженерии следует из [1] как часть менеджмента наряду с экономикой и администрацией. Инженерия – это и функция менеджмента проектирование. Инженерия присутствует и в функции менеджмента – контроль [1]. Здесь просматривается и *связь* инженерии с *менеджментом*.

Особую практическую ценность представляет и установление связи инженерии с механикой. В литературе и, особенно, в практике менеджмента инженерию и механику фактически отождествляют. Но в [5] показано, что инженерия и механика не одно и то же; что отождествление механики и инженерии ошибочно. Из [5] следует, что *механика – это организация только сил, любых сил*. Это основной закон механики. А инженерия – более широкая сфера деятельности; в ней задействованы не только законы механики, но и экономики, психологии, социологии, философии и другие. Обобщая информацию о механике, необходимо подчеркнуть, что:

- механика организована только природой; ее законы (например, закон всемирного тяготения) не зависят от человека; они объективны по самой своей сути; человек лишь открывает и использует их;
- механика – вечна как творение вечной природы (шире – вечной материи);
- инженерия, как творение человека (от гомосапиенс, гуманус), относится к сфере деятельности человека, то есть к *гуманитарной* сфере;
- инженерия образовалась позже механики; законы механики первичны, инженерии – вторичны;
- инженерия, как организация техник, – более широкое понятие и явление, чем механика – её организация зависит не только от законов механики; законы инженерии организованы, созданы человеком с учетом взаимодействия законов механики и всех законов жизнедеятельности человека;
- человек в инженерии не только механик, не только организатор сил, но он организатор всех аспектов его взаимодействия с техникой; он организатор техники; он техник; техник – более широкое понятие и явление, чем механик.

Важным аспектом инженерии являются и её *парадигмы*. Впервые истинная сущность парадигмы была определена на кафедре экономики и предпринимательства ХНАДУ в 2016 году при разработке новой парадигмы менеджмента [10]. Парадигма по сущности – это стратегия. По *содержанию* парадигма – это:

- *глобальная* стратегия, то есть стратегия поведения всего человечества;

- стратегия поведения в *конкретной области*, конкретном пространстве (экономике, инженерии, администрации, маркетинге и других пространствах);
- стратегия поведения в *конкретное историческое время*, то есть в конкретную эпоху (Доиндустриальную, Индустриальную, Постиндустриальную);
- *преимущественная*, наиболее эффективная стратегия в конкретную историческую эпоху, в конкретном пространстве.

В 2018 году были разработаны три парадигмы *инженерии* [3]:

- *прошлая* – как стратегия ручных техник;
- *настоящая* – как стратегия машинных техник;
- *будущая* – как стратегия исследовательских техник.

Разработка парадигм инженерии позволила впервые завершить создание *науки инженерии*: парадигма инженерии – это четвёртый, завершающий элемент создания науки наряду с её объектом (основной теорией); предметом (основным законом); методикой апробации основного закона (время и/или пространство); парадигмой.

Так как механика является важнейшим элементом инженерии, то представляют интерес и парадигмы механики. Для разработки парадигм механики использовался её Основной закон «Механика – это организация любых сил». В [2] отмечается, что любые законы механики, в отличие от законов инженерии и экономики, зависят от Пространства, но не зависят от Времени. Отсюда делается вывод: апробация Основного закона механики и последующая формулировка её парадигм должна осуществляться, прежде всего, методикой Пространства.

Апробация Основного закона механики методикой Пространство опиралась на результаты многовековой исследовательской практики. Эта практика показала, что в зависимости от вида, характера конкретных законов механики к настоящему времени уже определены такие области, или *пространства законов* механики:

- механика Ньютона как пространство законов взаимодействия макрообъектов;
- биология как пространство законов взаимодействия клеток;
- химия как пространство законов взаимодействия молекул;
- атомная физика как пространство законов взаимодействия атомов;
- ядерная физика как пространство законов взаимодействия ядер;
- квантовая физика как пространство законов взаимодействия квантовых частиц;

- пространство информационных и нанотехнологий.

Этим пространствам и соответствуют адекватные *парадигмы механики*:

- парадигма *механики Ньютона* как взаимодействие сил макрообъектов;
- парадигма *биологии* как взаимодействие сил клеток;
- парадигма *химии* как взаимодействие сил молекул;
- парадигма *атомной физики* как взаимодействие сил атомов;

- парадигма *ядерной физики* как взаимодействие ядерных сил;
- парадигма *квантовой физики* как взаимодействие квантов;
- парадигмы *информационных* и *нанотехнологий*.

Из анализа полученных результатов следует, что по своему смыслу парадигмы механики – это *механики* конкретных пространств, это *парадигмы-пространства*. В этом их отличие от *парадигм-стратегий* экономики, предпринимательства, менеджмента и других. Парадигмы-стратегии и парадигмы-пространства – это два основных класса парадигм. Парадигмы-пространства в отличие от парадигм-стратегий являются результатом апробации основных законов не методикой Время, а методикой Пространство.

Как отмечалось ранее, Основной и все частные законы механики не зависят от Времени. Но от времени, от эпохи зависит акцент, преимущественное внимание Человека на каких-то одних, важных для него законах. Применение методики исторического-логического (методики Время) к апробации основного закона механики приводит к выводу, что в Доиндустриальную эпоху исключительно из практических соображений преимущественное внимание уделялось силам взаимодействия мега- и макрообъектов. Изучению этих сил огромное внимание уделял величайший техник, инженер Древней Эллады Архимед. В частности, он открыл величину силы выталкивания, действующую на любое вещество, погруженное в жидкость. Из истории известно его знаменитое восклицание «Эврика» («Нашёл»). Это открытие имело огромное значение для будущей инженерной практики.

При проектировании состава материалов для строительства мостов и акведуков в Древнем Риме (в частности, – состава бетона) преимущественно учитывались силы отталкивания, силы сопротивления. Именно тогда и начали формироваться знания о сопротивлении материалов.

Позднее, в связи с открытием магнетизма и электричества акцент переносится на использование сил взаимодействия микрообъектов (клеток, молекул, атомов, электронов).

В будущую внедренческую эпоху потребности человечества будут сосредоточены преимущественно на использовании сил взаимодействия ещё меньших объектов – информационных и нанотехнологиях.

Важным аспектом инженерии является и *содержание*; оно включает три элемента: стратегическая, общая и оперативная инженерная организация производства. Данный аспект инженерии подробно изложен в [1].

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Основными результатами исследования являются:

- установлены и интерпретированы главные аспекты инженерии: сущность; содержание; предмет; место; парадигмы; этимология термина; связь с менеджментом, технологией, механикой.
- особое внимание обращено на необходимость различия инженерии и механики;

• акцентовано внимание на завершении формирования наука инженерии как следствие формирования её парадигм.

Установление чёткого перечня аспектов инженерии и их интерпретация повысит эффективность подготовки студентов-экономистов.

Перечень ссылок

1. Бабайлов В. К. Менеджмент. Наука и практика : учебник. Х. : ХНАДУ. 2018. 276 с.

2. Бабайлов В. К. Новая парадигма механики. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету*. 2018. № 2 (21). С. 4-14.

3. Бабайлов В. К., Приходько Д. О. Новая парадигма технологии. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету*. 2018. № 2 (21). С. 15-27.

4. Бабайлов В. К. Функции менеджмента как единство экономики, инженерии и администрации. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць харківського національного автомобільно-дорожнього університету*. 2018. №1(20). С. 29-38.

5. Инженерия как важнейшая функция управления предприятием : веб-сайт. URL: <http://rev.kpu.zp.ua/vypusk-5-10>. (дата обращения 01.11.2019)

6. Инженерное дело: веб-сайт. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Инженерноедело> (дата обращения 03.11.2019)

7. Бабайлов В.К. Теория метода : монография. Х. : ХНАДУ. 2011. 232 с.

8. Механика : веб-сайт. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Механика> (дата обращения 02.11.2019)

9. Инженерія : веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Інженерія> (дата обращения 01.11.2019)

10. Бабайлов В.К. Новая парадигма менеджмента. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць харківського національного автомобільно-дорожнього університету*. 2016. №3(14), том 1. Х. : ХНАДУ. С. 72-76.

References

1. Babajlov, V. K. (2018), *Management: Science and practice [Menedzhment: Nauka i praktika]*, HNADU. 276 p.

2. Babajlov, V. K. (2018), The new paradigm of mechanics [Novaya paradigma mehaniki], *Problemi i perspektivi rozvitku pidpriyemnictva: Zbirnik naukovih prac Harkivskogo nacionalnogo avtomobilno-dorozhnogo universitetu*, № 2 (21), Harkiv: Stil – Izdat, P. 4-14.

3. Babajlov, V. K., Prihodko, D. O. (2018), The new paradigm of technology [Novaya paradigma tehnologii], *Problemi i perspektivi rozvitku pidpriyemnictva: Zbirnik naukovih prac Harkivskogo nacionalnogo avtomobilno-dorozhnogo universitetu*, No 2 (21), Harkiv: Stil-Izdat, P. 15-27.

4. Babajlov, V. K. (2018), Functions of management as a unity of economics, engineering and administration [Funkcii menedzhmenta kak edinstvo ekonomiki,

inzhenerii i administracii], *Problemi i perspektivi rozvitku pidpriyemnictva: Zbirnik naukovih prac harkivskogo nacionalnogo avtomobilno-dorozhnogo universitetu*, No 1(20), Harkiv: HNADU, P. 29-38.

5. Babajlov, V. K., Kurdenko, O. V. Engineering as the most important function of enterprise management [Inzheneriya kak vazhnejshaya funkciya upravleniya predpriyatiem], available at: <http://pev.kpu.zp.ua/vypusk-5-10>. (last accessed 01.11.2019)

6. Engineering [Inzhenernoje delo], available at: https://ru.wikipedia.org/wiki/Инженерное_дело (last accessed 03.11.2019)

7. Babajlov, V. K. (2011), *Method theory [Teoriya metoda]*, monografiya, Harkiv: HNADU, 232 p.

8. Mechanics [Mehanika], available at: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Механика> (last accessed 02.11.2019)

9. Engineering [Inzheneriya], available at: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Інженерія> (last accessed 01.11.2019)

10. Babajlov, V. K. (2016), New management paradigm [Novaya paradigma menedzhmenta], *Problemi i perspektivi rozvitku pidpriyemnictva: Zbirnik naukovih prac harkivskogo nacionalnogo avtomobilno-dorozhnogo universitetu*. No 3(14), tom 1, Harkiv: HNADU. P. 72-76.

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 378.1 ; JEL Classification: A 12; 22

Бабайлов В.К., Левченко Я.С. ІНЖЕНЕРІЯ ДЛЯ ЕКОНОМІСТІВ: АКЦЕНТ НА ГОЛОВНОМУ

Економіка та інженерія є найважливішими елементами змісту менеджменту. Діяльність економістів та інженерів найтіснішим чином пов'язана в практиці будь-якого підприємства. Інженерія для економістів відіграє важливу, але не головну роль: економіка глибоко і детально викладається у багатьох дисциплінах, а інженерія - тільки в «Організації виробництва». Це змушує викладання інженерії до концентрації уваги тільки на найголовніших аспектах. *Проблема* встановлення та інтерпретації головних аспектів інженерії, обов'язкових для підготовки студентів-економістів, є актуальною. Вирішення цієї проблеми стало *метою* даного дослідження. Для її досягнення були поставлені наступні *завдання*: встановлення головних аспектів інженерії; коротка інтерпретація головних аспектів інженерії; узагальнення отриманих результатів. *Методики дослідження*: огляд літературних джерел, 2С70, ВЕО, історико-логічного, індукція-дедукція, теорія методу Бабайлова. *Результати*: встановлено та інтерпретовано головні аспекти інженерії: сутність; зміст; предмет; місце; парадигми; етимологія терміну; зв'язок з менеджментом, технологією, механікою. *Наукова новизна*: вперше встановлено чіткий перелік головних аспектів інженерії, обов'язковий для підготовки студентів-економістів. *Практична значимість*: встановлення

чіткого переліку аспектів інженерії і їх інтерпретація підвищить ефективність підготовки студентів-економістів.

Ключові слова: економіка; інженерія; технологія; техніка; механіка; менеджмент; сутність; зміст; парадигми.

УДК 378.1 ; JEL Classification: A 12; 22

Бабайлов В.К., Левченко Я.С. ИНЖЕНЕРИЯ ДЛЯ ЭКОНОМИСТОВ: АКЦЕНТ НА ГЛАВНОМ

Экономика и инженерия являются важнейшими элементами содержания менеджмента. Деятельность экономистов и инженеров теснейшим образом связана в практике любого предприятия. Инженерия для экономистов играет важную, но не главную роль: экономика глубоко и подробно излагается во многих дисциплинах, а инженерия – только в «Организации производства». Это вынуждает преподавание инженерии к концентрации внимания только на самых главных аспектах. *Проблема* установления и интерпретации главных аспектов инженерии, обязательных для подготовки студентов-экономистов, является актуальной. Решение этой проблемы явилось **целью** настоящего исследования. Для её достижения были поставлены *задачи*: установление главных аспектов инженерии; краткая интерпретация главных аспектов инженерии; обобщение полученных результатов. **Методики исследования:** обзор литературных источников, 2С70, ВЕО, исторического-логического, индукция-дедукция, теория метода Бабайлова. **Результаты:** установлены и интерпретированы главные аспекты инженерии: сущность; содержание; предмет; место; парадигмы; этимология термина; связь с менеджментом, технологией, механикой. **Научная новизна:** впервые установлен чёткий перечень главных аспектов инженерии, обязательный для подготовки студентов-экономистов. **Практическая значимость:** установление чёткого перечня аспектов инженерии и их интерпретация повысит эффективность подготовки студентов-экономистов.

Ключевые слова: экономика; инженерия; технология; техника; механика; менеджмент; сущность; содержание; парадигмы.

UDC 378.1 ; JEL Classification: A 12; 22

Babailov V., Levchenko Ya. ENGINEERING FOR ECONOMISTS: EMPHASIS ON THE MAIN

Economics and engineering are essential elements of the management content. The activities of economists and engineers are closely related to the practice of any enterprise. Engineering for economists is important, but not the main: the economy is deeply and in detail described in many disciplines, and engineering is only in the "Organization of production". This forces to teach a course in engineering and to focus only on the most important aspects. *The problem* of identifying and interpreting the main aspects of engineering required for the preparation of economics students is an urgent one. The solution to this problem is the **purpose** of the present study. To achieve this purpose the next tasks were set: to identify the main aspects of

engineering; a brief interpretation of the main aspects of engineering; a summary of the obtained results. **Methodology of research:** a review of literary sources, 2C70, VEO, historical-logical, induction-deduction, the theory of the Babailovs method. **Findings:** the main aspects of engineering are established and interpreted: essence; content; thing; a place; paradigms; etymology of the term; connection with management, technology, and mechanics. **Originality:** for the first time, a clear list of the main aspects of engineering has been established, which is mandatory for the training of economics students. **Practical value:** establishing a clear list of aspects of engineering and their interpretation will increase the efficiency of training economics students.

Key words: economics; engineering; technology; Technics; Mechanics; management; essence; content; paradigms.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Бабайлов Василий Кузьмич – кандидат экономических наук, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г.Харьков, Украина; e-mail:

super_super-kod@ukr.net

Бабайлов Василь Кузьмич – кандидат економічних наук, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м.Харків, Україна.

Babailov Vasil - PhD, Kharkiv National Automobile and Highway University, Associate professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.

Левченко Ярослава Сергеевна - доктор философии в области «Социальные и поведенческие науки», Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г.Харьков, Украина; e-mail: slavalevchenko1984@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4979-1101>

Левченко Ярослава Сергіївна - доктор філософії з галузі «Соціальні та поведінкові науки», Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м.Харків, Україна.

Levchenko Yaroslava - PhD in "Social and behavioral sciences", Kharkiv National Automobile and Highway University, Associate professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.

ДЖЕРЕЛО УТВОРЕННЯ ВАРТОСТІ: МОМЕНТ ІСТИНИ

Бабайлов В. К., доцент, канд. екон. наук

Приходько Д. О., доцент, канд. екон. наук

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Постановка проблеми. Найважливіше, ключове економічне поняття та явище «вартість» досліджується багатьма поколіннями економістів. Ось лише кілька видатних з них: Аристотель, А. Сміт, Д. Рікардо, К. Маркс, А. Маршалл, Р. Коуз, М. Фрідман та інші. При цьому різні економісти називають різні джерела утворення вартості. *Проблема* визначення *істинного* джерела утворення вартості до сих пір не вирішена до кінця. Так як економіка це організація вартості [1], то, в широкому сенсі, проблема визначення істинного джерела вартості є проблемою визначення істинних меж економіки, проблема «чистоти» економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Даний аналіз показав, що джерелами утворення вартості автори вважають *потреби і / або витрати праці*. При цьому існують три основні концепції: Сміта, Рікардо та маржиналістів [2]. Але до сих пір немає єдиної точки зору на джерело утворення вартості, немає рішення проблеми визначення справжнього джерела вартості – відбувається лише констатація та інтерпретація різних концепцій про джерела утворення вартості.

Невирішені складові загальної проблеми. Автори даної публікації невирішеними складовими проблеми бачать у встановленні *ролі* потреб та витрат праці в утворенні істинного джерела вартості.

Формулювання мети та завдань статті. *Метою* даної публікації є встановлення істинного джерела утворення вартості. *Завдання*: провести аналіз еволюції сенсу та характеру зв'язку трудової, споживчої та мінової вартості; встановити роль потреб та витрат праці в утворенні вартості; узагальнювати отримані результати.

Методики дослідження: огляд літературних джерел, 2С70, ВСО, історичного-логічного, індукція-дедукція, теорія методу Бабайлова [3].

Виклад основного матеріалу дослідження. Вперше найбільш коректне визначення терміна та поняття «вартість», визначення джерела утворення вартості зробив А. Сміт (1723-1790). *Вартість* він визначає як тільки слідство витрат праці на її виробництво. Він формулює закон вартості: «Праця – єдине мірило вартості». «Праця є єдиним загальним, так само як і єдино точним, мірилом вартості». Але в подальшому він уточнює: *істинна* «... вартість складається з *витрат праці*, прибутку, відсотка на капітал, земельної ренти, тобто визначається витратами виробництва» [2]. Тут не слід шукати протиріччя: прибуток, відсоток на капітал, земельна рента – це теж витрати праці; просто Сміт розділяє витрати праці працівників та всі інші витрати праці на виробництво товару. В іншому місці він говорить про істинну вартість товару, що включає три частини: заробітна плата працівників, прибуток фермера, рента [2].

Можна з упевненістю стверджувати, що Сміт висловив головну ідею:

будь-яка вартість (і витрати праці працівників, і прибуток, і відсоток на капітал – податок і рента) визначаються витратами праці (власника підприємства, працівників, покупців, конкурентів, держави). Цікавий факт: Сміт не вводить терміни і поняття *споживча і мінова* вартості. Чому? Не пояснює. Можливо, тому, що вважав їх природу, їх витоки теж у *витратах праці*.

Поняття «споживча вартість» вперше ввів Аристотель [4]. Він розуміє її як вартість, яка «*споживається*» всередині натурального господарства. Це вартість, споживана самими виробниками продукту. Це вартість не на продаж. Але він не акцентує увагу на тому, що до споживання продукту його ще необхідно зробити, витратити працю. Можна тільки припускати, що причина його неуваги до витрат праці в ігноруванні праці рабів. Аристотель був людиною своєї епохи і вважав рабство нормальним явищем, як необхідною умовою поділу праці. Можливо, тому він і не зміг зрозуміти, що його «споживча вартість» – це, фактично, «*трудова вартість*». Необхідно відзначити такий нюанс: споживча вартість за Аристотелем походить *не від потреб*, а від *процесу споживання*.

Поняття «споживча вартість» використовує також Давид Ріккардо, «розвиваючи» і відзначаючи «недолік» трудової теорії Сміта: «Вартість визначається не тільки витратами праці, а й потребами споживача» [2]. Але на відміну від Аристотеля, який вважав, що споживчу вартість створює виробник продукту, Ріккардо вважав, що споживчу вартість *визначає* покупець, і що вона пов'язана не з процесом споживання товару, а з *потребами* покупця. Правда, він так і не з'ясував, як та чим споживча вартість вимірюється, не зрозумів, що вартість товару вимірюється і *грошовими можливостями покупця*, в основі яких знаходяться теж *витрати праці покупця*, які вимірюються витратами його праці, рівними його заробітній платі.

Маржиналісти, представники австрійської школи Ст. Джевонс (1835-1882), К. Менгер (1840-1921), Е. Бем-Баверк (1851-1914), Ф. Візер (1851-1926), Я. Вальрас (1834-1910) та інші через сто років на відміну від Ріккардо стверджували, що вартість взагалі визначається *не витратами праці*, а тільки потребами людини, що існує тільки *споживча* вартість, що споживча вартість лежить в основі *мінової вартості* [2]. Але вони теж, як і Аристотель та Ріккардо, навіть не підозрювали, що в основі *такої* споживчої вартості лежать не потреби, а грошові ресурси, грошові можливості покупця, які теж є результатом витрат праці.

Звичайно, потреби теж впливають на покупця, але їх роль інша – вони є лише механізмом мотивації, що приводить в рух витрати праці виробника і результати витрат праці покупця як його грошові ресурси; і кількість грошей (його можливості) теж визначаються витратами його праці. Уважний аналіз призводить до висновку: в основі так званої «споживчої вартості» лежать потреби, які за своєю суттю не мають вартості, – їх неможливо обміняти ні на який товар. Тому так звана «споживча вартість», яка не має вартості – просто нонсенс (рис. 1).

З рисунку випливає, що в кращому випадку можна лише умовно говорити, що споживча вартість – це форма трудової вартості.



Рис. 1. Утворення вартості

Джерело: розробка авторів

Маржиналісти до того ж ігнорують проблему неможливості виміряти потреби людини, про що говорив ще Д. Ріккардо. Представники австрійської школи в своїй *«Теорії граничної корисності»* дотримувалися кардинально протилежного погляду в порівнянні з прихильниками *теорії трудової вартості* А. Сміта. Класики взагалі не включали потреби в предмет економіки [2]. В основі ж суджень основоположників *«Теорії граничної корисності»* лежить ідея: вартість визначається не витратами праці, а цінністю, потребами, корисністю товару для споживача, споживчою вартістю. Опускаючи деталі їх непереконливих і складних міркувань та доказів, скористаємося оцінкою їх теорії, зробленою С. А. Бартенєвим: *«Полеміка, що розгорнулася навколо трактування споживчої вартості, практично втратила свою актуальність, а теорії Менгера і Бем-Баверка не «працюють» ... а «робінзонади», що широко використовувалися «батьками» австрійської школи, перестали служити засобом доказу»* [2]. Фактично маржиналісти займалися не економікою, а *економічною психологією* [2].

Але, на думку авторів, така психологія, строго кажучи, не є економічною, так як їх не цікавила саме економічна сторона психології: для вимірювання потреб і мотивів поведінки споживача (якщо це взагалі можливо) потрібні нереальні, безмежні саме витрати праці. Відкидаючи пріоритетне значення витрат праці в утворенні вартості, *«Теорія граничної корисності»*, на перевірку, виявилася банальною теорією *граничної безкорисності!*

Аналіз різних поглядів на так звану *«споживчу вартість»* призводить до найважливішого висновку про економіку в цілому: ***«Потреби та споживча вартість не входять в предмет економіки»***. В економічній практиці їх ніхто не вимірює. Вимірюються тільки витрати праці. Вся тарифна система, з *«легкої руки»* Ф. Тейлора, заснована на вимірі часу праці за допомогою методології і технології нормування праці [5-8]. На користь такого висновку говорять ще два аргументи.

В [9] доведено, що функція менеджменту *«планування»* є економічною функцією, функція *«проектування»* – інженерною, функція *«мотивація»* – адміністративною. З усього контексту статті чітко випливає, що потреби є предметом тільки адміністративної, а не економічної або інженерної діяльності.

Аргументом на користь виключення потреб з предмета економіки є і вся практика економічної діяльності і особливо обміну: ще нікому не вдалося обміняти свої потреби на товар, за винятком, можливо, майстерних гіпнотизерів! І за єдиною причиною: потреби не володіють вартістю!

Але визначення потреб як предмета тільки адміністративної діяльності

зовсім не означає, не виключає використання і дослідження потреб в рамках економіки та інженерії, а також ще інших видів діяльності. При цьому і інженерія, і адміністрація, і економіка зберігають свої, властиві їм власні кордони, свої «території», тобто, свої власні предмети діяльності.

Отже, аналіз зв'язку споживчої вартості з потребами і витратами праці показав, що: потреби не мають вартості і тому не є предметом економіки; вони – предмет адміністративної діяльності; словосполучення «споживча вартість» вкрай суперечливо, тому єдність потреб і вартості як споживчої вартості неможлива; споживча вартість не існує і повинна бути виключена з економічного аналізу; потреби, не будучи предметом економіки, застосовуються в ній, але тільки як *інструмент запуску* економічного механізму обміну (як всередині підприємства – як обмін витрат праці на заробітну плату [10], так і за його межами – на ринку).

В процесі обміну організовується *мінова вартість*. Термін і поняття «*мінова вартість*» вперше використовує Аристотель. Вона розуміється їм як результат обміну надлишків товарів на *гроші*. Він вказував, що рівність між товарами, несхожими один на одного, може з'явитися в обміні лише за умови, якщо в товарах є *щось спільне, однакове, рівне*. Однак не міг його визначити. Для цього необхідно було відкрити роль праці, її витрат, як джерела, міри вартості [2]. Це вперше зробив А. Сміт, майже через 2000 років. Маржиналісти в основі мінової вартості вважали споживчу вартість, *потреби*. Але вся теорія і практика обміну свідчить, що в обміні безпосередньо беруть участь єдині еквіваленти – *рівні витрати праці*, *рівні можливості* виробника і покупця. Але опосередковано ці витрати праці коригуються ще й витратами держави, конкурентів і власника підприємства. Мінова вартість – це остаточна, *істинна*, справжня, *ринкова* величина вартості товару, так як в її організації беру участь всі учасники бізнесу на основі добровільної угоди, договору: власник, працівники-виробники товару, покупці, конкуренти і держава. Ринок – це єдино об'єктивний інститут встановлення істинної вартості товару. Але в його основі лежить не мистецтво договору і не потреби, а рівність *витрат праці виробника і покупця товару*. Мінова вартість лежить в основі *ринкової* економіки, на відміну від *директивної* економіки, де ціни встановлюються державою в наказовому порядку на основі складних розрахунків, часто далеких від істини.

Висновки з проведеного дослідження. Трудова вартість (собівартість) визначається тільки *витратами праці*. В основі мінової вартості лежать витрати праці всіх учасників бізнесу. Мінова вартість – це істинна, ринкова вартість товару. Споживча вартість – виключно суперечливе поняття: має різне тлумачення Аристотелем, Ріккардо, маржиналістами; споживча вартість пов'язується з потребами або з процесом споживання продукту. Потреби не визначають вартість – потреби не входять до предмету економіки; потреби лише запускають механізми організації трудової та мінової вартості. Тому споживча вартість повинна бути виключена з економічного аналізу. *Остаточний висновок:* будь-яка вартість визначається тільки витратами праці (або виробника, або покупця, або держави, або власника, або конкурента, або витратами праці одночасно всіх учасників бізнесу).

Перелік посилань

1. Бабайлов В. К. Методологія наукових досліджень : навчальний посібник. Харків : ФОП Бровін О.В., 2019. 150 с.
2. Бартенев С. А. Экономические теории и школы (история и современность) : курс лекций. Москва : БЕК, 1996. 352 с.
3. Бабайлов В. К. Менеджмент : наука и практика : учебник. Харків: ХНАДУ, 2015. 276 с.
4. Основи економічної теорії : підручник / за ред. проф. С. В. Мочерного; худож. оформ. В. М. Штогриня. Тернопіль : АТ «Тарнекс» за участю АТ «НОЙ» та вид-ва «Світ», 1993. 688 с.
5. Управление – это наука и искусство / Файоль А., Эмерсон Г., Тейлор Ф., Форд Г. / сост. Г. Л. Подвойский. Москва : Республика, 1992. 351 с.
6. Нормирование труда. *Парус Интернет-Консультант* : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/JeTPtn2> (дата обращения: 22.10.2019).
7. Глава 6 - КЗоТ Украины - Нормирование труда. *Meget* : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/VeTPiLB> (дата обращения: 22.10.2019).
8. Нормирование труда. *Grandars* : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/YeTPsnX> (дата обращения: 22.10.2019).
9. Бабайлов В. К. Функции менеджмента как единство экономики, инженерии и администрирования. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва : Збірник наукових праць харківського національного автомобільно-дорожнього університету*. Харків. 2018. №1 (20). С. 29–38.
10. Бабайлов В. К., Посыпай В. Г., Могилко В. А. Рынок труда или рынок рабочей силы. *Вчені записки : Науковий журнал*. 2004. Вип. 13, т. 2. С. 224–448.

References

1. Babaylov, V. (2019), *Methodology of scientific research* [Metodolohiia naukovykh doslidzhen], training manual, Kharkiv : OOP Brovin O. V., 150 p.
2. Bartenev, S. (1996), *Economic theories and schools (history and modernity)* [Ekonomicheskije teorii i shkoly (istoriya i sovremennost')], course of lectures, Moscow : BEK, 352 p.
3. Babajlov, V. (2015), *Management: Science and Practice* [Menedzhment: Nauka i praktika], textbook, Kharkiv: HNADU, 276 p.
4. Mocherniy, S. (1993), *Foundations of economic theory* [Osnovy ekonomichnoi teorii], textbook, Ternopil : Tarneks JSC with participation of JSC NOY and Svit, 688 p.
5. Fayol A., Emerson G., Taylor F., Ford G. (1992), *Management is a science and an art* [Upravlenie – eto nauka i iskusstvo], comp. G.L. Podvoisky. Moscow : Republic, 351 p.
6. «Rationing of labor» [Normirovanie truda], available at: <https://cutt.ly/JeTPtn2> (last accessed 22.10.2019).
7. «Chapter 6 - Labor Code of Ukraine - Rationing of labor» [Glava 6 - KZoT Ukrainy - Normirovanie truda], available at: <https://cutt.ly/VeTPiLB> (last accessed 22.10.2019).
8. «Rationing of labor» [Normirovanie truda], available at:

<https://cutt.ly/YeTPsnX> (last accessed 22.10.2019).

9. Babailov, V. (2018), «Functions of management as the unity of economics, engineering and administration» [«Funktsii menedzhmenta kak edinstvo ekonomiki, inzhenerii i administrirovaniya»], *Problems and prospects of entrepreneurship development: Collection of scientific works of the Kharkov National Automobile and Highway University*, No. 1 (20), P. 29–38.

10. Babaylov V., Pospay V., Mogilko V. (2004), «Market of labor or Market of workforce» [Rynok truda ili rynok rabochey sily], *Scientific notes: Scientific journal*, No. 13, Vol. 2, P. 224–448.

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 330.133:330.8 +331; JEL Classification: D46, D51, F66

Бабайлов В. К., Приходько Д. О. ДЖЕРЕЛО УТВОРЕННЯ ВАРТОСТІ: МОМЕНТ ІСТИНИ

Найважливіше, ключове економічне поняття і явище «вартість» досліджується багатьма поколіннями економістів. Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що джерелами утворення вартості автори вважають *потреби і / або витрати праці*. При цьому існують три основні, але різні концепції: Сміта, Ріккардо і маржиналістів, в яких немає єдиної точки зору на джерело утворення вартості, немає рішення проблеми визначення справжнього джерела утворення вартості. Ця *проблема* досі не вирішена до кінця. Так як економіка є організація вартості, то, в широкому сенсі, проблема визначення справжнього джерела утворення вартості є проблемою визначення дійсних меж економіки, проблема «чистоти» економіки. **Метою** даної публікації стало встановлення справжнього джерела утворення вартості. **Завдання:** провести аналіз еволюції сенсу та характеру зв'язку трудової, споживчої і мінової вартості; встановити роль потреб та витрат праці в утворенні вартості; узагальнити отримані результати. **Методики дослідження:** огляд літературних джерел, 2С70, ВЕО, історичного-логічного, індукція-дедукція, теорія методу Бабайлова. **Результати:** доведено, що потреби не є джерелом утворення вартості – вони виконують лише роль запуску механізму витрат праці; так звана «споживча вартість» взагалі не є вартістю; встановлено єдине, істинне джерело утворення будь-якої вартості – лише витрати праці. **Наукова новизна:** вперше встановлено єдине, істинне джерело утворення будь-якої вартості – лише витрати праці. **Практична значущість:** встановлення витрат праці єдиним і істинним джерелом утворення будь-якої вартості визначить чіткі межі, уточнить предмет економіки та позбавить її від невластивих їй функцій; це, в кінцевому рахунку, призведе до підвищення ефективності економічної діяльності.

Ключові слова: потреби; джерело; утворення; трудова, споживча, мінова вартості; економіка; витрати праці.

УДК 330.133:330.8 +331; JEL Classification: D46, D51, F66

Бабайлов В. К., Приходько Д. А. ИСТОЧНИК ОБРАЗОВАНИЯ СТОИМОСТИ: МОМЕНТ ИСТИНЫ

Важнейшее, ключевое экономическое понятие и явление «стоимость» исследуется многими поколениями экономистов. Анализ последних исследований и публикаций показал, что источниками образования стоимости авторы считают *потребности и / или затраты труда*. При этом существуют три основные, но разные концепции: Смита, Риккардо и маржиналистов, в которых нет единой точки зрения на источник образования стоимости, нет решения проблемы определения истинного источника образования стоимости. Эта *проблема* до сих пор не решена до конца. Так как экономика есть организация стоимости, то, в широком смысле, проблема определения истинного источника образования стоимости является проблемой определения истинных границ экономики, проблема «чистоты» экономики. **Целью** данной публикации явилось установление истинного источника образования стоимости. **Задачи:** провести анализ эволюции смысла и характера связи трудовой, потребительной и меновой стоимости; установить роль потребностей и затрат труда в образовании стоимости; обобщить полученные результаты. **Методики исследования:** обзор литературных источников, 2С70, ВЕО, исторического-логического, индукция-дедукция, теория метода Бабайлова. **Результаты:** доказано, что потребности не являются источником образования стоимости – они выполняют лишь роль запуска механизма затрат труда; так называемая «потребительная стоимость» вообще не является стоимостью; установлен единственный, истинный источник образования любой стоимости – только затраты труда. **Научная новизна:** впервые установлен единственный, истинный источник образования любой стоимости – только затраты труда. **Практическая значимость:** установление затрат труда единственным и истинным источником образования любой стоимости определит чёткие границы, уточнит предмет экономики и избавит её от несвойственных ей функций; это, в конечном счёте, приведёт к повышению эффективности экономической деятельности.

Ключевые слова: потребности; источник; образование; трудовая, потребительная, меновая стоимости; экономика; затраты труда.

UDC 330.133:330.8 +331; JEL Classification: D46, D51, F66

Babailov V. K., Prykhodko D. O. THE SOURCE OF FORMATION OF VALUE: THE MOMENT OF TRUTH

The most important economic concept and the phenomenon – «value» has been studying by many generations of economists. An analysis of recent studies and publications has shown that the authors consider *the needs and / or labor costs* to be the sources of formation of value. Moreover, there are three main, but different concepts: Smith's, Riccardo's and marginalistss', in which there isn't single point of view on the source of formation of value, there isn't solution to the problem of determining the true source of formation of value. This *problem* has not yet been fully resolved. Since the economy is the organization of value, in the broad sense, the

problem of determining the true source of formation of value is the problem of determining the true boundaries of the economy, the problem of the «purity» of the economy. **The purpose** of this publication was to establish the true source of formation of value. Tasks: to analyze the evolution of the meaning and nature of the relationship of labor value, consumption value and exchange value; to establish the role of needs and labor costs in the formation of value; to summarize the results. **Methodology of research:** review of literary sources, 2C70, VEO, historical-logical, induction-deduction, the theory of Babilov's method. **Findings:** it is proved that needs aren't the source of formation of value – they fulfill only the role of triggering the labor cost mechanism; the so-called «consumption value» isn't value at all; the only true source of formation of any value has been established – only labor costs. **Originality:** for the first time the single true source of formation of any value has been established – only labor costs. **Practical value:** the establishment of labor costs as the only and true source of formation of any value will define clear boundaries, specify the subject of the economy and relieve it of unusual functions; this will ultimately lead to an increase in the efficiency of economic activity.

Key words: needs; source; formation; labor value; consumption value; exchange value; economy; labor costs.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Бабайлов Василь Кузьмич – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: super_superkod@ukr.net. Моб. 050-139-27-76.

Бабайлов Василий Кузьмич – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина.

Babailov Vasiliy – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Kharkov National Automobile and Highway University, Associate Professor at the Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.

Приходько Дар'я Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: zajada@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3925-4828>. Моб. 066-97-44-135.

Приходько Дарья Александровна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина.

Prykhodko Daria – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Kharkiv National Automobile and Highway University, Associate Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.

ВПРОВАДЖЕННЯ КЛАСТЕРНОЇ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Благой В.В., канд. екон. наук, доцент

Харківський національний університет будівництва та архітектури;

Гніденко А. В.

Харківський національний університет будівництва та архітектури;

Блага В.В., канд. екон. наук, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет;

Хорошилова І.О., канд. екон. наук

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Постановка проблеми. Розвиток екологічних проблем, виникнення екологічних криз і катастроф та наростання глобальних проблем, що спостерігаються сьогодні, потребують негайного вирішення. З урахуванням особливостей пострадянського підходу до природокористування, відомчих підходів в Україні багато регіонів та природних об'єктів знаходяться у кризовому еколого-економічному стані. Для покращення ситуації, що склалася, а також для переходу на новий рівень розвитку економічної системи необхідні екологічно орієнтовані інвестиції. Адже покращення рівня якості довкілля є вимогою сучасності. Від якості і наявності механізму інвестування в екологічні проекти залежать рівень життя населення, можливість збереження та розвитку природного середовища та біосфери в цілому, стан соціально-економічного розвитку країни. Саме тому проблематика екологічно орієнтованих інвестиційних проектів є актуальною.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження проблем з екологічного інвестування і екологізації інвестиційної діяльності зробили українські вчені: Н.Н. Андрєєва, С.К. Харічков [1, 2, 3], що розробили методіку оцінки ефективності інвестицій, спрямованих у сферу забезпечення ресурсно-екологічної безпеки, Т.Г. Бень, В.С. Верещак [4], які запропонували критерій вибору однієї з альтернатив: здійснення природоохоронних заходів або виплата платежів за забруднення навколишнього середовища, Б.В. Буркинський [5], В.Г. Ковальов, Н.Г. Ковальова [6], які у розрахунку показників економічної ефективності екологічно орієнтованих інвестицій враховують величину усуненого та залишкового економічного збитку, а також додаткового економічного результату вторинної продукції, надання екологічних послуг та інші.

Невирішені складові загальної проблеми. Мотивом застосування кластерного підходу в контексті даної роботи виступає відсутність ефективних організаційно-економічних механізмів взаємодії підприємств спецлісозахисту, підприємств з виробництва еколого-орієнтованої продукції, переробних підприємств, торгівельних компаній, органів влади та наукових організацій.

Підприємствам з виробництва екологічно чистих продуктів харчування необхідні нові організаційно-економічні підходи, які дадуть змогу досягти прискореного розвитку галузі та її виробництв.

Формулювання цілей статті. Дослідити та обґрунтувати можливості впровадження кластерної моделі розвитку для реалізації інвестиційно-інноваційного потенціалу підприємств з виробництва екологічно чистої продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проведений аналіз проблем удосконалення економічної організації підприємницької діяльності у сфері спеціалізованого дозволує стверджувати, що кластерний підхід є інноваційним інструментом формування моделі функціонування, який сприяє активізації підприємницької діяльності та зміцненню конкурентоспроможності учасників такого об'єднання, які взаємодіють між собою і територією на взаємовигідних умовах. Факторами актуалізації формування кластерів виступають: мережевий та глобальний характер економіки; екологізація економічного зростання; зростаюча політична та економічна невизначеність і нелінійність розвитку сучасної економіки; посилення інноваційної спрямованості економічних процесів; інтенсифікація міжгалузевих та міжрегіональних зв'язків; необхідність зменшення транзакційних витрат. Загальновідоме визначення «кластеру» було наведено класиком кластерного підходу М. Портером: «Кластер – це група географічно сусідніх взаємозалежних компаній і пов'язаних з ними організацій, які діють у певній сфері й характеризуються спільною діяльністю та взаємно доповнюють одна одну» [7].

Позитивний вплив кластерного підходу до інвестиційного розвитку підприємств-учасників полягатиме у створенні механізму для реалізації наявних інвестиційних можливостей та появі принципово нових умов для розвитку. Збільшення потенціалу залучення інвестицій відбуватиметься через підвищення рівня інтегрованості підприємств, ріст продуктивності праці, більш повне використання виробничих потужностей. Потенціал відтворення інвестицій зростатиме внаслідок збільшення операційного левериджу (оптимізації структури витрат у рамках кластеру). Важливим фактором є можливість акумулювання інвестиційних ресурсів для спільного впровадження інноваційних проектів аграрними та переробними підприємствами. Проблемним питанням формування кластеру залишається узгодженість дій його учасників та ефективність механізмів управління продуктовою спеціалізацією в умовах обмеженості асортиментного ряду [8]. На основі виявлених вище закономірностей та окреслених практичних завдань доцільно запропонувати наступну схему організації і взаємодії учасників кластеру еко-продукції (рис. 1).

У разі впровадження запропонованої схеми організації та взаємодії учасників кластеру еко-продукції відбудеться зростання показників складових інвестиційно-інноваційного потенціалу.

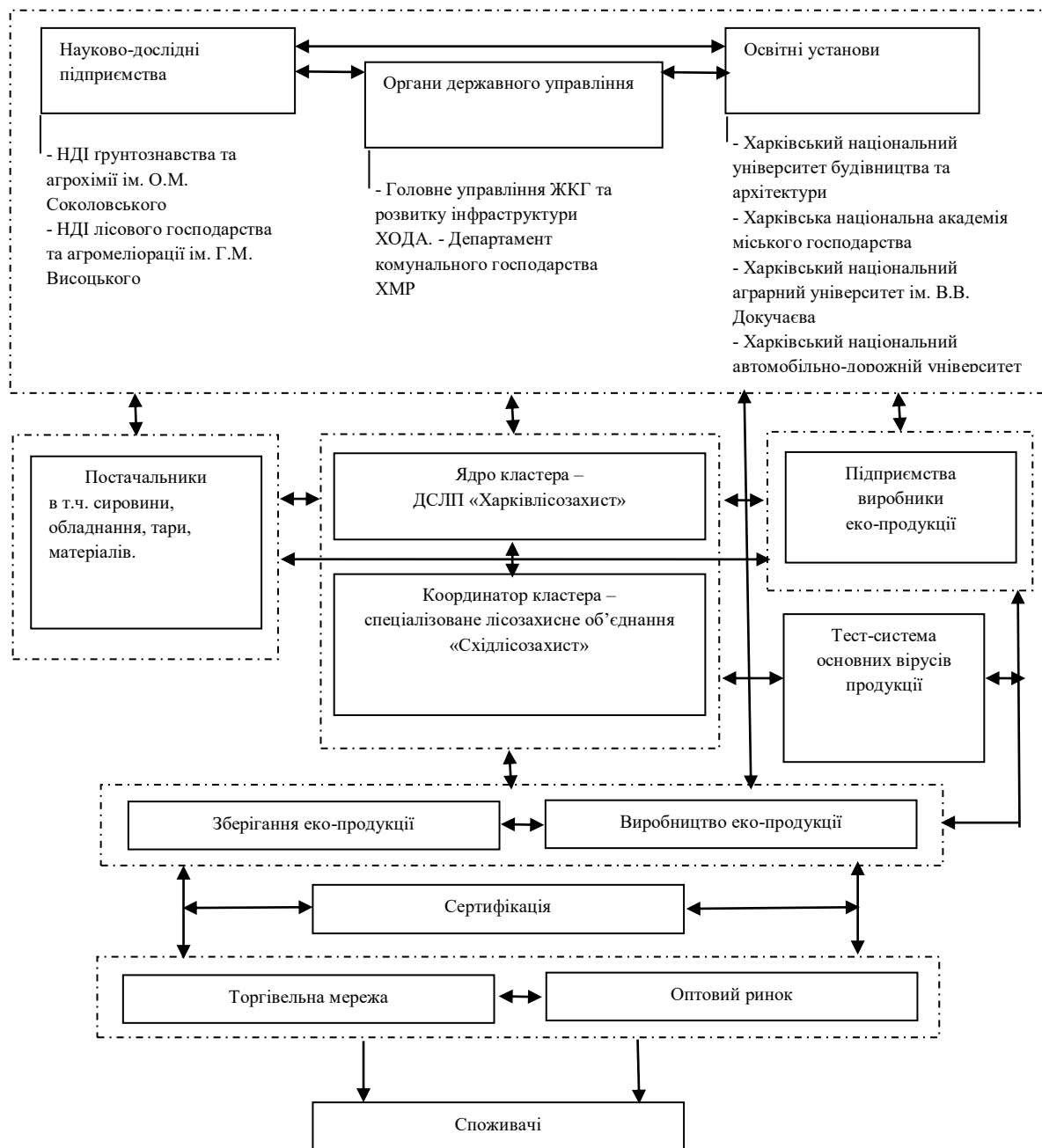


Рис. 1. Схема організації і взаємодії учасників кластеру еко-продукції

Таким чином визначено та обґрунтовано ключовий управлінський напрям реалізації інвестиційно-іноваційного вектору підприємств еко-продукції, який полягає у впровадженні схеми організації та взаємодії учасників кластеру еко-продукції на основі поєднання зусиль та економічних інтересів виробників плодів та ягід, переробних підприємств, наукових установ та органів влади.

З метою формалізації даного управлінського напрямку реалізації інвестиційно-іноваційного вектору розвитку підприємств еко-продукції можна використати методику обчислення фінансового результату кластерних об'єднань [9]. Аналогічним чином проведемо розрахунки варіантів ступеня інтеграції та представимо результати в табл. 1.

Таблиця 1

Результати розрахунків фінансового результату кластера з урахуванням можливих моделей кластеризації [10]

Тип	Характеристика	Фінансовий результат, тис. грн
МК1	Придатна для регіонів, які мають низький рівень розвитку, незначну щільність населення та спеціалізацію на сферах промисловості з невисокою матеріалоємністю або на сфері послуг. Державна підтримка реалізується через директивну кластерну політику, спрямовану на інтенсифікацію конкурентних переваг регіону	1441,14
МК2	Застосовується в разі наявності продукції кластера, яка характеризується незначною технологічністю та високим ступенем реагування на коливання попиту. Доцільно здійснювати каталітичну або підтримуючу кластерну політику з метою зміни стратегічного розвитку регіонів внаслідок створення необхідної інфраструктури	1453,64
МК3	Входження в кластер органів влади відповідного рівня дозволяє отримати підтримку представникам сфери малого та середнього бізнесу у вигляді «податкових канікул», консультування учасників кластера щодо тенденцій розвитку певної території. Крім того, з'являється можливість виходу кластера за межі певної адміністративно-територіальної одиниці. Прямі державні інвестиції не є вкрай необхідними	1466,15
МК4	Кластер формується навколо фірми-лідера з масштабним виробництвом, яка інтегрує масу постачальників на різних стадіях ланцюга створення доданої вартості. Розробка продукту у такому випадку потребує високих постійних витрат, що покриваються виключно за умов значних обсягів реалізації. Для підтримки розвитку кластера держава повинна здійснювати інтервенціоністську політику.	1478,65
МК5	Модель характеризується високою інноваційною спрямованістю, розвинутим сектором наукових досліджень та системи освіти. Створення таких кластерів ініціюється державними органами управління за допомогою каталітичної кластерної політики з метою подолання неефективності роботи крупних галузей.	1491,15

Ефективність кластеризації залежить від заходів державного регулювання, які на етапі ініціювання кластерів полягають у пошуку їх майбутніх учасників, ліквідації інституціональних бар'єрів, розвитку програм підготовки та перепідготовки кадрів, стимулюванні зв'язків з науковими та освітніми організаціями. Пропонуємо використати отримані дані як додатковий управлінський ефект від нашого інвестиційного проекту з реалізації екологічно чистої продукції. Отже, комплексний ефект від реалізації екологічно-орієнтованого інвестиційного проекту складає 2064,33 тис. грн., а також проект має значний екологічний і інституціональний ефект та доповнений управлінським ефектом в негрошовій формі, який полягає у завоюванні лідерства в галузі завдяки отриманню конкурентних переваг – на рівні підприємства. Також забезпечується підвищення рівня іміджу міста за рахунок покращення технічних та екологічних характеристик складових іміджу.

Проведені розрахунки показали, що за інших рівних умов існує пряма залежність між ступенем інтеграції підприємств та дохідністю інтегрованої структури кластерного типу. Для більшої наглядності представимо отримані результати на рис. 2.

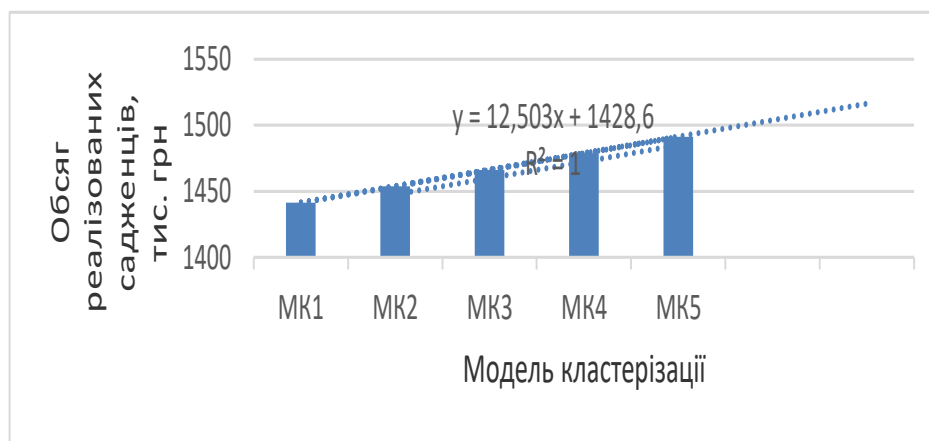


Рис. 2. Динаміка доходу кластера еко-продукції від реалізації садженців

Таким чином участь у запропонованому кластері еко-продукції для його учасників пов'язана з отриманням позитивних синергетичних ефектів, таких як: досягнення оптимальних обсягів виробництва за рахунок розширення масштабів діяльності; отримання додаткового доходу завдяки розширенню ринків збуту; економія власного капіталу через формування мережових структур; зниження витрат на логістичні взаємодії; розширення асортименту власної продукції та зменшення імпортозалежності; зменшення комерційних ризиків та ін.

Висновки з проведеного дослідження. У статті визначено та обґрунтовано ключовий управлінський напрям реалізації інвестиційно-іноваційного вектору підприємств еко-продукції, який полягає у впровадженні схеми організації та взаємодії учасників кластеру еко-продукції на основі поєднання зусиль та економічних інтересів виробників плодів та ягід, переробних підприємств, наукових установ та органів влади.

Перелік посилань

1. Харичков С. К., Андреева Н. Н., Купинец Л. Е. Экономика и экология: совместимость развития (мировой опыт и украинская перспектива) : монография. Ин-т пробл. рынка и экон.-экол. исслед. НАН Украины. О., 2007. 180 с.
2. Андреева Н. Н. Экологически ориентированные инвестиции: выбор решений и управление : монография. НАН Украины, Ин-т пробл. рынка и экон.-экол. исслед. О. : Фенікс, 2006. 535 с.
3. Андреева Н. Н., Харичков С. К. Экологоориентированные инвестиции в системе обеспечения ресурсно-экологической безопасности. НАН Украины, Ин-т проблем рынка и экон.-экол. исслед. О., 2000. 196 с.
4. Верещак В. С., Бень Т. Г. Эколого-экономическое обоснование инвестиционных проектов. Гос. металлург. акад. Украины. Д., 1998. 123 с.
5. Буркинский Б. В. Ресурсно-экологическая безопасность: теоретические и прикладные аспекты. НАН Украины, Ин-т проблем рынка и экон.-экол. исслед. О. : ИПРЭЭИ НАН Украины, 1998. 188 с.

6. Буркинський Б. В., Ковалева Н. Г., Розмарина А. Л., Ковалев В. Г. и др. Проблемы инвестиционного менеджмента в природоохранной деятельности. Одесса: Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2001. 296 с.

7. Портер М. Стратегія конкуренції : Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / пер. з англ. А. Олійник та Р. Сільський. К. : Основи, 1997. 390 с.

8. Дідух С. М. Використання кластерної моделі для реалізації інвестиційного потенціалу плодоовочевих консервних підприємств. *Економіка харчової промисловості*. 2015. №4. С. 60-65

9. Федотова Ю. В. Формування кластерних структур та їх вплив на соціально-економічний розвиток регіонів : Автореф. дис. канд. екон. наук, Харків, 2013. 20 с.

10. Офіційний сайт підприємства ДСЛП «Харківлісозахист». Фінансово-господарська діяльність ДСЛП «Харківлісозахист» : сайт. URL: http://lisozahyst.org.ua/?page_id=714 (дата звернення: 17.09.2019).

References

1. Kharichkov, S. K., Andreeva, N. N., Kupinets, L. E. (2007), *Economics and Ecology: Compatibility of Development (World Experience and the Ukrainian Perspective)* [*Ekonomika i ekologiya: sovместimost' razvitiya (mirovoy opyt i ukrainskaya perspektiva)*], Monograph, Inst. market and ekon.-ekol. researched NAS of Ukraine, O., 180 p.

2. Andreeva, N. N. (2006), *Ecologically oriented investments: choice of solutions and management* [*Ekologicheskii orientirovannye investitsii: vybor resheniy i upravlenie*], monograph, NAS of Ukraine, Inst. market and ekon.-ekol. researched O., Feniks, 535 p.

3. Andreeva, N. N., Kharichkov, S. K. (2000), *Environmental-oriented investments in the system of ensuring resource and environmental safety* [*Ekologoorientirovannye investitsii v sisteme obespecheniya resursno-ekologicheskoy bezopasnosti*], NAS of Ukraine, Institute of Market Problems and Econ.-ekol. researched, O., 196 p.

4. Vereshchak, V. S., Ben, T. G. (1998), *Ecological and economic justification of investment projects* [*Ekologo-ekonomicheskoe obosnovanie investitsionnykh proektov*], Gos. Metallurgist, Acad. Ukraine, D., 123 p.

5. Burkinsky, B. V. (1998), *Resource-ecological security: theoretical and applied aspects* [*Problemy investitsionnogo menedzhmenta v prirodookhrannoy deyatel'nosti*], NAS of Ukraine, Institute of Market Problems and Econ.-ekol. Researched, O., IPREI NAS of Ukraine, 188 p.

6. Burkinsky, B. V., Kovaleva, N. G., Rozmarina, A. L., Kovalev, V. G. et al. (2001), *Problems of Investment Management in Environmental Activities* [*Problemy investitsionnogo menedzhmenta v prirodookhrannoy deyatel'nosti*], Odessa, Institute for Market Problems and Economic and Environmental Studies of the NAS of Ukraine, 296 p.

7. Porter, M. (1997), *Competition Strategy: Methodology for analyzing galleys and competitiveness* [Stratehiia konkurentсии : Metodyka analizu haluzei i diialnosti konkurentiv], per. from English A. Oliynik and R. Silsky, K., Osnovy, 390 p.

8. Didukh, S. M. (2015), Use of cluster model for realization of investment potential of fruit and vegetable canning enterprises [Vykorystannia klasternoi modeli dlia realizatsii investytsiinoho potentsialu plodoovochevykh konservnykh pidpriemstv], *Economics of the food industry*, No 4, P. 60-65.

9. Fedotova, Y. V. (2013), *Formation of cluster structures and their influence on the socio-economic development of regions* [Formuvannia klasternykh struktur ta yikh vplyv na sotsialno-ekonomichnyi rozvytok rehioniv], Author's abstract. diss. Cand. econom. Sciences, Kharkiv, 20 p.

10. The official site of the enterprise SSLP "Kharkiv Forest Protection". Financial and economic activity of the State forestry enterprise "Kharkivlizozahyst" [Ofitsiinyi sait pidpriemstva DSLP «Kharkivlisozakhyst». Finansovo-hospodarska diialnist DSLP «Kharkivlisozakhyst»], available at: http://lisozahyst.org.ua/?page_id=714 (last accessed 17.09.2019).

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 330.322; JEL Classification: Q15

Благой В.В., Гніденко А. В., Блага В.В., Хорошилова І.О.
ВПРОВАДЖЕННЯ КЛАСТЕРНОЇ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Мета: дослідити та обґрунтувати можливості впровадження кластерної моделі розвитку для реалізації інвестиційно-інноваційного потенціалу підприємств з виробництва екологічно чистої продукції. **Методика дослідження:** метод математичної статистики – для обробки та аналізу вихідних даних, виявлення тенденцій вихідних даних, виявленні тенденцій та закономірностей в зміні показників, що аналізуються, обґрунтування отриманих результатів; аналіз та узагальнення існуючих підходів щодо оцінки ефективності від реалізації екологічно орієнтованих інвестиційних проектів. **Результати дослідження:** визначено та обґрунтовано ключовий управлінський напрям реалізації інвестиційно-інноваційного вектору підприємств еко-продукції, який полягає у впровадженні схеми організації та взаємодії учасників кластеру еко-продукції на основі поєднання зусиль та економічних інтересів виробників плодів та ягід, переробних підприємств, наукових установ та органів влади. **Наукова новизна:** удосконалені методичні підходи щодо оцінки ефективності від реалізації екологічно орієнтованих інвестиційних проектів за рахунок доповнення їх показником комплексного ефекту на основі включення до його складу екологічного та інституціонального ефектів в негрошовій формі і управлінського ефекту в грошовій та негрошовій формах на підставі системного підходу. **Практична значущість:** запропонована схема організації та взаємодії учасників кластеру еко-продукції, яка забезпечує зростання показників складових інвестиційно-інноваційного

потенціалу. З метою формалізації даного управлінського напрямку реалізації інвестиційно-інноваційного вектору розвитку підприємства еко-продукції розраховано фінансовий результат запропонованого кластерного об'єднання з урахуванням можливих моделей кластеризації. Проведені розрахунки показали, що за інших рівних умов існує пряма залежність між ступенем інтеграції підприємств та дохідністю інтегрованої структури кластерного типу.

Ключові слова: інвестиційний проект; еко-продукція; ефективність; кластеризація.

УДК 330.322; JEL Classification: Q15

Благой В.В., Гниденко А.В., Блага В.В., Хорошилова И.А.
ВНЕДРЕНИЕ КЛАСТЕРНОЙ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ
ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА
ПРЕДПРИЯТИЙ

Цель: исследовать и обосновать возможности внедрения кластерной модели развития для реализации инвестиционно-инновационного потенциала предприятий по производству экологически чистой продукции. **Методика исследования:** метод математической статистики - для обработки и анализа исходных данных, выявления тенденций исходных данных, выявления тенденций и закономерностей в изменении анализируемых показателей, обоснование полученных результатов; анализ и обобщение существующих подходов к оценке эффективности от реализации экологически ориентированных инвестиционных проектов. **Результаты исследования:** определено и обосновано ключевое управленческое направление реализации инвестиционно-инновационного вектора предприятий эко-продукции, которое заключается во внедрении схемы организации и взаимодействия участников кластера эко-продукции на основе объединения усилий и экономических интересов производителей плодов и ягод, перерабатывающих предприятий, научных учреждений и органов власти. **Научная новизна:** усовершенствованы методические подходы к оценке эффективности от реализации экологически ориентированных инвестиционных проектов за счет дополнения их показателем комплексного эффекта на основе включения в его состав экологического и институционального эффектов в не денежной форме и управленческого эффекта в денежной и не денежной формах на основе системного подхода. **Практическая значимость:** предложена схема организации и взаимодействия участников кластера эко-продукции, которая обеспечивает рост показателей составляющих инвестиционно-инновационного потенциала. С целью формализации данного управленческого направления реализации инвестиционно-инновационного вектора развития предприятия эко-продукции рассчитан финансовый результат предложенного кластерного объединения с учетом возможных моделей кластеризации. Проведенные расчеты показали, что при прочих равных условиях существует прямая зависимость между степенью интеграции предприятий и доходности интегрированной структуры кластерного типа.

Ключевые слова: инвестиционный проект; эко-продукция; эффективность; кластеризация.

UDC 330.322; JEL Classification: Q15

Blagoy V.V., Gnidenko A.V., Blaga V.V., Khoroshilova I.A.

INTRODUCTION OF THE CLUSTER MODEL OF DEVELOPMENT FOR THE IMPLEMENTATION OF THE INVESTMENT-INNOVATION POTENTIAL OF ENTERPRISES

Purpose: to explore and justify the possibilities of introducing a cluster development model to realize the investment and innovation potential of enterprises for the production of environmentally friendly products. **Methodology of research:** mathematical statistics method - for processing and analyzing source data, identifying trends in source data, identifying trends and patterns in changing analyzed indicators, substantiating the results; analysis and generalization of existing approaches to assessing the effectiveness of the implementation of environmentally oriented investment projects. **Findings:** the key management direction for the implementation of the investment and innovation vector of eco-production enterprises has been identified and substantiated, which consists in introducing a scheme for organizing and interacting participants in the eco-production cluster based on the combination of efforts and economic interests of fruit and berry producers, processing enterprises, scientific institutions and authorities. **Originality:** improved methodological approaches to assessing the effectiveness of the implementation of environmentally oriented investment projects by supplementing them with an integrated effect indicator based on the inclusion of environmental and institutional effects in non-monetary form and the managerial effect in monetary and non-monetary forms based on a systematic approach. **Practical value:** a scheme of organization and interaction of participants in the eco-product cluster is proposed, which ensures the growth of indicators of the components of investment and innovation potential. In order to formalize this management direction for the implementation of the investment and innovation vector of development of an eco-production enterprise, the financial result of the proposed cluster association was calculated taking into account possible clustering models. The calculations showed that, ceteris paribus, there is a direct relationship between the degree of integration of enterprises and the profitability of an integrated structure of a cluster type.

Key words: investment project; eco-friendly products; efficiency; clustering.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Благой Віталій Валерійович – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний університет будівництва та архітектури, доцент кафедри економіки, м. Харків, Україна; e-mail: blagoyvitval@i.ua; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0702-561X>. Моб. 050-512-60-50.

Благой Виталий Валерьевич - кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный университет строительства и архитектуры, доцент кафедры экономики, г. Харьков, Украина.

Blagoy Vitaly – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Kharkov National University of Construction and Architecture, Associate Professor at the Department of Economics, Kharkiv, Ukraine.

Гніденко Альона Валентинівна – ст. групи ЕП-60 спеціальності «Економіка», Харківський національний університет будівництва та архітектури, м. Харків, Україна; e-mail: blagoyvitval@gmail.com; моб. +380735126050.

Гниденко Алена Валентиновна - ст. группы ЭП-60 специальности «Экономика», Харьковский национальный университет строительства и архитектуры, Харьков, Украина.

Gnidenko Alena – student of the group of EP-60 specialty "Economy", Kharkiv National University of Construction and Architecture, Kharkiv, Ukraine.

Блага Вікторія Вікторівна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: blagavikvik@meta.ua; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8386-0767>. Моб. 050-610-10-14.

Благая Виктория Викторовна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина.

Blaga Viktoriya – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Kharkov National Automobile and Highway University, Associate Professor at the Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.

Хорошилова Ірина Олександрівна – кандидат економічних наук, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри обліку, оподаткування та міжнародних економічних відносин, м. Харків, Україна; e-mail: hia23@ukr.net; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-00015343-5161>. Моб. 050-307-97-03.

Хорошилова Ирина Александровна – кандидат экономических наук, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры учета, налогообложения и международных экономических отношений, г. Харьков, Украина.

Khoroshilova Irina – Candidate of Sciences (Economics), Kharkov National Automobile and Highway University, Associate Professor at the Department of account, taxation and international economic relations, Kharkiv, Ukraine.

ЗАКОНОДАВЧЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ

Дмитрієва О.І., к.е.н, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Постановка проблеми. Основою національного господарства країни є транспортна система, ефективність функціонування якої визначається рівнем розвитку транспортної інфраструктури. Наразі Україна посідає 87-е місце у світі за рівнем розвитку транспортної інфраструктури [1]. При цьому за значенням субіндексу «Інфраструктура» індексу Глобальної конкурентоспроможності найгіршим інфраструктурним показником України є якість доріг – 130-е місце зі 137-и можливих. Незадовільними залишаються якість авіаційної та портової інфраструктури України (92-е і 93-е місця, відповідно). Єдиною відносно розвиненою складовою транспортної інфраструктури в Україні є залізнична інфраструктура – 37-е місце [2]. Якість транспортної інфраструктури нині здійснює переважно деструктивний вплив на конкурентоспроможність вітчизняної економіки та міжнародний імідж України як транспортного хабу між Європою та Азією. Транспортна інфраструктура країни зазвичай має змішану форму власності, адже окремі її елементи знаходяться у власності держави, а деякі об'єкти – у власності приватного сектору. Зазначеним створюються сприятливі умови для державно-приватного партнерства та забезпечується вплив держави на розвиток транспортної інфраструктури через застосування комплексу правових, адміністративних і економічних методів. При цьому в системі методів державного регулювання розвитку транспортної інфраструктури чільне місце належить правовому методу, що полягає в регламентації розвитку транспортної інфраструктури нормами актів законодавчої та виконавчої влади. У таких умовах актуалізується необхідність дослідження законодавчого підґрунтя розвитку транспортної інфраструктури України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам розвитку транспортної інфраструктури України присвячені праці таких вітчизняних дослідників як О. Амосов, Н. Безбах, В. Бондар, Н. Бондар, Н. Бортник, В. Брагінський, О. Васильєв, А. Возненко, Л. Волинець, В. Гамалій, Р. Григоренко, Ю. Грисюк, Р. Гудима, В. Гурнак, О. Дейнека, А. Дем'янченко, Х. Дорофєєва, С. Дульфан, С. Єсімов, В. Жаворонков, Г. Жовтяк, Т. Затонацька, О. Ігнатенко, В. Карпов, О. Кириленко, С. Козловська, В. Командровська, А. Кравченко, О. Криворучко, Н. Кудрицька, В. Кутирєв, Н. Кучеренко, І. Лебідь, Т. Логвинюк, Т. Логутова, О. Лук'янова, Є. Луцкін, І. Любезна, О. Ляшенко, М. Макаренко, Н. Малиш, Т. Мапошина, Т. Момот, О. Никифоров, П. Нікітін, О. Носовська, О. Озерова, А. Пасічник, Ю. Пашенко, М. Підгорний, О. Поліщук, М. Полторацький, О. Полякова, Г. Родащук, О. Рудченко, І. Садловська, Ю. Світлична, І. Середюк, Н. Серьогіна, А. Слободян, О. Солодовнік, Л. Сотниченко, О. Суворкіна, П. Толок,

Ю. Третиниченко, О. Тройнікова, С. Тхор, Р. Устинов, Г. Фоменко, Л. Харсун, І. Хоменко, І. Хорошилова, Н. Цебенко, О. Цибенко, Н. Цимбал, А. Шевченко, В. Шемаєв, О. Шиба, Л. Шкварчук, А. Шутенко та інших науковців.

Питанню нормативно-правового забезпечення розвитку транспортної інфраструктури України приділено увагу в дослідженні О. Ляшенко, якою було виділено такі акти органів законодавчої та виконавчої влади, що регламентують розвиток окремих елементів транспортної інфраструктури: повітряного транспорту – Конвенцію для уніфікації деяких правил, що стосуються міжнародних повітряних перевезень, Конвенцію про міжнародну цивільну авіацію, Угоду про цивільну авіацію та про використання повітряного простору, Повітряний кодекс України, Закон України «Про Державну програму авіаційної безпеки цивільної авіації», Указ Президента України «Про заходи щодо забезпечення розвитку цивільної авіації України», Постанову Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку небезпечних предметів і речовин, заборонених до перевезення повітряним транспортом», Постанову Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку і правил проведення обов'язкового авіаційного страхування цивільної авіації», Постанову Кабінету Міністрів України «Про серйозні недоліки в роботі та невідкладні заходи щодо поліпшення діяльності цивільної авіації», Постанову Кабінету Міністрів України «Про порядок повітряного сполучення через державний кордон України», Положення про використання повітряного простору України, Правила реєстрації цивільних аеродромів України, Правила реєстрації цивільних повітряних суден в Україні; залізничного транспорту – Закон України «Про залізничний транспорт», Закон України «Про особливості утворення публічного акціонерного товариства залізничного транспорту загального користування», Порядок обслуговування громадян залізничним транспортом, Правила перевезення пасажирів, багажу, вантажобагажу та пошти залізничним транспортом України, Положення про Державну адміністрацію залізничного транспорту України, Постанову Кабінету Міністрів України «Про затвердження Статуту залізниць України», Постанову Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку категорій та посад працівників залізничного транспорту, які працевлаштовуються за контрактною формою трудового договору», Наказ Міністерства інфраструктури України «Про затвердження Тарифів на перевезення пасажирів, багажу і вантажобагажу залізничним транспортом у внутрішньому сполученні», Положення про відомчу воєнізовану охорону на залізничному транспорті, Положення про систему управління безпекою руху поїздів у Державній адміністрації залізничного транспорту України, Правила пожежної безпеки на залізничному транспорті, Порядок оформлення матеріалів про адміністративні правопорушення на залізничному транспорті, Інструкцію про порядок взаємодії між органами внутрішніх справ, залізницями України і підприємствами залізничного транспорту під час виявлення крадіжок вантажу та реагування на заяви і повідомлення про такі правопорушення, Порядок взаємодії підрозділів відомчої воєнізованої охорони на залізничному транспорті та лінійних

підрозділів транспортної міліції, Інструкцію про взаємодію посадових осіб митних органів, що здійснюють митні процедури з товарами (вантажами), переміщуваними залізничними вантажними поїздами, і працівників залізниць України, Інструкцію про взаємодію посадових осіб митних органів, що здійснюють митні процедури з багажем і вантажобагажем, переміщуваними в багажних вагонах, і працівників залізниць України; морського та річкового транспорту – Міжнародну конвенцію з охорони людського життя на морі, Кодекс торговельного мореплавства України, Водний кодекс України, Закон України «Про морські порти України», Положення про Регістр судноплавства України, Положення про робочий час та час відпочинку плаваючого складу морського і річкового транспорту України, Положення про морських лоцманів, Положення про державних річкових лоцманів, Положення про порядок підготовки та подання інформації про вантаж для його безпечного морського перевезення, Правила безпечної експлуатації баз для стоянки маломірних (малих) суден; автомобільного транспорту – Закон України «Про автомобільний транспорт», Порядок проведення конкурсу з перевезення пасажирів на автобусному маршруті загального користування, Порядок здійснення державного контролю на автомобільному транспорті, Правила надання послуг пасажирського автомобільного транспорту, Порядок регулювання діяльності автостанцій, Порядок визначення класу комфортності автобусів, сфери їхнього використання за видами сполучень та режимами руху, Положення про ліцензійну картку, що додається до ліцензії на надання послуг з перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом, Наказ Міністерства транспорту та зв'язку України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з надання послуг з перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом відповідно до видів робіт, визначених Законом України «Про автомобільний транспорт»» [3]. С. Дульфан також здійснив аналіз нормативно-правової бази розвитку транспортної інфраструктури України, виділивши у якості законодавчого підґрунтя Закон України «Про транспорт», Закон України «Про автомобільний транспорт», Закон України «Про міський електричний транспорт» та Транспортну стратегію України до 2020 року [4].

Невирішені складові загальної проблеми. Традиційно для України є характерною суттєва динамічність нормативно-правової бази: так, зокрема, на даний момент відбулася зміна Правил реєстрації цивільних повітряних суден в Україні (Наказ Державної авіаційної служби України від 5 лютого 2019 року № 153) [5]; втратили чинність Положення про ліцензійну картку, що додається до ліцензії на надання послуг з перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом, і Наказ Міністерства транспорту та зв'язку України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з надання послуг з перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом відповідно до видів робіт, визначених Законом України «Про автомобільний транспорт»» [6]; Транспортна стратегія України до 2020 року достроково була замінена на Національну транспортну стратегію України на

період до 2030 року (Розпорядження Кабінету Міністрів України від 30 травня 2018 року № 430-р) [7]. Також вважаємо за доцільне включити до законодавчого підґрунтя розвитку транспортної інфраструктури й нормативно-правові акти, нормами яких регламентується: функціонування дорожнього господарства як важливого фактору забезпечення розвитку автомобільного транспорту; функціонування трубопровідного транспорту.

Формулювання цілей статті. Метою статті є ідентифікація чинного законодавчого підґрунтя розвитку транспортної інфраструктури України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Скориставшись пошуковою системою «Законодавство України», виявимо чинну нормативно-правову базу розвитку транспортної інфраструктури України – універсальну та за видами транспорту. Так, до «універсальної» частини законодавчої бази розвитку транспортної інфраструктури віднесемо Закон України «Про транспорт» і Національну транспортну стратегію України на період до 2030 року.

Автомобільний транспорт. Діяльність суб'єктів автомобільного транспорту наразі регламентується нормами: Закону України «Про автомобільний транспорт»; Правил перевезень вантажів автомобільним транспортом в Україні; Правил надання послуг пасажирського автомобільного транспорту; Порядку проведення конкурсу з перевезення пасажирів на автобусному маршруті загального користування; Порядку визначення класу комфортності автобусів, сфери їхнього використання за видами сполучень та режимами руху; Порядку розроблення та затвердження паспорта автобусного маршруту; Порядку формування, затвердження та ведення реєстру міжнародних, міжміських та приміських автобусних маршрутів загального користування; Закону України «Про приєднання України до Європейської угоди щодо роботи екіпажів транспортних засобів, які виконують міжнародні автомобільні перевезення (ЄУТР)»; Постанови Кабінету Міністрів України «Про виконання Європейської угоди щодо роботи екіпажів транспортних засобів, які виконують міжнародні автомобільні перевезення (ЄУТР)»; Закону України «Про приєднання України до Угоди про міжнародні нерегулярні перевезення пасажирів автобусами (Угода INTERBUS)»; Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження критеріїв, за якими оцінюється ступінь ризику від провадження господарської діяльності з перевезення пасажирів, небезпечних вантажів та небезпечних відходів автомобільним транспортом, міжнародних перевезень пасажирів та вантажів автомобільним транспортом та визначається періодичність здійснення планових заходів державного нагляду (контролю) Державною службою з безпеки на транспорті»; Порядку організації регулярних, нерегулярних і маятникових перевезень пасажирів автомобільним транспортом у міжнародному сполученні; Наказу Міністерства внутрішніх справ України «Про убезпечення перевезення небезпечних вантажів автомобільним транспортом»; Умов охорони небезпечних і цінних вантажів під час їх перевезення автомобільним транспортом та переліку таких вантажів; Указу Президента України «Про заходи щодо посилення безпеки пасажирських перевезень автомобільним транспортом»; Правил охорони праці на

автомобільному транспорті; Правил пожежної безпеки для підприємств і організацій автомобільного транспорту України; Порядку перевірки технічного стану транспортних засобів автомобільними перевізниками; Постанови Кабінету Міністрів України «Деякі питання допуску автобусів до експлуатації»; Порядку державної реєстрації (перереєстрації), зняття з обліку автомобілів, автобусів, а також самохідних машин, сконструйованих на шасі автомобілів, мотоциклів усіх типів, марок і моделей, причепів, напівпричепів, мотоколясок, інших прирівняних до них транспортних засобів та мопедів; Наказу Міністерства транспорту України «Про впорядкування системи оформлення, видачі, використання та обліку дозволів на міжнародні перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом»; Положення про зону сервісного обслуговування осіб і транспортних засобів перед пунктами пропуску через державний кордон для міжнародного та міждержавного автомобільного сполучення; Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Переліку документів, необхідних для здійснення перевезення вантажу автомобільним транспортом у внутрішньому сполученні»; Наказу Міністерства транспорту та зв'язку України «Про затвердження Методики розрахунку тарифів на послуги пасажирського автомобільного транспорту»; Наказу Міністерства транспорту України «Про затвердження Тарифів на проїзд пасажирів і перевезення багажу в автобусах міжміських міжобласних маршрутів»; Порядку регулювання діяльності автостанцій; Порядку здійснення державного контролю на автомобільному транспорті [8].

Дорожнє господарство. Функціонування дорожнього господарства України сьогодні регламентують положення таких нормативно-правових актів: Закону України «Про автомобільні дороги»; Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку автомобільних доріг загального користування державного значення»; Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції Державної цільової економічної програми розвитку автомобільних доріг загального користування державного значення на 2018-2022 роки»; Положення про Державне агентство автомобільних доріг України; Постанови Кабінету Міністрів України «Про заходи щодо збереження автомобільних доріг загального користування»; Указу Президента України «Про заходи щодо підвищення ефективності управління дорожнім господарством України»; Указу Президента України «Про деякі заходи щодо створення умов для розвитку та підвищення якості автомобільних доріг»; Технічних правил ремонту і утримання вулиць та доріг населених пунктів; Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження вимог щодо проведення контролю якості робіт з нового будівництва, реконструкції та капітального ремонту автомобільних доріг загального користування»; Розпорядження Кабінету Міністрів України «Питання розроблення та затвердження проектної документації для будівництва, реконструкції та капітального ремонту автомобільних доріг»; Указу Президента України «Про концесію на будівництво та реконструкцію автомобільних доріг»; Порядку визначення об'єктів концесії на будівництво та експлуатацію автомобільних

доріг загального користування; Порядку проведення концесійного конкурсу на будівництво та експлуатацію автомобільних доріг комунальної власності; Положення про конкурсну комісію з проведення концесійних конкурсів на будівництво та експлуатацію автомобільних доріг; Розпорядження Кабінету Міністрів України «Деякі питання реформування системи державного управління автомобільними дорогами загального користування»; Наказу Міністерства інфраструктури України «Про затвердження Методики визначення обсягу фінансування будівництва, реконструкції, ремонту та утримання автомобільних доріг та нормативів витрат, пов'язаних з утриманням автомобільних доріг»; Закону України «Про джерела фінансування дорожнього господарства України»; Порядку спрямування коштів спеціального фонду державного бюджету на будівництво, реконструкцію та ремонт доріг комунальної власності; Конвенції Міжнародної організації праці про тривалість робочого часу та періоди відпочинку на дорожньому транспорті; Норм безплатної видачі спеціального одягу, спеціального взуття та інших засобів індивідуального захисту працівникам дорожнього господарства; Правил охорони праці під час будівництва, ремонту та утримання автомобільних доріг; Положення про функціональну підсистему запобігання і реагування на загрозу або виникнення надзвичайних ситуацій у дорожньому господарстві [8].

Залізничний транспорт. Перевезення пасажирів і вантажів залізничним транспортом, утримання та розвиток залізниць в Україні здійснюється у відповідності до норм актів органів законодавчої та виконавчої влади, таких як: Закон України «Про залізничний транспорт»; Стратегія розвитку залізничного транспорту на період до 2020 року; Концепція Державної програми реформування залізничного транспорту; Постанова Кабінету Міністрів України «Про заходи державної підтримки залізничного транспорту»; Правила перевезення пасажирів, багажу, вантажобагажу та пошти залізничним транспортом України; Ліцензійні умови провадження господарської діяльності з перевезення пасажирів, небезпечних вантажів та небезпечних відходів залізничним транспортом; Технічний регламент надання послуг з перевезення пасажирів та вантажів залізничним транспортом; Положення про сертифікаційну діяльність на залізничному транспорті України; Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Статуту залізниць України»; Закон України «Про особливості утворення публічного акціонерного товариства залізничного транспорту загального користування»; Положення про Державну адміністрацію залізничного транспорту України; Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження критеріїв, за якими оцінюється ступінь ризику від провадження господарської діяльності у сфері перевезення пасажирів, небезпечних вантажів та небезпечних відходів залізничним транспортом та визначається періодичність здійснення планових заходів державного нагляду (контролю) Державною службою з безпеки на транспорті»; Порядок обслуговування громадян залізничним транспортом; Правила поведінки громадян на залізничному транспорті; Правила безпеки громадян на залізничному транспорті України; Порядок оформлення розрахункових і

звітних документів при здійсненні продажу проїзних і перевізних документів на залізничному транспорті; Порядок застосування електронного документообігу, пов'язаного з перевезенням вантажів залізничним транспортом; Порядок застосування електронного перевізного документа під час перевезення вантажів залізничним транспортом; Порядок організації діяльності залізничного транспорту під час здійснення військових залізничних перевезень; Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження модулів оцінки відповідності у сфері залізничного транспорту»; Наказ Міністерства інфраструктури України «Про затвердження Методики розрахунку тарифів на перевезення пасажирів залізничним транспортом»; Наказ Міністерства інфраструктури України «Про затвердження Методики розрахунку тарифів на перевезення вантажів залізничним транспортом»; Наказ Міністерства інфраструктури України «Про затвердження Тарифів на перевезення пасажирів, багажу і вантажобагажу залізничним транспортом у внутрішньому сполученні»; Збірник тарифів на перевезення вантажів залізничним транспортом у межах України та пов'язані з ними послуги і коефіцієнти, що до нього застосовуються; Наказ Міністерства транспорту та зв'язку України «Про встановлення Тарифів на перевезення пасажирів, багажу та вантажобагажу залізничним транспортом у міжнародному сполученні»; Наказ Міністерства інфраструктури України «Про затвердження тарифів на перевезення залізничним транспортом вантажів транзитом через територію України»; Постанова Кабінету Міністрів України «Про забезпечення прозорості державної тарифної політики щодо перевезення вантажів залізничним транспортом у межах України»; Порядок перегляду тарифів на перевезення пасажирів залізничним транспортом; Порядок перегляду тарифів на перевезення вантажів залізничним транспортом; Порядок розрахунку обсягів компенсаційних виплат за пільгові перевезення залізничним транспортом окремих категорій громадян; Постанова Кабінету Міністрів України «Про встановлення пільгового тарифу на перевезення дітей залізничним транспортом»; Постанова Кабінету Міністрів України «Про знаки розрізнення і формений одяг працівників залізничного транспорту»; Положення про порядок проведення атестації керівних, інженерно-технічних працівників та інших спеціалістів підприємств і організацій залізничного транспорту України; Програма забезпечення житлом працівників залізничного транспорту; Норми безоплатної видачі спеціального одягу, спеціального взуття та інших засобів індивідуального захисту працівникам залізничного транспорту; Порядок проведення медичних оглядів працівників певних категорій залізничного транспорту, метрополітенів та підприємств міжгалузевого промислового залізничного транспорту України; Правила безпеки для працівників залізничного транспорту на електрифікованих лініях; Правила з охорони праці під час ремонту та експлуатації будівель і споруд залізничного транспорту; Правила охорони праці під час виконання навантажувально-розвантажувальних робіт на залізничному транспорті; Положення про систему управління безпекою руху поїздів у Державній адміністрації залізничного транспорту України; Технічний регламент безпеки рухомого складу залізничного

транспорт; Технічний регламент безпеки інфраструктури залізничного транспорту; Правила пожежної безпеки на залізничному транспорті; Інструкція зі службового розслідування, обліку пожеж та наслідків від них на залізничному транспорті; Наказ Міністерства транспорту України «Про охорону і супроводження вантажів, що перевозяться залізничним транспортом України»; Правила безпеки та порядок ліквідації наслідків аварійних ситуацій з небезпечними вантажами при перевезенні їх залізничним транспортом; Наказ Міністерства інфраструктури України «Про затвердження Порядку технічного розслідування катастроф, аварій, дорожньо-транспортних пригод, подій на залізничному транспорті»; Положення про класифікацію транспортних подій на залізничному транспорті; Положення про функціональну підсистему запобігання і реагування на загрозу або виникнення надзвичайних ситуацій на залізничному транспорті; Положення про відомчу воєнізовану охорону на залізничному транспорті; Інструкція про порядок взаємодії між органами внутрішніх справ, залізницями України і підприємствами залізничного транспорту під час виявлення крадіжок вантажу та реагування на заяви і повідомлення про такі правопорушення; Порядок оформлення матеріалів про адміністративні правопорушення на залізничному транспорті; Порядок взаємодії підрозділів відомчої воєнізованої охорони на залізничному транспорті та лінійних підрозділів транспортної міліції; Інструкція про взаємодію посадових осіб митних органів, що здійснюють митні процедури з товарами (вантажами), переміщуваними залізничними вантажними поїздами, і працівників залізниць України; Інструкція про взаємодію посадових осіб митних органів, що здійснюють митні процедури з багажем і вантажобагажем, переміщуваними в багажних вагонах, і працівників залізниць України [8].

Повітряний транспорт. Діяльність суб'єктів повітряного транспорту України регламентується нормами таких нормативно-правових актів: Конвенції про міжнародну цивільну авіацію; Конвенції для уніфікації деяких правил, що стосуються міжнародних повітряних перевезень; Конвенції про боротьбу з незаконними актами по відношенню до міжнародної цивільної авіації; Декларації глобальних принципів лібералізації міжнародного повітряного транспорту; Угоди про цивільну авіацію та про використання повітряного простору; Повітряного кодексу України; Положення про використання повітряного простору України; Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з перевезення пасажирів, небезпечних вантажів та небезпечних відходів повітряним транспортом; Закону України «Про Державну програму авіаційної безпеки цивільної авіації»; Указу Президента України «Про заходи щодо забезпечення розвитку цивільної авіації України»; Указу Президента України «Про заходи щодо забезпечення безпеки повітряного транспорту України»; Порядку обліку та звіту регулярності польотів повітряних суден цивільної авіації України; Положення про передпольотне інформаційне обслуговування на аеродромах цивільної авіації України; Положення про медичний пункт аеровокзалу цивільної авіації України; Інструкції з організації перевезень вантажів повітряним транспортом; Постанови Кабінету Міністрів

України «Про затвердження переліку небезпечних предметів і речовин, заборонених до перевезення повітряним транспортом»; Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку і правил проведення обов'язкового авіаційного страхування цивільної авіації»; Порядку взаємодії Державної авіаційної служби з правоохоронними органами з питань забезпечення безпеки цивільної авіації; Постанови Кабінету Міністрів України «Про серйозні недоліки в роботі та невідкладні заходи щодо поліпшення діяльності цивільної авіації»; Правил аварійно-рятувального та протипожежного забезпечення польотів у цивільній авіації України; Положення про службу аварійно-рятувального та протипожежного забезпечення підприємства цивільної авіації України; Постанови Кабінету Міністрів України «Про утворення Національного бюро з розслідування авіаційних подій та інцидентів з цивільними повітряними суднами»; Постанови Кабінету Міністрів України «Про утворення Міжвідомчої комісії з авіаційної безпеки цивільної авіації»; Правил проведення службового розслідування актів незаконного втручання в діяльність цивільної авіації; Інструкції з організації та здійснення об'єктивного контролю при обслуговуванні повітряного руху та виробничій діяльності цивільної авіації України; Правил організації і проведення наземних та льотних перевірок наземних засобів радіотехнічного забезпечення польотів, авіаційного електрозв'язку та світлосигнального обладнання аеродромів цивільної авіації України; Правил реєстрації цивільних повітряних суден в Україні; Правил сертифікації наземних засобів радіотехнічного забезпечення в цивільній авіації України; Сертифікаційних вимог до наземних засобів радіотехнічного забезпечення в цивільній авіації України; Правил технічної експлуатації наземних засобів радіотехнічного забезпечення в цивільній авіації України; Правил реєстрації цивільних аеродромів України; Постанови Кабінету Міністрів України «Про порядок повітряного сполучення через державний кордон України»; Порядку виконання митних формальностей на повітряному транспорті; Правил визначення робочого часу та часу відпочинку екіпажів повітряних суден цивільної авіації України; Порядку накладення і стягнення штрафів за порушення вимог законодавства на повітряному транспорті [8].

Морський і річковий транспорт. Проведення діяльності з перевезення пасажирів і вантажів із використанням водним шляхів здійснюється в Україні у відповідності до норм: Міжнародної конвенції з охорони людського життя на морі; Кодексу торговельного мореплавства України; Водного кодексу України; Стратегії імплементації положень директив та регламентів Європейського Союзу у сфері міжнародного морського та внутрішнього водного транспорту («дорожньої карти»); Розпорядження Кабінету Міністрів України «Деякі питання функціонування морського та річкового транспорту»; Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з перевезення пасажирів, небезпечних вантажів та небезпечних відходів річковим, морським транспортом; Закону України «Про морські порти України»; Положення про Регістр судноплавства України; Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження критеріїв, за якими оцінюється ступінь ризику від провадження

господарської діяльності у сферах перевезення пасажирів, небезпечних вантажів, небезпечних відходів морським і річковим транспортом та безпеки на морському та річковому транспорті (крім сфери безпеки мореплавства суден флоту рибної промисловості) та визначається періодичність проведення планових заходів державного нагляду (контролю) Державною службою морського та річкового транспорту»; Постанови Кабінету Міністрів України «Про утворення Державної служби морського та річкового транспорту України»; Постанови Кабінету Міністрів України «Про заходи щодо підвищення рівня безпеки на морському та річковому транспорті»; Постанови Кабінету Міністрів України «Про вдосконалення технічного, класифікаційного і судноплавного нагляду на морському і річковому транспорті»; Положення про систему управління безпекою судноплавства на морському і річковому транспорті; Правил оформлення вантажних перевізних документів на перевезення морським транспортом; Порядку визначення обсягів продукції (робіт, послуг) у порівнянних цінах на підприємствах морського та річкового транспорту; Положення про робочий час та час відпочинку плаваючого складу морського і річкового транспорту України; Порядку і норм видачі, терміни і правила носіння предметів форменого одягу та знаків розрізнення працівниками морського і річкового транспорту; Положення про морських лоцманів; Положення про державних річкових лоцманів; Положення про порядок підготовки та подання інформації про вантаж для його безпечного морського перевезення; Правил безпечної експлуатації баз для стоянки маломірних (малих) суден; Положення про функціональну підсистему запобігання і реагування на загрозу або виникнення надзвичайних ситуацій на морському і річковому транспорті в акваторії морських портів, організації пошуково-рятувальних робіт в акваторії Чорного та Азовського морів; Положення про відомчу пожежну охорону об'єктів морського і річкового транспорту України; Порядку оформлення матеріалів про адміністративні правопорушення на морському та річковому транспорті; Порядку виконання митних формальностей на морському та річковому транспорті [8].

Міський електричний транспорт. Експлуатація міського електричного транспорту в Україні здійснюється у відповідності до Закону України «Про міський електричний транспорт», Правил надання населенню послуг з перевезень міським електротранспортом, Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження критеріїв, за якими оцінюється ступінь ризику від провадження господарської діяльності у сфері міського електричного транспорту (трамвай, тролейбус) та визначається періодичність проведення планових заходів державного нагляду (контролю) Державною службою з безпеки на транспорті», Порядку формування тарифів на послуги міського електричного транспорту (трамвай, тролейбус), Порядку формування тарифів на послуги міського електричного транспорту (метрополітену), Правил охорони праці на міському електричному транспорті, Положення про порядок службового розслідування дорожньо-транспортних пригод на міському електротранспорті [8]. *Трубопровідний транспорт.* Функціонування

трубопровідного транспорту в Україні головним чином регламентується: Законом України «Про трубопровідний транспорт»; Постановою Кабінету Міністрів України «Про плату за транзит нафти, газу та аміаку трубопровідним транспортом через територію України»; Наказом Міністерства фінансів України «Про митні формальності на трубопровідному транспорті та лініях електропередачі»; Інструкцією про порядок взаємодії посадових осіб митних органів і відповідальних осіб структурних підрозділів газотранспортної системи при здійсненні митного контролю природного газу, переміщуваного через митний кордон України трубопровідним транспортом [8].

Висновки з проведеного дослідження. Виявлена із застосуванням пошукової системи «Законодавство України» численність і типовість нормативно-правових актів, що регламентують розвиток суб'єктів автомобільного транспорту, дорожнього господарства, залізничного транспорту, повітряного транспорту, морського та річкового транспорту, міського електричного транспорту та трубопровідного транспорту актуалізують необхідність їх уніфікації, консолідації та кодифікації у вигляді Транспортного кодексу України як основи законодавчого забезпечення розвитку транспортної інфраструктури України. Транспортний кодекс України має стати стійким нормативним підґрунтям для забезпечення стратегічного розвитку транспортної інфраструктури країни. Також передбачається тактична інтенсифікація розвитку транспортної інфраструктури України через періодичне прийняття строкових програмних документів на кшталт наразі чинної Національної транспортної стратегії України на період до 2030 року, аналіз структури та змісту якої складає перспективи подальших досліджень.

Перелік посилань

1. Україна посідає 87-е місце у світі за рівнем розвитку транспортної інфраструктури – Global Competitiveness Index. URL: <https://gordonua.com/ukr/news/money/ukrajina-zajmaje-87-e-mistse-v-sviti-za-rivnem-rozvitku-transportnoji-infrastrukturi-global-competitiveness-index-249272.html> (дата звернення : 15.09.2019).

2. Транспортна інфраструктура: світло у кінці тунелю. URL: <https://forumkyiv.org/uk/analytics/transportna-infrastruktura:-svitlo-u-kinci-tunelyu> (дата звернення : 15.09.2019).

3. Ляшенко О. Нормативно-правове регулювання в механізмі державного управління транспортної інфраструктури. *Теоретичні та прикладні питання державотворення*. 2013. Вип. 12. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/tppd_2013_12_9 (дата звернення : 17.09.2019).

4. Дульфан С.Б. Нормативно-правове забезпечення розвитку транспортної інфраструктури міст. *Держава та регіони. Серія: Державне управління*. 2014. № 3. С. 79-85.

5. Про затвердження Авіаційних правил України, Частина 47 «Правила реєстрації цивільних повітряних суден в Україні»: Наказ Державної авіаційної служби України від 5 лютого 2019 року № 153. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0240-19> (дата звернення : 18.09.2019).

6. Про визнання такими, що втратили чинність, деяких наказів Міністерства транспорту та зв'язку України та Міністерства інфраструктури України: Наказ Міністерства інфраструктури України від 13 серпня 2015 року № 310. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1039-15> (дата звернення : 18.09.2019).

7. Про схвалення Національної транспортної стратегії України на період до 2030 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 30 травня 2018 року № 430-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2018-p> (дата звернення : 18.09.2019).

8. Законодавство України: пошукова система. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws> (дата звернення : 19.09.2019).

References

1. Ukraine ranks 87th place in the world in terms of the transport infrastructure development – Global Competitiveness Index [Ukraina posidaie 87-e mistse u sviti za rivnem rozvytku transportnoi infrastruktury – Global Competitiveness Index], available at: <https://gordonua.com/ukr/news/money/ukrajina-zajmaie-87-e-mistse-v-sviti-za-rivnem-rozvytku-transportnoji-infrastrukturi-global-competitiveness-index-249272.html> (last accessed 15.09.2019).

2. Transport infrastructure: light at the end of tunnel [Transportna infrastruktura: svitlo u kintsi tuneliu], available at: <https://forumkyiv.org/uk/analytics/transportna-infrastruktura:-svitlo-u-kinci-tunelyu> (last accessed 15.09.2019).

3. Liashenko, O. (2013), Legal regulation in the mechanism of the state management of transport infrastructure [Normatyvno-pravove rehuliuвання v mekhanizmi derzhavnoho upravlinnia transportnoi infrastruktury]. *Theoretical and applied issues of the state formation*, Issue 12, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/tppd_2013_12_9 (last accessed 17.09.2019).

4. Dulfan, S.B. (2014), Legal support for the development of the urban transport infrastructure [Normatyvno-pravove zabezpechennia rozvytku transportnoi infrastruktury mist]. *State and regions. Series: Public administration*, No 3. P. 79-85.

5. On approval of the Aviation Rules of Ukraine, Part 47 «Rules of registration of the civil aircraft in Ukraine»: Order of the State aviation service of Ukraine of February 5, 2019 No 153 [Pro zatverdzhennia Aviatsiinykh pravyl Ukrainy, Chastyna 47 «Pravyla reiestratsii tsyvilnykh povitrianykh suden v Ukraini»: Nakaz Derzhavnoi aviatsiinoi sluzhby Ukrainy vid 5 liutoho 2019 roku No 153], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0240-19> (last accessed 18.09.2019).

6. On the declaration of expiration of certain orders of the Ministry of transport and communications of Ukraine and the Ministry of infrastructure of Ukraine: Order of the Ministry of infrastructure of Ukraine of August 13, 2015 No 310 [Pro vyznannia takymy, shcho vtratylы chynnist, deiakykh nakaziv Ministerstva transportu ta zviazku Ukrainy ta Ministerstva infrastruktury Ukrainy: Nakaz Ministerstva infrastruktury Ukrainy vid 13 serpnia 2015 roku No 310], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1039-15> (last accessed 18.09.2019).

7. On approval of the National transport strategy of Ukraine until 2030: Ordinance of the Cabinet of Ministers of Ukraine of May 30, 2018 No 430-r [Pro skhvalennia Natsionalnoi transportnoi stratehii Ukrainy na period do 2030 roku: Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 30 travnia 2018 roku No 430-r], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2018-p> (last accessed 18.09.2019).

8. The legislation of Ukraine: search system [Zakonodavstvo Ukrainy: poshukova systema], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws> (last accessed 19.09.2019).

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 346.7:656; JEL Classification: L 98

Дмитрієва О.І. ЗАКОНОДАВЧЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ

Мета: ідентифікація чинного законодавчого підґрунтя розвитку транспортної інфраструктури України. **Методика дослідження:** метод аналізу та синтезу, системний підхід, порівняльний аналіз. **Результати:** із застосуванням пошукової системи «Законодавство України» виявлено чинні акти органів законодавчої та виконавчої влади, нормами яких наразі регламентується розвиток транспортної інфраструктури України як в цілому, так і за такими її елементами як «автомобільний транспорт», «дорожнє господарство», «залізничний транспорт», «повітряний транспорт», «морський і річковий транспорт», «міський електричний транспорт» і «трубопровідний транспорт». **Наукова новизна:** численність і типовість нормативно-правових актів, що регламентують розвиток елементів транспортної інфраструктури України, актуалізують необхідність їх уніфікації, консолідації та кодифікації у вигляді Транспортного кодексу України як стійкого законодавчого підґрунтя для забезпечення стратегічного розвитку транспортної інфраструктури країни. Забезпечення тактичної інтенсифікації розвитку транспортної інфраструктури України передбачається через періодичне прийняття строкових програмних документів на кшталт наразі чинної Національної транспортної стратегії України на період до 2030 року, аналіз структури та змісту якої складає перспективи подальших досліджень. **Практична значущість:** надані рекомендації з удосконалення законодавчого забезпечення розвитку транспортної інфраструктури України складають інтерес для органів державної влади, до відання яких належить регулювання розвитку автомобільного транспорту, дорожнього господарства, залізничного транспорту, повітряного транспорту, морського та річкового транспорту, міського електричного транспорту та трубопровідного транспорту.

Ключові слова: транспортна інфраструктура; законодавча база; автомобільний транспорт; дорожнє господарство; залізничний транспорт; повітряний транспорт; морський і річковий транспорт; міський електричний транспорт; трубопровідний транспорт.

УДК 346.7:656; JEL Classification: L 98

Дмитриева О.И. ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ УКРАИНЫ

Цель: идентификация действующей законодательной базы развития транспортной инфраструктуры Украины. **Методика исследования:** метод анализа и синтеза, системный подход, сравнительный анализ. **Результаты:** с применением поисковой системы «Законодательство Украины» выявлено действующие акты органов законодательной и исполнительной власти, нормами которых сейчас регламентируется развитие транспортной инфраструктуры Украины как в целом, так и по таким ее элементами как «автомобильный транспорт», «дорожное хозяйство», «железнодорожный транспорт», «воздушный транспорт», «морской и речной транспорт», «городской электрический транспорт» и «трубопроводный транспорт». **Научная новизна:** многочисленность и типичность нормативно-правовых актов, регламентирующих развитие элементов транспортной инфраструктуры Украины, актуализируют необходимость их унификации, консолидации и кодификации в виде Транспортного кодекса Украины как устойчивой законодательной основы для обеспечения стратегического развития транспортной инфраструктуры страны. Обеспечение тактической интенсификации развития транспортной инфраструктуры Украины предусматривается через периодическое принятие срочных программных документов по примеру действующей Национальной транспортной стратегии Украины на период до 2030 года, анализ структуры и содержания которой составляет перспективы дальнейших исследований. **Практическая значимость:** разработанные рекомендации по совершенствованию законодательного обеспечения развития транспортной инфраструктуры Украины составляют интерес для органов государственной власти, к ведению которых относится регулирование развития автомобильного транспорта, дорожного хозяйства, железнодорожного транспорта, воздушного транспорта, морского и речного транспорта, городского электрического транспорта и трубопроводного транспорта.

Ключевые слова: транспортная инфраструктура; законодательная база; автомобильный транспорт; дорожное хозяйство; железнодорожный транспорт; воздушный транспорт; морской и речной транспорт; городской электрический транспорт; трубопроводный транспорт.

UDC 346.7:656; JEL Classification: L 98

Dmytriieva O. LEGISLATIVE SUPPORT OF THE TRANSPORT
INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT OF UKRAINE

Purpose: identification of the current legislative support of the transport infrastructure development of Ukraine. **Methodology of research:** method of analysis and synthesis, systematic approach, comparative analysis. **Findings:** the use of search system “The legislation of Ukraine” revealed the valid acts of the legislative and executive bodies, which is currently regulating the transport infrastructure development of Ukraine as a whole, as well as in such elements as “road transport”,

“highways”, “railways”, “air transport”, “sea and river transport”, “urban electric transport”, “pipeline transport”. **Originality:** the multiplicity and typicality of the legal acts regulating the development of the elements of the transport infrastructure of Ukraine actualize the need for their unification, consolidation and codification in the form of the Transport code of Ukraine as a stable legislative basis for ensuring the strategic development of the transport infrastructure of the country. Support of the tactical intensification of the development of the transport infrastructure of Ukraine is envisaged through the periodic adoption of the urgent programmatic documents such as the current National transport strategy of Ukraine for the period until 2030, the analysis of the structure and content of which provides the prospects for the further researches. **Practical value:** recommendations given to improve the legislative support for the development of the transport infrastructure of Ukraine are of interest to the public authorities, which are responsible for regulating the development of road transport, highways, railways, air transport, sea and river transport, urban electric transport and pipeline transport.

Key words: transport infrastructure; legislative framework; road transport; highways; railways; air transport; sea and river transport; urban electric transport; pipeline transport.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Дмитрієва Оксана Іллівна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри управління та адміністрування, м. Харків, Україна; e-mail: oksanahnadu@gmail.com; ORCID ID: 0000-0001-9314-350X. Моб. (063) 353-79-98.

Дмитриева Оксана Ильинична – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры управления и администрирования, г. Харьков, Украина.

Dmytriieva Oksana – PhD (Economics), Associate Professor, Kharkiv National Automobile and Highway University, Associate Professor of the Department of Management and Administration, Kharkiv, Ukraine.

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Кирчата І. М., канд. екон. наук, доцент

Шершенюк О. М., канд. екон. наук, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Постановка проблеми. Інтеграція українського бізнесу в глобальний економічний простір передбачає відповідність ділової практики вітчизняних підприємств міжнародним вимогам, стандартам, що в значній мірі по-новому ставить проблему підвищення рівня їх конкурентоспроможності, яка в основному розглядається як сукупність економічних і фінансових результатів. Загострення глобальної конкуренції вимагає вдосконалювати існуючі форми ведення бізнесу, щоденно використовувати нові ефективні інструменти управління та розробляти нові механізми взаємовідносин «влада-бізнес-суспільство». Широко розповсюджені традиційні методи формування конкурентних переваг вже себе майже вичерпали та потребують нового інструментарію, який включає «соціально-орієнтований компонент» та інтенсифікує партнерські відносини між владою, бізнесом і суспільством, і як наслідок, забезпечує довгострокові взаємовідносини зі споживачами, залучає найкращі кадри, сприяє державній підтримці та формуванню конкурентної стійкості. Сучасний менеджмент в якості одного з таких інструментів вбачає корпоративну соціальну відповідальність, основні принципи якої передбачають обов'язкову участь бізнес-представників в розвитку суспільства та відповідальність останніх за вирішення соціальних та екологічних проблем, реалізацію освітніх програм, охорони праці та ін. Тобто в зону відповідальності потрапляють нові фактори неекономічного характеру, розширюється аспект соціальної значущості, а соціальний прогрес активно розвивається не тільки в соціології, але й в економічній науці.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Сьогодні суспільна увага та сподівання багатьох країн спрямовані на корпоративну соціальну відповідальність, а тому взаємини бізнесу і влади активно обговорюються щодо механізмів регулювання та можливості громадського контролю на засадах прозорості та відкритості.

У світовій науці, зокрема в дослідженнях практики взаємовідносин влади, бізнесу та суспільства, заслуговують на увагу праці зарубіжних науковців: М. Альберта, Ф. Котлера, Х. Боуена, А. Керолла, М. Месконі, Дж. Ленсена, Л. Нельсона, М. Портер, С. Холмса, М. Фрідман.

Зважаючи на те, що в Україні відносно недавно почали приділяти увагу даному питанню і вітчизняна наука знаходиться в активному розвитку, слід вказати на вагомий внесок таких вітчизняних дослідників означеного напрямку – Н. Бібік, П. Бурковський, О.Березіна, О.Буян, Л. Верховодова, А. Гальчинського, А. Зінченко, Ю. Саєнко, М. Саприкіна, В. Попович, І. Акімова, О. Осінкіна, В. Мазуренко та ін., які сформували власне бачення корпоративної

соціальної відповідальності підприємств враховуючи особливості економічного, політичного, культурного та соціального середовища нашої держави [1-5] . Серед безлічі дефініцій соціальної відповідальності загальноприйнятим вважається визначення, яке дає Міжнародний стандарт ISO 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності» (2010 р.). У цьому документі соціальна відповідальність характеризується як «відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності на суспільство і навколишнє середовище через прозору і етичну поведінку, яка: сприяє сталому розвитку, включаючи здоров'я і добробут суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає законодавству та узгоджено з міжнародними нормами поведінки; введено в усій організації [6].

Узагальнені підходи до трактування сутнісної характеристики поняття «соціальна відповідальність» наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Трактування поняття «соціальна відповідальність» [7]

Автор	Характеристика визначення
Законодавство Європейського союзу»	Концепція залучення соціальних і екологічних аспектів у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між різними зацікавленими сторонами (групами впливу)
Міжнародний форум лідерів бізнесу (IBLF)	Сприяння відповідальній діловій практиці, яка дає вигоду бізнесу та суспільству й допомагає досягти соціального, економічного та екологічно усталеного розвитку через максимальне збільшення позитивного впливу бізнесу на суспільство з одночасною мінімізацією його негативного впливу
Р. Акерман	Здатність нагромаджувати ділову репутацію до такої міри, яка в кінцевому рахунку лишає підприємство можливості ефективно функціонувати у своїй традиційній ролі постачальника товарів і послуг
Л. Білецька	Обов'язок особи оцінити власні наміри та здійснювати вибір поведінки відповідно до норм, що відображають інтереси суспільного розвитку, а у випадку порушення їх — обов'язок звітувати перед суспільством і нести покарання
Г. Боуен	Соціальна відповідальність бізнесмена полягає в реалізації такої політики, прийнятті таких рішень або додержанні такої лінії поведінки, які були б бажані для цілей і цінностей суспільства
К. Девіс	Довгостроковий економічний ефект, який часто постає лише своєрідною раціоналізацією рішень, прийнятих за неекономічних причин
А. Керролл	Економічні, правові, етичні та дискреційні очікування, які покладає суспільство на організації в окремий період часу
О.Плахотний	Поєднання двох форм (видів) відповідальності: відповідальність як реакція суспільства на поведінку індивіда (суспільна відповідальність); відповідальність як система відповідей індивіда на вимоги суспільства (особиста відповідальність)
І. Савченко	Форма регуляції соціальної поведінки, що має дихотомічний характер та означає сумлінне, відповідальне ставлення громадянина, посадової особи, органу державної влади до своєї діяльності (поведінки)
М. Семякін	Обов'язок індивіда виконувати відповідні політичні, юридичні та моральні вимоги, які встановлюються суспільством, державою чи колективом
Р. Хачатуров	Дотримання суб'єктами суспільних відносин вимог соціальних норм, а у випадках безвідповідальної поведінки, що не відповідає вимогам норм чи порушує суспільний порядок, вони зобов'язані нести доповнюючий обов'язок особистого чи майнового характеру

Невирішені складові загальної проблеми. Сьогодні соціальна відповідальність в своїй еволюції проходить ряд етапів розвитку та постає інноваційним вектором в діяльності бізнесу України, а тому вивчення і пошук

шляхів вирішення проблем взаємодії влади, бізнесу і суспільства ставить проблему забезпечення конкурентоспроможності підприємства на якісно новий рівень. Наразі назріла потреба повної інтеграції соціальної відповідальності в діяльність господарських суб'єктів, при цьому впровадження її принципів в практику вітчизняних підприємств має розширювати спектр можливостей для формування довгострокових конкурентних переваг в умовах становлення нової техніко-економічної парадигми, яка враховує мінливі основи економічного розвитку та напруженість конкуренції.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження сутності, визначення концептуального змісту та обґрунтування необхідності впровадження соціальної відповідальності в систему стратегічного управління підприємством як необхідної передумови забезпечення його конкурентної стійкості в сучасних умовах.

Викладення основного матеріалу дослідження. Сталий розвиток і довгострокова конкурентна стійкість соціально відповідальних підприємств забезпечується якістю управління, обізнаністю вищого керівництва і прийняттям управлінських рішень на основі принципів корпоративної соціальної відповідальності і імплементації цих технологій у стратегічний розвиток підприємств. Активна реалізація перспективних соціальних проєктів, проведення ефективних соціальних заходів забезпечують розбудову держави, сприяють добробуту і підвищенню якості життя населення України [8].

Аналіз останніх років діяльності вітчизняних компаній констатує підвищений суспільний інтерес до оцінки корпоративної соціальної відповідальності останніх, обумовлений впливом глобалізації бізнес-процесів. Переважна більшість вітчизняних компаній, які виходять на міжнародні ринки підкреслює, що діяльність в області корпоративної соціальної відповідальності є критично важливим елементом стратегічного управління, а чинні на глобальному рівні підвищені стандарти соціальної відповідальності господарюючих суб'єктів показують наскільки корпоративна соціальна відповідальність може бути успішною і прибутковою в довгостроковій перспективі.

Розвиток стратегічного підходу до корпоративної соціальної відповідальності в даний час є загальносвітовою тенденцією, що векторно спрямована на отримання довгострокових конкурентних переваг, створення цінності для бізнесу та суспільства як результату взаємодії зацікавлених сторін.

Сьогодні в діловому співтоваристві склалася стабільна група компаній, які реалізують принципи і інтегрують соціальну відповідальність, як підсистему управління в систему стратегічного управління, керуючись міжнародними вимогами і стандартами, використовуючи при цьому соціальні інвестиції як критерій ефективності.

Соціальна відповідальність (СВ) передбачає необхідність сучасної концепції, що заохочує компанії враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив своєї діяльності на споживачів, стейкохолдерів,

працівників, громади та навколишнє середовище в усіх аспектах своєї діяльності. СВ передбачає відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів, а також гармонійне співіснування взаємодії та постійний діалог із суспільством, участь у вирішенні найгостріших соціальних проблем [9].

Впровадження та дотримання принципів соціальної відповідальності в діяльності компаній є як соціальною, так і економічно обґрунтованою необхідністю, що дозволяє досягати наступних результатів:

Покращення результатів комерційної діяльності через підвищення продуктивності праці і ефективності виробництва, активізації інноваційної діяльності, удосконалення системи управління фінансовими і нефінансовими ризиками та ін.

Підвищення рівня репутації та іміджу компанії. Репутація обумовлена такими нематеріальними активами, як надійність, довіра, якість, добропорядні відносини і прозорість. В результаті реалізації соціально значущих програм до компаній істотно підвищується довіра і формується позитивна думка серед цільової аудиторії, що призводить до розширення частки ринку, збільшення лояльності існуючих і залучення нових споживачів продукції.

Зміцнення ділових відносин із партнерами по бізнесу. Все частіше ділові взаємовідносини будуються на довгостроковому ґрунті з соціально успішними компаніями. Як наслідок, відбувається розширення можливостей укладення більш вигідних контрактів з діловими партнерами та постачальниками ресурсів.

Забезпечення стійких партнерських відносин з регіональними органами, місцевими громадами, профспілками, громадськими інститутами, ЗМІ, шляхом впровадження кращих практик, які демонструють високу громадянську і соціальну відповідальність перед державою і суспільством.

Сприяння підвищенню можливостей щодо залучення і утримання кваліфікованих кадрів в умовах їх гострого дефіциту. Соціальна відповідальність є важливим фактором мотивації співробітників і залучення висококваліфікованих фахівців. В результаті реалізації внутрішньої соціальної відповідальності відбувається поліпшення людських відносин і продуктивності працівників, значно зростає рівень компетентності та професіоналізму співробітників компанії, підвищується продуктивність праці.

Формування навколо підприємства зони соціального благополуччя через соціальні проекти, які надалі все більше привертають увагу засобів масової інформації. Правильно побудована стратегія щодо реалізації таких проектів і висвітлення їх перед спільнотою, може виступити як досить вагома підтримка бізнесу і принести більший економічний і комунікаційний ефект, ніж стандартні загальнонавживані заходи [10-12].

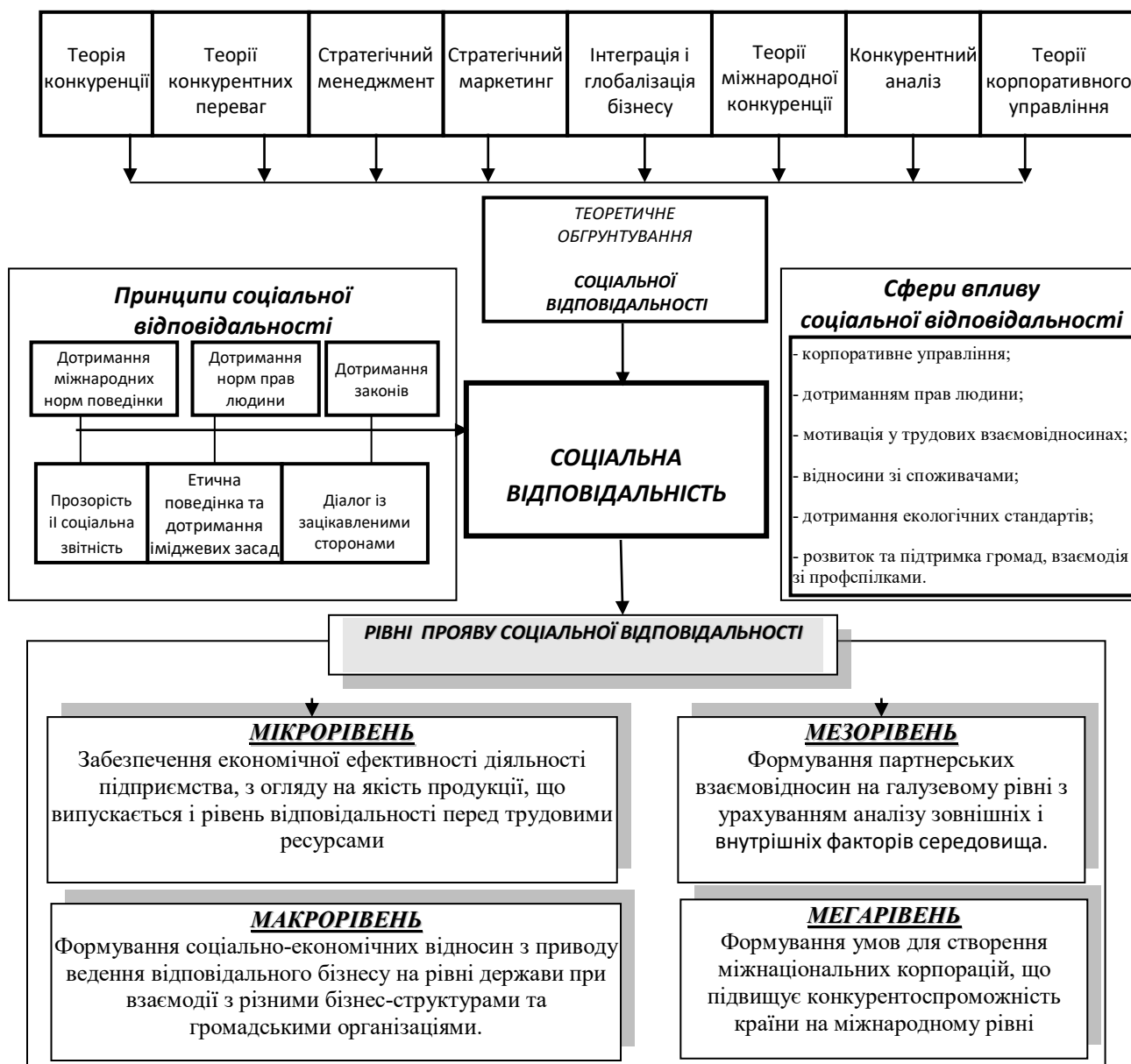


Рис. 1. Основні аспекти соціальної відповідальності як категорії

Висновки з проведеного дослідження. Виступаючи своєрідним інноваційним вектором розвитку вітчизняних підприємств соціальна відповідальність, будучи системою прояву взаємозв'язків зацікавлених сторін, повинна бути інтегрована в усі сфери діяльності компанії, стати її філософією і, в кінцевому рахунку, органічно і обґрунтовано вписатися в довгострокову стратегію задля забезпечення конкурентоспроможності в подальшій перспективі.

Перелік посилань

1. Бібік Н. В. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. *Технічний прогрес і ефективність виробництва*. 2012. № 14. С. 9-16.
2. Березіна О. Ю. Кількісна оцінка соціальної відповідальності корпорацій. *Вісник Української академії банківської справи*. 2012. № 1(32). С. 97–101.

3. Буян О. Я. Підходи до оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальності підприємств в Україні. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка»*. 2012. Вип. 6 (2). С. 159–165.

4. Зінченко А. Г. Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010 : стан та перспективи розвитку. Київ, 2010. 56 с.

5. Саєнко Ю. Сучасний стан, проблеми та тенденції соціально-трудових відносин в Україні: спроба соціального конструювання /відп. ред. Ю. І. Саєнко. Київ, 2003. 362 с.

6. Международный стандарт ISO26000:2010, Руководство по социальной ответственности. URL:http://www.iso.org/iso/ru/catalogue_detail?csnumber=42546

7. Лупак Р. Л. Соціальна відповідальність як складова забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Соціально-трудові відносини: теорія та практика*. 2016. № 2. С. 98-103.

8. Власова К. В. Корпоративна соціальна відповідальність – основа інноваційного розвитку підприємств АПК України. *Економічний аналіз*. Тернопіль, 2018. Том 28. № 3. С. 247-251.

9. Шутаєва О. О. Соціальна відповідальність в досягненні конкурентоспроможності підприємства. *Культура народів Причорномор'я*. 2014. № 273. С. 73-78. <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/93113>

10. Гончаров С. Ф., Кричевский Н. А. Корпоративная социальная ответственность. Москва, 2006. 195 с.

11. Романова О. А. Формирование конкурентных стратегий промышленных предприятий с позиции корпоративной социальной ответственности. *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. 2017. Т. 10. № 6. С. 138–152. DOI: 10.15838/esc.2017.6.54.9

12. Мазуренко В. П. Сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності у міжнародному бізнесі. *Ефективна економіка*. 2012. № 6. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2012_6_17.

13. Морозова И. А., Кабанов В. А., Решетникова И. И., Шаховская Л. С. Государственно-частное партнерство: социально-экономический эффект взаимодействия в рыночной экономике : монография. Волгоград, 2012. 210 с.

References

1. Bibik, N. V. (2012), “Corporate Social Responsibility in Ukraine: Current State and Prospects for Development” [“Korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist' v Ukrayini: suchasnyy stan ta perspektyvy rozvytku”]. *Technical progress and production efficiency*, № 14. P. 9-16.

2. Berezina, O. U. (2012), “Quantitative assessment of corporate social responsibility” [“Kil'kisna ocinka social'noï vidpovidal'nosti kor-poracij”]. *Visnik Ukrain's'koï akademii bankivs'koï spravi [Bulletin of the Ukrainian Academy of Banking]*, 1(32), P.97-101.

3. Buyan, O. Ya. (2012), “Approaches to the assessment of the effectiveness of corporate social responsibility in Ukraine” [“Pidhodi do ocinki efektyvnosti korporativnoï social'noï vidpovidal'nosti pidpriemstv v Ukraïni”], *Visnik Dnipropetrovs'kogo universitetu. Seriya «Ekononika»*, №6 (2), P.159-165.

4. Zinchenko, A. G. (2010), *Corporate Social Responsibility 2005-2010: Status and Prospects for Development* [Korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist' 2005-2010 : stan ta perspektyvy rozvytku], Kyiv, 56 p.
5. Sayenko, Yu. (2003), Current status, problems and tendencies of social-labor relations in Ukraine: attempt of social construction / answer. ed. Yu. I. Sayenko [Suchasnyy stan, problemy ta tendentsiyi sotsial'no-trudovykh vidnosyn v Ukrayini: sproba sotsial'noho konstruyuvannya /vidp. red. YU. I. Sayenko], Kyiv, 362 p.
6. International Standard ISO 26000: 2010, A Guide to Social Responsibility [Mezhdunarodnyj stan-dart ISO26000:2010, Rukovodstvo po social'noj otvetstvennosti], URL: http://www.iso.org/iso/ru/catalogue_detail?csnumber=42546
7. Lupak, R. L. (2016), "Social responsibility as a component of ensuring the competitiveness of an enterprise" ["Sotsial'na vidpovidal'nist' yak skladova zabezpechennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva"]. *Social-labor relations: theory and practice*, No. 2. P. 98-103.
8. Vlasova, K. V. (2018), "Corporate Social Responsibility - the basis of innovative development of agricultural enterprises of Ukraine" ["Korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist' – osnova innovatsiynoho rozvytku pidpryyemstv APK Ukrayiny"]. *Economic analysis*. Ternopil. Volume 28, No. 3. P. 247-251.
9. Shutaieva, O. O. (2014), "Social responsibility in achieving the competitiveness of the enterprise" ["Sotsial'na vidpovidal'nist' v dosyahnenni konkurentospromozhnosti pidpryyemstv"], *Kultura narodov Prychernomoria*, vol. 273, P. 73-78.
10. Goncharov, S.F., Krichevsky, N.A. (2006), *Corporate Social Responsibility* [Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost'], Moscow, 195 p.
11. Romanova O. A., Berg D. B., Matveeva Ya. A. (2017), "Creating Competitive Strategies of Industrial Enterprises from the Standpoint of Corporate Social Responsibility" ["Formation of competitive strategies of industrial enterprises from the position of corporate social responsibility"]. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, vol. 10, no. 6, P. 138–152. DOI: 10.15838/esc.2017.6.54.9
12. Mazurenko, V. P. (2012), "The Modern Concept of Corporate Social Responsibility in International Business" ["Suchasna kontseptsiya korporativnoyi sotsial'noyi vidpovidal'nosti u mizhnarodnomu biznesi"]. *Effective Economy*, No. 6. Access Mode: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2012_6_17.
13. Morozova, I. A., Kabanov, V. A., Reshetnikova, I. I., Shakhovskaya L. S. (2012), Public private partnership : the socio-economic effect of interaction amid market economy : monograph [Gosudarstvenno-chastnoe partnerstvo: sotsial'no-ekonomicheskii effekt vzaimodeistviya v rynochnoi ekonomike : monografiya], Volgograd, 210 p.

УДК 338.242; JEL Classification M14. КИРЧАТА І.М., ШЕРШЕНЮК О.М. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Мета – дослідження сутності, визначення концептуального змісту та обґрунтування необхідності впровадження соціальної відповідальності в систему стратегічного управління підприємством як необхідної передумови забезпечення його конкурентної стійкості в довгостроковій перспективі. **Методика дослідження.** Теоретичною і методологічною основою є положення економічної теорії, основні закони функціонування ринкової економіки, праці провідних вітчизняних і зарубіжних учених-економістів, в яких розглядається корпоративна соціальна відповідальність, зокрема питання, пов'язані з забезпечення конкурентоспроможності через партнерські відносини між владою, бізнесом і суспільством. Використано методи узагальнення та абстрагування; метод аналізу і синтезу. **Результати.** Соціальна відповідальність в своїй еволюції проходить ряд етапів розвитку та постає інноваційним вектором в діяльності бізнесу України, а тому вивчення і пошук шляхів вирішення проблем взаємодії влади, бізнесу і суспільства ставить проблему забезпечення конкурентоспроможності підприємства на якісно новий рівень. Розвиток стратегічного підходу до соціальної відповідальності в даний час є загальносвітовою тенденцією, що векторно спрямована на отримання довгострокових конкурентних переваг, створення цінності для бізнесу та суспільства як результату взаємодії зацікавлених сторін. Впровадження принципів соціальної відповідальності в повсякденну діяльність підприємств передбачає соціалізацію трудових відносин і обумовлюється процесами економічної інтеграції, важливістю створення позитивного іміджу підприємств в регіонах присутності, отриманням додаткових конкурентних переваг за допомогою проведення соціально відповідальної політики. **Наукова новизна.** В роботі теоретично обґрунтовано доцільність інтеграції соціальної відповідальності в систему стратегічного управління як інструмента забезпечення конкурентоспроможності підприємства, зокрема визначено принципи, сфери впливу та рівні прояву соціальної відповідальності як передумови формування довгострокових конкурентних переваг. **Практична значущість** полягає в тому, що удосконалені теоретичні положення та практичні рекомендації щодо визначення цільової спрямованості соціальної відповідальності підприємства можуть бути використані для розробки та реалізації конкретних стратегічних заходів, спрямованих на формування стійких конкурентних переваг підприємства або використані як інструмент забезпечення інноваційного соціально-економічного розвитку.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність; конкурентоспроможність; конкурентна стійкість; сталий розвиток; соціальні стандарти.

**КИРЧАТА И.Н., ШЕРШЕНЮК Е.Н. СОЦИАЛЬНАЯ
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Цель - исследование сущности, определение концептуальной значимости и обоснование необходимости интеграции социальной ответственности в систему стратегического управления как первичной необходимости обеспечения его конкурентной устойчивости в долгосрочной перспективе.

Методика исследования. Теоретической и методологической основой являются положения экономической теории, основные законы функционирования рыночной экономики, труды ведущих отечественных и зарубежных ученых-экономистов, в которых рассматривается корпоративная социальная ответственность, в частности вопросы, связанные с обеспечением конкурентоспособности через партнерские отношения между властью, бизнесом и обществом. Использованы методы обобщения и абстрагирования; метод анализа и синтеза.

Результаты. Социальная ответственность в своей эволюции проходит ряд этапов развития и выступает инновационным вектором в развитии бизнеса Украины, а поэтому изучение и поиск путей решения проблем взаимодействия власти, бизнеса и общества ставит проблему обеспечения конкурентоспособности предприятия на качественно новый уровень. Развитие стратегического подхода к социальной ответственности в настоящее время является общемировой тенденцией, векторно направленной на получение долгосрочных конкурентных преимуществ, создание ценности для бизнеса и общества как результата взаимодействия заинтересованных сторон. Внедрение принципов социальной ответственности в повседневную деятельность предприятий предусматривает социализацию трудовых отношений и обуславливается процессами экономической интеграции, важности создания положительного имиджа предприятий в регионах присутствия, получением дополнительных конкурентных преимуществ с помощью проведения социально ответственной политики.

Научная новизна. В работе теоретически обоснована целесообразность интеграции социальной ответственности в систему стратегического управления как инструмента обеспечения конкурентоспособности предприятия, в частности определены принципы, сферы влияния и уровни проявления социальной ответственности как предпосылки формирования долгосрочных конкурентных преимуществ.

Практическая значимость. Усовершенствованные теоретические положения и практические рекомендации по определению целевой направленности социальной ответственности предприятия могут быть использованы для разработки и реализации конкретных стратегических мероприятий, направленных на формирование устойчивых конкурентных преимуществ предприятия или использованы как инструмент обеспечения его инновационного социально-экономического развития.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность; конкурентоспособность; конкурентная устойчивость; социальное развитие; социальные стандарты

UDC 338.242; JEL Classification M14

Kirchataya I.N., Shershenyuk E.N. SOCIAL RESPONSIBILITY AS A TOOL FOR ENTERPRISE COMPETITIVENESS ENSURING

Purpose is to study the essence, to determine the conceptual content and justify the need to introduce social responsibility in the strategic management system of the enterprise as a necessary prerequisite for ensuring its competitive sustainability in the long term. **Methodology of research.** The theoretical and methodological basis is the basic of economic theory, the basic laws of the functioning of a market economy, the works of leading domestic and foreign scientists-economists, which deals with corporate social responsibility, in particular issues related to competitiveness through partnerships between the government and business. **Methods** of generalization and abstraction, method of analysis and synthesis were used. **Findings.** Social responsibility in its evolution goes through a number of development stages and emerges as an innovative vector in the business of Ukraine. Therefore the study and search for solutions to the problems of interaction of power, business and society puts the problem of ensuring the enterprise competitiveness to a new level. The development of a strategic approach to social responsibility is a worldwide trend, focused on gaining long-term competitive advantage, creating value for business and society as a result of stakeholder engagement. The implementation of the principles of social responsibility in the daily activities of enterprises involves the socialization of labor relations and is conditioned by the processes of economic integration, the importance of creating a positive image of enterprises in the regions, gaining additional competitive advantages through socially responsible policies. **Originality.** The feasibility of integrating social responsibility into the strategic management system as a tool for ensuring the enterprise competitiveness was theoretically substantiated. The principles, spheres of influence and levels of manifestation of social responsibility as prerequisites for the formation of long-term competitive advantages were defined. **Practical value.** The advanced theoretical provisions and practical recommendations for defining the corporate social responsibility can be used for development and implementation specific strategic measures aimed at creating sustainable competitive advantages of the enterprise or used as a tool for ensuring innovative socio-economic development.

Key words: corporate social responsibility; competitiveness; competitive sustainability; sustainable development; social standards

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Кирчата Ірина Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: kirchatayairina@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0270-1586>. Моб. 0506690096.

Кирчатая Ирина Николаевна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г.Харьков, Украина

Kirchataya Irina Nikolaevna – Candidate of Science (Economics), Associate Professor, Kharkiv National Automobile and Highway University, Associate Professor, Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine

Шершенюк Олена Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: sheralyona@gmail.com; ORCIDID: <https://orcid.org/0000-0002-9959-2725>. Моб. 0501513009

Шершенюк Елена Николаевна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г.Харьков, Украина

Shershenyuk Elena Nikolaevna – Candidate of Science (Economics), Associate Professor, Kharkiv National Automobile and Highway University, Associate Professor, Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine

ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЗВІТУ ПРО УПРАВЛІННЯ

Ковальова Т.В. канд. екон. наук, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Постановка проблеми та її зв'язок із практичними завданнями.

Бухгалтерський облік, як складова системи управління підприємства, забезпечує менеджерів інформацією для його ефективного управління. З іншого боку, інформація, що сформована на підприємстві стає у нагоді стороннім користувачам, на підставі якої вони роблять висновки щодо стану та перспектив його розвитку. Результатом узагальнення інформації на підприємстві є звітність, на підставі якої якраз і роблять ці висновки. Звітність підприємства за 2018р. розширилась завдяки появі нової форми: Звіту про управління. Поява цієї форми викликала серед керівників та бухгалтерів-практиків деякі труднощі щодо організації складання, оскільки, вона вимагає від них уміння не тільки обробляти, вже звиклу для них інформацію, а й працювати дещо в іншому руслі – оцінювати сучасну діяльність підприємства і робити прогнози на майбутнє. Хоча, безумовно, в умовах нестабільної економіки, жорсткої конкуренції та за умов ризиків та невизначеності, цей звіт забезпечить державні органи інформацією, що необхідна для прогнозування розвитку економіки в цілому. Крім того, інформація викладена у звіті дасть можливість управлінцям забезпечити ефективність стратегічного розвитку підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Зараз можна говорити про незначну кількість публікацій за вказаною темою дослідження. Питаннями, які відносяться до Звіту про управління цікавились: Т. Бондар [1], К. Безверхий [2] та В. Пантелєєв [2], А. Хомюк [3]. Ці автори вели мову про структуру звіту, наповнення його складових та порівнювали його із закордонними аналогами, розглядали концептуальні основи консолідованого звіту. К.Безверхий проводить порівняльний аналіз елементів структури інтегрованої звітності та звіту про управління з метою виявлення їх відмінностей і доцільності їх одночасного застосування у вітчизняній практиці звітування [4]. Інша група науковців, у складі:, Ю.Байрактар [5], Р.Мацьків [6], І.Жураковська [7], у своїх роботах звертали увагу на нефінансову звітність, її структуру та особливості складання. С. Рогозний та А.Озеран вказують на термінологічні неузгодженості між різними нормативними актами України. Зокрема, Закон про бух облік передбачає складання звіту про управління, а Закон про цінні папери вимагає складати звіт керівництва як складову частину річної та проміжної інформації про емітента. По суті йдеться про один і той самий звіт, який повинен відображати думку керівництва про стан і розвиток підприємства, але неузгодженість у термінах необхідно усунути якнайшвидше [8]. В.Онищенко [9] вважає, що звіт з управління є не бухгалтерським, на відміну від А. Озеран [10], яка навпаки, вважає цю форму частиною фінансової звітності.

Д.О.Калітенко, говорить про таксономію форм звітності, в тому числі і звіту про управління [11] Розмаїття точок зору щодо цієї форми звіту підтверджують необхідність його детального вивчення, особливо в частині організації складання.

Невирішені складові загальної проблеми. Відомо, що процедура складання фінансової звітності нерозривно пов'язана із системою бухгалтерського обліку, оскільки є завершальною ланкою у технології облікового процесу. Фінансова звітність базується на даних первинного, аналітичного та синтетичного обліку, тоді як для складання звіту про управління, ця інформація не потрібна. Звіт про управління не є складовою фінансової звітності, а отже і формування його дещо інше. Відсутність єдиної концепції формування звіту про управління обумовлена недостатніми дослідженнями окремих положень організаційного характеру, а їх неузгодженістю з методичними аспектами, обмежує якість і прозорість цієї форми. Необхідність розв'язання цих проблем підкреслює актуальність дослідження та націлює на досягнення вищого рівня інформативності та зрозумілості звіту про управління.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є інформаційна репрезентація певних моментів організації складання Звіту про управління задля забезпечення користувачів достовірною інформацією.

Виклад основного матеріалу дослідження. Середовище формування звіту про управління направленні, як правило, на методичну сторону питання, однак, проблема цієї форми звітності, насправді, є багатогранною і торкається не лише методики, а й організації процесу. У кінці 2017 р. Верховною Радою був прийнятий Закон «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» (щодо удосконалення деяких положень)», який і затвердив необхідність складати Звіт з управління - документ, що містить фінансову та нефінансову інформацію, яка характеризує стан і перспективи розвитку підприємства та розкриває основні ризики і невизначеності його діяльності [12]. Таким чином Україна виконала Директиву 2013/34/ЄС і 2014/95/ЄС Європейського Парламенту та Ради. Наприкінці 2018 р. Міністерство фінансів затвердило Методичні рекомендації зі складання цієї форми Звіту [13]. Отже, нормативне підґрунтя для складання Звіту є, але питань щодо його складання не стало менше. Фахівці звикли до затверджених форм звітів, але при складанні цієї форми мова йде про креативність, яку необхідно проявити при його складанні. На думку автора, ефективність складання звіту про управління напряму залежить від вимог щодо цієї форми, оскільки, саме забезпечення вимог можливе при належній організації процесу формування звітності на основі дотримання методики та порядку визначених в обліковій політиці підприємства процедур. Вимоги до цієї форми можна умовно поділити на дві групи: традиційні, а саме: обов'язковістю подання, можливістю порівнювати показники, простотою та ясністю, доречністю інформації, достовірністю та повнотою, доступністю та гласністю, раціональністю, економічністю та своєчасністю подання; так і досить специфічних, як для

звітності вимог. Мова йде, наприклад, про візуальність звіту (візуалізація — це найкращий спосіб пояснити складні поняття. Слід використовувати інфографіку, ілюстрації, фото і відео і т.п.), він повинен бути комунікативним (тобто розповідати про успіхи підприємства та його перспективи, описати ризики, які існують у бізнесі, і пояснити, за рахунок чого підприємство здатне з ними впоратися. Звіт про управління може стати містком, що зміцнює лояльність до бренду підприємства). Серед вимог до звіту слід назвати і те, що він повинен довести свою надійність, мається на увазі зробити звіт з прицілом на партнерів, теперішніх та майбутніх, щоб продемонструвати їм надійність вашої компанії та стійкий тренд на зростання. І ще одна важлива вимога звіту, це спрямованість його на конкретну цільову аудиторію. У ньому читачі повинні знайти чіткі відповіді на питання стосовно підприємства, які їх хвилюють. Виконання усіх цих вимог дасть можливість зробити звіт про управління багатофункціональним маркетинговим інструментом, отримати довгостроковий ефект у вигляді зростання клієнтів та довіри суспільства. Традиційно, складання будь-якої форми звітності це процес, який включає два етапи: складання та подання. Складання звіту про управління слід починати із розподілу робіт між виконавцями, визначення складу робіт, які потребують виконання, до початку складання звітності та підготовці робочих таблиць для накопичення відповідної інформації розробка робочих інструкцій зі складання звітності; проведення інструктивних нарад зі складання звіту. Тобто, можна говорити про підготовчий етап. Зважено до розгляду етапів складання звітності підійшла Бондар Т.А., яка при складанні цієї форми звітності визначає наступні етапи: підготовчий; збір та перевірка інформації; написання та оформлення звіту; аудит і верифікація звіту; публікація звіту та забезпечення його доступності для зацікавлених сторін [1]. Аналізуючи ці етапи, автор вважає за потрібне під час підготовчого етапу розробляти робочі таблиці, у яких буде накопичуватись масив інформації, який стане у нагоді при формуванні звіту. Слід зазначити, що структура цих таблиць та їх наповнення буде залежати від виду діяльності підприємства та від того, до якої класифікаційної групи (у відповідності до Закону України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність») воно відноситься, уніфікація цього звіту не передбачена нормативними актами. Структурно звіт необхідно поділити на окремі розділи для зручності користувачів. Робочі таблиці слід підпорядковувати саме цим розділам. Якщо компанія колись описувала, наприклад, її вплив на навколишнє середовище, немає потреби дублювати цю інформацію, можна у відповідному розділі посилатися на раніше підготовлені матеріали. Це значно спрощує його підготовку складання звіту. Питання, хто буде відповідати за складання цієї форми, залишається відкритим, оскільки законодавчо це не визначено. Ураховуючи, що підприємства про цю форму взнали з Закону України № 2141, можна припустити, що скласти його повинні представники бухгалтерської служби. Ураховуючи значну кількість інформації, яку слід відображати у звіті, доцільно розділити його складання між фахівцями відповідних служб. На думку автора, узагальнювати всю зібрану інформацію може бухгалтер-аналітик,

який відповідає за ведення управлінського обліку на підприємстві. По – перше, тому що саме він має усі аналітичні матеріали щодо стану розвитку підприємства, і йому як найлегше буде роботи прогнози щодо майбутнього підприємства. По – друге: узагальнення інформації однією особою забезпечить досягнення вищого рівня інформативності та зрозумілості цієї форми. Не до кінця вирішеним на сьогодні залишається питання кому подавати цю форму звіту. Нормативно записано, що її необхідно оприлюднювати разом з фінансовою звітністю не пізніше ніж до 30 квітня року, що настає за звітним періодом. Ця норма стосується підприємств, що становлять суспільний інтерес (крім великих підприємств, які не є емітентами цінних паперів), публічні акціонерні товариства, суб'єкти природних монополій на загальнодержавному ринку та суб'єкти господарювання, які провадять діяльність у видобувних галузях, мають оприлюднювати фінзвітність на веб-сайті [12]. ДФС та Держстат не претендують на цю форму, а це означає, що наші фахівці, які звикли до чіткої регламентації звітності та покарань за неправдивість викладеної інформації, можуть відноситись невідповідально до складання цього звіту. А значить, не буде виконана мета заради якої складається звіт про управління. Анна Хомюк щодо подання цієї форми вказує на наступне: «Звіт не усюди йде тандемом із фінзвітністю. Ми би трактували цю зв'язку навпаки: фінзвітність має подаватися всюди, де просять Звіт, оскільки вона допомагає правильно трактувати показники Звіту про управління» [14]. Ми вважаємо, що ця думка є найбільш слушною у період невизначеності законодавчої бази щодо цього питання.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Підводячи підсумки слід відзначити, що організація складання звіту про управління регламентується низкою нормативних документів, у яких визначаються приблизна структура форми, терміни подання тощо. Цими документами визначено, що звіт не відноситься до фінансової звітності. Підготовка та складання звіту має свої етапи, що зумовлені складністю виконуваних робіт. Виконання вимог, що ставляться перед цією формою, забезпечать отримання підприємством довгострокового ефекту у вигляді зростання клієнтів та довіри суспільства. У подальшому слід звернути увагу на західні аналоги цієї форми, для запозичення відповідного досвіду щодо її складання.

Перелік посилань

1. Бондар Т. А. Звіт про управління: етапи складання. *Сучасні тенденції розвитку обліку, оподаткування, аналізу і аудиту*. К.: КНЕУ, 2017. С. 115-117.
2. Безверхий К. В., Пантелєєв В. П.. Консолідований звіт про управління. Новації управлінської практики звітування: сайт URL: <file:///C:/Users/Pavel/Downloads/128-Article%20Text-251-1-10-20180406.pdf> (дата звернення: 08.10.2019).
3. Хомюк А. «І чужо навчайтесь, й свого не цурайтесь...», або як скласти звіт про управління: сайт URL: <https://ibuhgalter.net/material/618/12465> (дата звернення: 08.10.2019).

4. Безверхий К. В. Порівняння елементів структури інтегрованої звітності та звіту про управління: сайт URL: <file:///C:/Users/Pavel/Downloads/169-Article%20Text-312-1-10-20190315.pdf> (дата звернення: 08.10.2019).

5. Байкар Ю. П. Нефінансова звітність підприємств та етапи її формування: сайт URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2015_20_1%281%29_ (дата звернення: 11.10.2019).

6. Мацьків Р. Т. Нефінансова звітність – складова управління соціальною відповідальністю підприємств нафтогазового комплексу: сайт URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_3_60 (дата звернення: 09.10.2019).

7. Жураковська І. В. Майбутні події як об'єкт управлінського та фінансового обліку. *Розвиток обліку, аналізу і аудиту суб'єктів суспільного інтересу*. м. Житомир. Житомир: Видавець О. О. Євенок, 2017. С. 52-54.

8. *Рогозний С., Озеран А. Звіт про управління: історичні й законодавчі передумови складання*: сайт URL: <https://www.golovbukh.ua/article/7447-zvt-pro-upravlinnya-neviznacheniy-ne-zovsm-buhgalterskiy> (дата звернення: 14.10.2019).

9. Онищенко В.. Звіт про управління – не визначений і не зовсім бухгалтерський: сайт URL: <https://www.golovbukh.ua/article/7447-zvt-pro-upravlinnya-neviznacheniy-ne-zovsm-buhgalterskiy>.

10. Озеран А. Звіт керівництва vs звіт про управління: проблеми відповідності закону про бухгалтерський облік та світової практики: сайт URL: <https://zakon.help/files/article/9627/%D0%97%D0%B2%D1%96%D120%D08F.pdf> (дата звернення 16.10.2019).

11. Калітенко Д. О Таксономія та аналітична інтерпретація фінансової звітності підприємств суспільного інтересу: сайт URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/19_2_2018ua/5.pdf (дата звернення: 16.10.2019).

12. Закон України “Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень” від 05.10.2017 р. № 2164-VIII: сайт URL <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2164-19> (дата звернення: 16.10.2019).

13. Методичні рекомендації зі складання звіту про управління затверджено. Наказ Міністерства фінансів України 07.12.2018 № 982: сайт URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0982201-18> (дата звернення: 06.10.2019).

14. Хомюк А. Звіт про управління: пристрасті вирують: сайт URL: <https://ibuhgalter.net/articles/194> (дата звернення: 06.10.2019).

References

1. Bondar T. A (2017), Zvit is about a management: drafting stages [Zvit pro upravlinnya: etapy` skladannya. Suchasni tendenciyi rozvy`tku obliku, opodatkuvannya, analizu i audy`tu], *Modern progress of account, taxation, analysis and audit trends*, K.: KNEU, P. 115-117.

2. Bezverkhiiy K. In., Panteleev In. P. The consolidated report is on a management. Innovations of administrative practice of accounting [Konsolidovany`j zvit pro upravlinnya. Novaciyi upravlins`koyi prakty`ky` zvituvannya], available at:

file:///C:/Users/Pavel/Downloads/128-Article%20Text-251-1-10-20180406.pdf (last accessed 08.10.2019).

3. Khomyuk And. «And stranger study, and it not curaytes'», or how to report about a management [«I chuzho navchajtes', j svogo ne czurajtes'...», abo yak sklasyt' zvit pro upravlinnya], available at: <https://ibuhgalter.net/material/618/12465> (last accessed 08.10.2019)

4. Bezverkhiiy K. V. Porivnyannya elements of structure of the computer-integrated accounting and report on a management [Porivnyannya elementiv struktury` integrovanoyi zvitnosti ta zvituu pro upravlinnya], available at: file:///C:/Users/Pavel/Downloads/169-Article%20Text-312-1-10-20190315.pdf (last accessed 08.10.2019)

5. Baykar Yu. P. The Unfinancial accounting of enterprises and stages of its forming [Nefinansova zvitnist` pidpry`yemstv ta etapy` yiyi formuvannya], available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2015_20_1%281%29__14 (last accessed 11.10.2019).

6. Maczkiv R. T. The Unfinancial accounting is a constituent of management of enterprises of oil and gas complex social responsibility [Nefinansova zvitnist` – skladova upravlinnya social`noyu vidpovidal`nistyu pidpry`yemstv naftogazovogo kompleksu], available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_3_60 (last accessed 09.10.2019).

7. Zhurakovska I. V. *The Future events as object of administrative and financial account. Development of account, analysis and audit of subjects of public interest* [Majbutni podiyyi yak ob'yekt upravlin`s'kogo ta finansovogo obliku. Rozvy`tok obliku, analizu i audy`tu sub'yektiv suspil`nogo interesu], Zhytomyr: Publisher O. O. Yevenok, 2017. P. 52-54.

8. Rogoznyj S., Ozeran A. Report on a management: historical and legislative pre-conditions of stowage [Zvit pro upravlinnya: istory`chni j zakonodavchi peredumovy` skladannya], available at: <https://www.golovbukh.ua/article/7447-zvt-pro-upravlnnya-neviznacheniy-ne-zovsm-buhgalterskiy> (last accessed 14.10.2019).

9. Onyshhenko V. Report on a management - not certain and not quite book-keeping [Zvit pro upravlinnya – ne vy`znacheny`j i ne zovsim buhgalters`ky`j], available at: <https://www.golovbukh.ua/article/7447-zvt-pro-upravlnnya-neviznacheniy-ne-zovsm-buhgalterskiy> (last accessed 16.10.2019).

10. Ozeran A. Report of guidance vs report on a management: problems of accordance of law on a record-keeping and world practice [Zvit kerivny`cztva vs zvit pro upravlinnya: problemy` vidpovidnosti zakonu pro buhgalters`ky`j oblik ta svitovoyi prakty`ky`], available at: <https://zakon.help/files/article/9627/%D0%97%D0%B2%D1%96%D120%D08F.pdf> (last accessed 16.10.2019)

11. Kalitenko D. O . Oh Taxonomy and analytical interpretation of the financial reporting of enterprises of public interest [Taksonomiya ta anality`chna interpretaciya finansovoyi zvitnosti pidpry`yemstv suspil`nogo interesu], available at: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/19_2_2018ua/5.pdf (last accessed 16.10.2019).

12. Law of Ukraine "On making alteration in Law of Ukraine "On a record-keeping and financial reporting in Ukraine" in relation to the improvement of some positions" from 05.10.2017 № 2164 - (-000-2-) .[Zakon Ukrayiny` "Pro vnesennya zmin do Zakonu Ukrayiny` «Pro buxgalters`ky`j oblik ta finansovu zvitnist` v Ukrayini» shhodo udoskonalennya deyaky`x polozhen`" vid 05.10.2017 r. # 2164-VIII], available at: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2164-19#05> (last accessed 16.10.2019).

13. Methodical recommendations from the stowage of report on a management are ratified. Order of Ministry of finance of Ukraine 07.12.2018 № 982 [Metody`chni rekomendaciyi zi skladannya zvituv pro upravlinnya zatverdzheno. Nakaz Ministerstva finansiv Ukrayiny` 07.12.2018 # 982], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0982201-18> (date of appeal: 06.10.2019). [: sajт URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0982201-18> (last accessed 06.10.2019).

14. Xomyuk A. Report on a management: passions see the [Zvit pro upravlinnya: pry`strasti vy`ruyut`], available at: <https://ibuhgalter.net/articles/194> (last accessed 06.10.2019).

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 657.37; JEL Classification: M41

КОВАЛЬОВА Т.В. ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЗВІТУ ПРО УПРАВЛІННЯ

Метою дослідження є інформаційна репрезентація певних моментів організації складання Звіту про управління задля забезпечення користувачів достовірною інформацією. **Методика дослідження:** для досягнення поставленої мети у роботі були використані загальнонаукові і спеціальні методи і прийоми дослідження: теоретичного узагальнення, аналізу і синтезу; системного і комплексного підходу; монографічний; абстрактно-логічний. **Результати дослідження:** результатом наукової роботи є теоретичне узагальнення і розробка шляхів удосконалення організації формування звіту про управління. Це документ, в якому компанія розповідає про свої поточні справи та плани на майбутнє. Звіт повинен містити як фінансову, так і нефінансову інформацію, яка описує, в якому стані знаходиться підприємство та розкриває ризики для його діяльності. Ураховуючи те, що форма звіту про управління поки законодавчо не визначена, виникають певні питання щодо організації його складання. Дослідження точок зору науковців та бухгалтерської спільноти дали можливість нам висловити свою точку зору на це питання і запропонувати варіанти вирішення питань щодо організації його складання. У зв'язку з цим у роботі охарактеризовані вимоги до цієї форми звіту. Доведено, що знаючи вимоги, які висувуються до звіту, можна забезпечити ефективну організацію його складання. **Наукова новизна:** полягає в комплексному дослідженні проблем щодо організації складання звіту про управління. Підходи до проблемних моментів організації складання цієї форми в частині окреслених вимог дадуть змогу підприємствам зробити звіт про управління

багатофункціональним маркетинговим інструментом, отримати довгостроковий ефект у вигляді зростання клієнтів та довіри суспільства. **Практична значущість** полягає в тому, що дотримання підприємствами запропонованих положень забезпечить достовірність звітної інформації та сприятиме зміцненню довіри користувачів інформації. **Ключові слова:** звіт; підприємство; організація; управління; фінансова звітність; етапи; інформація; користувачі.

УДК 657.37; JEL Classification: M41

**КОВАЛЕВА Т.В. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ
ФОРМИРОВАНИЯ ОТЧЕТА ОБ УПРАВЛЕНИИ**

Целью исследования является информационная репрезентация определенных моментов организации составления Отчета об управлении, который обеспечивает пользователей достоверной информацией. **Методика исследования:** для достижения поставленной цели в работе были использованы общенаучные и специальные методы и приемы исследования: теоретического обобщения, анализа и синтеза; системного и комплексного подхода; монографический; абстрактно-логический. **Результаты исследования:** результатом научной работы является теоретическое обобщение и разработка путей, которые усовершенствуют организацию формирования отчета об управлении. Это документ, в котором компания рассказывает о своих текущих делах и планах на будущее. Отчет должен содержать как финансовую, так и нефинансовую информацию, которая описывает, в каком состоянии находится компания и раскрывает риски для ее деятельности. Учитывая то, что форма отчета об управлении пока законодательно не определена, возникают определенные вопросы относительно организации его составления. Исследование точек зрения научных работников и бухгалтерского сообщества дали возможность нам высказать свою точку зрения на этот вопрос и предложить варианты решения вопросов относительно организации его составления. В связи с этим в работе охарактеризованные требования к этой форме отчета. Доказано, что зная требования, которые выдвигаются к отчету, можно обеспечить эффективную организацию его составления. **Научная новизна:** заключается в комплексном исследовании проблем относительно организации составления отчета об управлении. Подходы к проблемным моментам организации составления этой формы в части очерченных требований дадут возможность предприятиям сделать отчет об управлении многофункциональным маркетинговым инструментом, получить долгосрочный эффект в виде роста клиентов и доверия общества. **Практическая значимость.** Соблюдения предприятиями предложенных положений обеспечит достоверность отчетной информации и будет оказывать содействие укреплению доверия пользователей информации. **Ключевые слова:** отчет; предприятие; организация; управление; финансовая отчетность; этапы; информация; пользователи.

UDC 657.37; JEL Classification: M41

KOVALOVA T. V. ORGANIZATIONAL ASPECTS OF MANAGEMENT REPORT FORMING

Purpose is informative representation of certain organization moments of management report forming for the sake of providing users reliable information. **Methodology of research:** to meet an aim during the research were used the next general scientific and special methods, skills of research: theoretical generalization, analysis and synthesis; systems and complex approach; monographic; abstractly logical. **Findings:** result of scientific research is theoretical generalization and development ways of improvement organization of management report preparation. A company describes current businesses situation and plans on the future in this document. A report must contain both financial and unfinancial information that describes current state of enterprise and discloses risks for its activity. Taking into account that the form of management report still is not legislatively appointed, there are some questions in relation to organization of its forming. Researching scientists' points of view and book-keeping association gave an opportunity to expound our own point of view on this question and offer the variants of decision these questions concerning organization of its forming. Because of this in research were described requirements to this form of report. It was proven that knowing the requirements that were pulled out to the report, it was possible to provide effective organization of its forming. **Originality:** consists in complex research of problems concerning organization of management report forming. Concepts to the problem moments organization this report forming in part of outlined requirements will give an opportunity for enterprises to make the management report multifunction marketing instrument, and to get a long-term effect as an increase of clients and trust of society. **Practical value.** Compliance of enterprise proposed positions will provide authenticity of current information and will assist in strengthening trust of users of information. **Key words:** report; enterprise, organization; management; financial reporting; stages; information; users.

Відомості про авторів /Сведения об авторах / About the Authors

Ковальова Тетяна Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри обліку, оподаткування та міжнародних економічних відносин; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1250-2019>; e-mail: kovaleva64@ukr.net.

Ковалева Татьяна Владимировна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры учета, налогообложения и международных экономических отношений.

Kovalova Tetiana Volodimipovna – Candidate of Sciences (Economics), Kharkov National Automobile and Highway University, Associate Professor at the Department of account, taxation and international economic relations, Kharkiv, Ukraine.

ЕЛЕМЕНТИ МАРКЕТИНГОВОГО МЕХАНІЗМУ

Коноваленко А.С., канд. екон. наук, доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Постановка проблеми. Необхідність вирішення основних проблем сталого розвитку вимагає пошуку нових підходів до встановлення балансу між задоволенням сучасних потреб людства та захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи їх потребу в безпечному і здоровому довкіллі. Такому спрямуванню відповідає актуальна концепція соціально-етичного маркетингу, ефективність та затребуваність якого доведена поширенням популярності його впровадження виробниками в усьому світі. Доцільним є дослідження можливостей застосування потенціалу маркетингового механізму задля вирішення актуальних проблем суспільства. З огляду на його складність та цілісність, маркетинговий механізм слід розглядати як відкриту систему, що містить певні складові. Визначення структури маркетингового механізму впливає на формування наукового підґрунтя для розуміння принципів та закономірностей його функціонування, які прямо впливають на ефективність його застосування при вирішенні важливих проблем суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз наукових робіт українських дослідників доводить, що поняття «маркетинговий механізм» широко застосовується науковцями у різному контексті. Розгляд маркетингового механізму як системи здійснено Квасницькою Р.С. та Джерелейко С.О., які у його складі зазначають послідовність процесів або порядок виконання відповідних робіт [1, с. 67]. У структурі механізму Смирнов С. О. та Гільорме Т. В. виокремлюють системи цілей, місій, принципів, функцій, моделей, методів, який включає підсистеми. Вони підкреслюють, що функціонування механізму засновується на постійній взаємодії елементів, що спрямована на конкретні критерії успішності управлінських рішень [2, с. 313]. У своїх дослідженнях Гуляєв В.В. дійшов висновку, що механізму як системі, притаманні наявність «входу», що передбачає вхід енергії одного виду, та «виходу», що передбачає отримання енергії, руху або коливання іншого виду, а механізм перетворює рух енергії [3, с. 57]. Ілляшенко С.М. зазначає, що механізм забезпечує послідовний розвиток об'єкту, а структура та зміст механізму змінюються у процесі розвитку суспільного виробництва [4, с. 376]. У роботах Рудницького С.В. простежується думка, що дії та зв'язки не є елементами механізму, а характеризують сутність зв'язків між елементами механізму [5]. На необхідності досліджувати окремі елементи, взаємозв'язки між ними, стан механізму та його динаміку, функції, дисфункції та причини таких дисфункцій наголошують Заславська Т.І. та Ривкіна Р.В. [6, с. 96]. В роботах Дороніної М.С. зазначено, що функціонування механізму базується на його суттєвій ознаці: наявність певної послідовності та

ланцюгової реакції взаємодії його окремих елементів [7, с. 128]. Колодій А.М. та Олійник А.Ю. стверджують, що кожен механізм є високоорганізованою системою з єдністю елементів [8, с. 219].

Невирішені складові загальної проблеми. Існують певні напрацювання науковців у питаннях трактування поняття «маркетинговий механізм», однак досі не сформований однозначний підхід до визначення його ключових елементів та складників.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення ключових елементів маркетингового механізму шляхом узагальнення наукових підходів та поглядів дослідників на структуру маркетингового механізму на основі контент-аналізу наукових робіт.

Виклад основного матеріалу дослідження. Системний підхід до визначення змісту маркетингового механізму, який є популярним серед науковців, дозволяє стверджувати про наявність у структурі маркетингового механізму як у відкритій системі таких ключових характеристик, як «вхід», «вихід» та безпосередньо внутрішня будова механізму, що містить структурні елементи. На основі обґрунтованого визначення змісту категорії «маркетинговий механізм» серед його структурних елементів зазначаємо наступні складові: суб'єкти маркетингу, взаємозв'язки між ними, важелі впливу, об'єкт впливу, наявність якого обумовлена цільовою метою, суб'єкт, що керує станом маркетингового механізму та забезпечує його стійкість (табл. 1).

Таблиця 1

Структурні елементи маркетингового механізму

Елемент системи		Характеристика
Вхід		Потрапляння енергії, ресурсів (матеріальних, інформаційних тощо), стан об'єкту впливу одного виду до маркетингового механізму
Внутрішня будова маркетингового механізму	Суб'єкти маркетингу	Держава, державні органи влади, виробники, посередники, конкуренти, споживачі, маркетингові агенти тощо.
	Об'єкти впливу	Те, що піддається зміні, на що спрямоване функціонування маркетингового механізму та важелі суб'єктів маркетингу. Об'єкт обумовлений цільовою метою маркетингового механізму
	Важелі впливу	Специфічні маркетингові інструменти, які використовують суб'єкти маркетингу як важелі впливу на інших суб'єктів маркетингу та об'єкт впливу
	Взаємозв'язки між суб'єктами маркетингу	Взаємодія суб'єктів маркетингу, що призводить до ланцюгової реакції між ними та послідовній, поступовій зміні об'єкту впливу
	Цільова мета	Очікуваний результат зміни об'єкту впливу
	Суб'єкт управління	Суб'єкт, що керує станом маркетингового механізму, встановлює обмеження для функціонування та повноважень суб'єктів маркетингу, забезпечує стійкість маркетингового механізму та його адаптивність до змін у зовнішньому середовищі
Вихід		Отримання енергії, ресурсу, стану об'єкту впливу у перетвореному вигляді (стані), зміна якого відбулась під впливом функціонування маркетингового механізму

Джерело: складено автором

Попередні дослідження автора дозволили сформулювати узагальнений підхід до трактування поняття маркетингового механізму як стійкої керованої системи взаємодії суб'єктів маркетингу, які використовують відповідні важелі та маркетинговий інструментарій у їх ланцюговій реакції задля досягнення цільової мети (цільового результату). Застосування суб'єктами маркетингу специфічних маркетингових інструментів з метою оптимізації процесів та явищ є важливою ознакою функціонування механізму саме маркетингової природи. Так, у своїх роботах Старостіна А.О. стверджує, що маркетинг покликаний вивчати попит та вимоги ринку та враховувати отриману інформацію для обґрунтування стратегії діяльності підприємств [9, с. 41]. До спеціальних інструментів маркетингу відносять комплекс інструментів маркетинг-міксу. Однак, на нашу думку, найважливішим елементом маркетингового механізму, який обумовлює доцільність його функціонування, виправданість перетворення об'єкту впливу та застосування відповідних важелів суб'єктами маркетингу, є наявність та характер тієї чи іншої цільової мети. Специфіка очікуваного результату обумовлює визначення характеристик складових елементів маркетингового механізму. Наприклад, низка робіт науковців присвячені дослідженням специфіки застосування маркетингового механізму у сфері державного управління, розвитку територій, активізації господарської діяльності окремих галузей, вирішення певних соціальних проблем суспільства тощо. Це свідчить про широкі можливості застосування наукових підходів маркетингового механізму для виконання конкретних практичних завдань. Цільовий характер функціонування маркетингового механізму зазначено у роботах Братенкової Т.М. [10, с. 242] та Курбацької Л.М. [11, с. 22], що підтверджують потенціал застосування маркетингового механізму для досягнення встановленої мети. Розглядаючи роль суб'єкту управління станом маркетингового механізму слід зазначити, що певні механізми виникають природньо як механізм саморегулювання та самоорганізації, а деякі механізми – створюють свідомо. Самоорганізаційні процеси, як правило, виникають історично першими. При цьому, на думку Рудницького С., механізми самоорганізації складніше піддаються подальшому регулюванню [5].

Таким чином, зазначені складові маркетингового механізму слугують теоретичним базисом для дослідників та розробників, які на основі специфіки очікуваного ефекту (мети) мають адаптувати та деталізувати складові маркетингового механізму. Доцільність такого підходу підтверджує позиція Дороніної М.С., яка розглядає маркетинговий механізм як відкриту систему та стверджує, розробник має визначати у механізмі такі елементи, які на виході забезпечать бажані значення істотних параметрів при мінімальних витратах. [7, с. 128]. **Висновки з проведеного дослідження.** Проведене дослідження дозволило отримати такі результати:

- визначено, що маркетинговий механізм може бути використаний як дієвий інструмент вирішення актуальних проблем суспільства, позначених у принципах сталого розвитку;

- узагальнено наукові розробки, що довели можливість розгляду маркетингового механізму як відкритої системи із наявністю входу, виходу та внутрішньої структури;

- на основі запропонованого автором визначення поняття «маркетинговий механізм» обґрунтовано зазначення низки елементів маркетингового механізму (суб'єкти маркетингу, взаємозв'язки між ними, важелі впливу, об'єкт впливу, наявність якого обумовлена цільовою метою, суб'єкт, що керує станом маркетингового механізму та забезпечує його стійкість);

- доведено, що специфіка застосованих інструментів суб'єктами маркетингу обумовлює маркетингову природу механізму;

- визначено, що важливим елементом маркетингового механізму, що обумовлює доцільність його функціонування, виправданість перетворення об'єкту впливу та застосування відповідних важелів суб'єктами маркетингу, є наявність та характер цільової мети (очікуваного результату);

- доведено доцільність свідомого створення дієвого маркетингового механізму управління соціально-значущими сферами з метою запобігання виникненню спонтанних механізмів, корегування функціонування якого буде ускладнене у майбутньому.

Отримані результати дозволяють сформулювати напрямки подальшого наукового пошуку, спрямованого та визначення принципів та закономірностей функціонування маркетингового механізму на основі розуміння його структури задля формування наукового підґрунтя застосування його потенціалу для вирішення важливих проблем суспільства.

Перелік посилань

1. Квасницька Р. С., Джерелейко С. О. Організаційно-економічний механізм забезпечення бюджетування діяльності промислових підприємств України. *Вісник ХмНУ*. 2012. №5 т.1. С.66-70.

2. Смирнов С. О., Гільorme Т. В. Методологічна платформа формування організаційно-інформаційного механізму маркетингового просування енергозберігаючих технологій. *Бізнес-інформ*. 2015. №7. С. 311-315.

3. Гуляев В. В. Социальные механизмы предупреждения и разрешения социально-трудовых конфликтов: Дис. ... канд. соц. наук. К., 2004.

4. Ілляшенко С. М. Маркетинг. Менеджмент. Інновації: монографія. Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2010. 621 с.

5. Рудницький С. Категорія «механізм» у суспільних науках. *Український науковий журнал «Освіта регіону»*. 2011. №4. С. 111-121.

6. Заславская Т. И., Рывкина Р. В. Экономическая социология: исторические предпосылки и объект изучения. *Экономическая социология – перестройка*. М.: Прогресс. 1989. С. 30-44.

7. Дороніна М. С. Управління економічними та соціальними процесами підприємства: монографія. Харків: ХДЕУ, 2002. 431с.

8. Колодій А. М., Олійник А. Ю. Права людини і громадянина в Україні: навч. посібник. К.: Юрінком Інтер, 2003. 336 с.

9. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження. Практичний аспект: навч. посібник. К.: «Вільямс», 2000. 262 с.

10. Братенкова Т. М. Маркетинговий механізм устойчивого розвитку особо охораняємых природных територій. *Труды БГТУ: Экономика и управление*. 2014. №7. С. 241-245.

11. Курбацька Л. М., Ільченко Т. В., Кожушко І. Г. Маркетинговий механізм забезпечення конкурентоспроможності продовольчого ринку. *Агросвіт*. 2009. №15. С. 20-23.

References

1. Kvasnytska P. C. (2012), Organizational and economic mechanism of budgeting of industrial enterprises of Ukraine [Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm zabezpechennia biudzhetuвання diialnosti promyslovykh pidpriemstv Ukrainy], *Bulletin of KhNNU*, No. 5 (1), P. 66-70.

2. Smyrnov S. O., Hilorme T. V. (2015), Methodological platform for the formation of organizational and information mechanism of marketing promotion of energy-saving technologies [Metodolohichna platforma formuvannia orhanizatsiino-informatsiinoho mekhanizmu marketynhovoho prosuvannia enerhozberihaiuchykh tekhnolohii], *Biznes-inform*, No. 7, P.311-315.

3. Huliev V. V. (2004), *Social mechanisms for the prevention and resolution of social and labor conflicts* [Sotsyalny mekhanizmi preduprezhdeniia i razresheniia sotsyalno-trudovikh konfliktov], Dys. ... kand. sots. nauk.

4. Illiashenko S. M. (2010), *Marketing. Management. Innovation: monograph* [Marketynh. Menedzhment. Innovatsii: monohrafiia], Sumy: TOV «Drukarskyi dim «Papyrus», P. 621.

5. Rudnytskyi S. (2011), The category of "mechanism" in the social sciences [Katehoriia «mekhanizm» u suspilnykh naukakh], *Ukrainian scientific journal «Education of the region»*, No. 4, P. 111-121.

6. Zaslavskaya T. I., Ryvkina R. V. (1989), *Economic sociology: historical background and object of study* [Ekonomicheskaya sotsiologiya: istoricheskie predposylki i ob'ekt izucheniya], Moscow: Progress, P. 324.

7. Doronina M. S. (2002), *Management of economic and social processes of the enterprise: monograph* [Upravlinnia ekonomichnymy ta sotsialnymy protsesamy pidpriemstva: monohrafiia], Kharkiv: KhDEU, P. 431.

8. Kolodii A. M., Oliinyk A. Yu. (2003), *Human and citizen rights in Ukraine: educ. manual* [Prava liudyny i hromadianyna v Ukraini: navch. posibnyk], Yurinkom Inter, P. 336.

9. Starostina A. O. (2000), *Marketing researches. Practical aspect* [Marketynhovi doslidzhennia. Praktychnyi aspekt], Viliams, P. 262.

10. Bratenkova T. M. (2014), Marketing mechanism for the sustainable development of specially protected natural areas [Marketingovyy mekhanizm ustoichivogo razvitiya osobo okhranyaemykh prirodnykh territoriy], *Trudy BGTU: Ekonomika i upravlenie*, No. 7, P. 241-245.

11. Kurbatska L. M., Ilchenko T. V., Kozhushko I. H. (2009), Marketing mechanism of for ensuring the competitiveness of the food market [Marketynhovyi

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 339.138; JEL Classification: M380

Коноваленко А. С. ЕЛЕМЕНТИ МАРКЕТИНГОВОГО МЕХАНІЗМУ

Мета. Метою статті є визначення ключових елементів маркетингового механізму шляхом узагальнення наукових підходів та поглядів дослідників на структуру маркетингового механізму на основі контент-аналізу наукових робіт.

Методика дослідження. Метод контент-аналізу використано для систематизації існуючих підходів у науковій літературі до визначення ключових елементів маркетингового механізму як системи. Метод порівняння застосовано для встановлення подібних та відмінних поглядів науковців на визначення характерних елементів маркетингового механізму. Метод узагальнення застосовано для обґрунтування результатів дослідження. Методи аналізу і синтезу використано при визначенні окремих складових елементів маркетингового механізму та розгляду їх у єдності.

Результати. В ході дослідження отримано результати: визначено, що маркетинговий механізм може бути використаний як дієвий інструмент вирішення актуальних проблем суспільства; доведено можливість розгляду маркетингового механізму як відкритої систему із наявністю входу, виходу та внутрішньої структури; визначено елементи маркетингового механізму; доведено, що маркетингову природу механізму визначають застосовані інструменти суб'єктів маркетингу, наявність та характер цільової мети; доведено доцільність свідомого створення дієвого маркетингового механізму управління соціально-значущими сферами з метою запобігання виникненню спонтанних механізмів.

Наукова новизна. Уперше обґрунтовано підхід до визначення ключових елементів маркетингового механізму, що на відміну від існуючих підходів передбачає визначення характеру цільової мети (очікуваного результату), що дозволяє чітко окреслити доцільність функціонування маркетингового механізму у різних сферах, цілеспрямованість перетворення об'єкту впливу та застосування відповідних важелів суб'єктами маркетингу.

Практична значущість. Визначення елементів маркетингового механізму формує наукове підґрунтя для розуміння принципів та закономірностей застосування маркетингового механізму для вирішення широкого кола проблем суспільства, зазначених у принципах сталого розвитку, застосуванні з метою підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємств та використання у соціальній сфері.

Ключові слова: маркетинг; маркетинговий механізм; елементи; система; маркетингові інструменти; важелі впливу; суб'єкти маркетингу.

УДК 339.138; JEL Classification: M380

Коноваленко А. С. ЭЛЕМЕНТЫ МАРКЕТИНГОВОГО МЕХАНИЗМА

Цель. Целью статьи является определение ключевых элементов маркетингового механизма путем обобщения научных подходов к анализу структуры маркетингового механизма на основе контент-анализа научных работ. **Методика исследования.** Метод контент-анализа использован для систематизации существующих подходов в научной литературе к определению ключевых элементов маркетингового механизма как системы. Метод сравнения использован для выявления схожих и различных взглядов исследователей на определение характерных элементов маркетингового механизма. Метод обобщения использован для обоснования результатов исследования. Методы анализа и синтеза применены для определения отдельных структурных маркетингового механизма и рассмотрения их в единстве. **Результаты.** В ходе исследования получены результаты: определено, что маркетинговый механизм может использоваться как действенный инструмент решения актуальных проблем общества; доказана возможность рассмотрения маркетингового механизма как открытой системы с наличием входа, выхода и внутренней структуры; определены элементы маркетингового механизма; доказано, что маркетинговую природу механизма определяют используемые инструменты субъектов маркетинга, наличие и характер целевого результата; обоснована целесообразность сознательного создания действенного маркетингового механизма управления социально-значимыми сферами с целью предотвращения возникновения спонтанных механизмов. **Научная новизна.** Впервые обоснован подход к определению ключевых элементов маркетингового механизма, который в отличие от существующих подходов предусматривает определение характера целевого результата, что позволяет очертить целесообразность функционирования маркетингового механизма в различных сферах, целесообразность преобразования объекта воздействия и применения соответствующих рычагов субъектами маркетинга.

Практична значимость. Определение элементов маркетингового механизма формирует научную основу для понимания принципов и закономерностей применения маркетингового механизма для решения широкого диапазона проблем общества, закрепленных принципами устойчивого развития, применения с целью повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятий и использования в социальной сфере.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговый механизм, элементы, система, инструменты маркетинга, рычаги воздействия, субъекты маркетинга.

UDC 339.138; JEL Classification: M380

Konovalenko A. ELEMENTS OF THE MARKETING MECHANISM

Purpose. The aim of the article is to identify the key elements of the marketing mechanism by summarizing scientific approaches to the analysis of the structure of the marketing mechanism based on the content analysis of scientific works.

Methodology of research. The content analysis method was used to systematize the existing approaches in the scientific literature to determine the key elements of the marketing mechanism as a system. The comparison method was used to identify similar and different views of researchers on determining the characteristic elements of the marketing mechanism. The generalization method is used to substantiate the results of the study. Methods of analysis and synthesis are applied to determine the individual structural marketing mechanism and consider them in unity. **Findings.** In the course of the study, the results were obtained: it was determined that the marketing mechanism can be used as an effective tool for solving pressing problems of society; proved the possibility of considering the marketing mechanism as an open system with the presence of input, output and internal structure; elements of the marketing mechanism are identified; it is proved that the marketing nature of the mechanism is determined by the tools used by marketing entities, the presence and nature of the target result; the expediency of consciously creating an effective marketing mechanism for managing socially significant areas in order to prevent the occurrence of spontaneous mechanisms is substantiated. **Originality.** For the first time, an approach has been substantiated to determine the key elements of the marketing mechanism, which, unlike existing approaches, provides for determining the nature of the target result, which allows us to outline the expediency of the functioning of the marketing mechanism in various fields, the feasibility of transforming the object of influence and the use of appropriate levers by marketing entities. **Practical value.** The definition of the elements of the marketing mechanism forms the scientific basis for understanding the principles and patterns of applying the marketing mechanism to solve a wide range of problems of society, enshrined in the principles of sustainable development, application in order to increase the efficiency of marketing activities of enterprises and use in the social sphere.

Key words: marketing; marketing mechanism; elements; system; marketing tools; leverage; marketing entities.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Коноваленко Анастасія Сергіївна – кандидат економічних наук, доцент, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного, доцент кафедри маркетингу, м. Мелітополь, Україна; e-mail: avmyrmailru@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9061-5989>. Моб. 0979943364.

Коноваленко Анастасия Сергеевна – кандидат экономических наук, доцент, Таврический государственный агротехнологический университет имени Дмитрия Моторного, доцент кафедры маркетинга, г. Мелитополь, Украина

Konovalenko Anastasiia - Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, D.Motorny Tavriia State Agrotechnological University Associate Professor at the Departament of Marketing, Melitopol, Ukraine

РІВЕНЬ ЕФЕКТИВНОСТІ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

*Кононова О.Є., канд. екон. наук, доцент,
ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»*

Постановка проблеми. Ефективність стратегічного розвитку суб'єктів будівельної галузі України характеризує стан результативності, відповідності розробки та впровадження стратегій в даній сфері на належному етапі становлення економічної системи в країні. Достовірність та всебічність оцінки цього показника дозволяє визначити дійсну картину розвитку будівельної галузі з огляду на фактичні та планові вихідні параметри функціонування. Здійснення такої оцінки можливе за умов використання ефективної, ґрунтовної та надійної методики аналізу, яка б враховувала всебічні характеристики стратегічного розвитку підприємств будівельної галузі України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, пов'язані з розвитком будівельної галузі, знайшли відображення в роботах Токаревої О., Крикуна К., Рогожина П., Гойко А. та ін. Проблематиці функціонування та розвитку підприємств будівельної галузі присвячено роботи Асаула А., Божанової В., Верхоглядової Н., Вечерова В., Глухової С., Дружиніна А., Залуніна В., Іванілова О., Калугіна Ю., Конащука В., Млодецького В., Опекунова В., Орловської Ю., Полякова І., Радкевича А., Ступнікер Г., Торкатюка В., Тяна Р., Цуцаєва О., Шутенка Л. та ін.

Невирішені складові загальної проблеми. Нині значна увага вітчизняними науковцями приділяється аналізу сучасної ситуації та інвестиційної привабливості будівельної галузі України, стану та перспективам регіонального розвитку капітального будівництва. Однак наявність проблем та кризової ситуації в галузі є достатнім обґрунтуванням необхідності подальших розробок та опрацювання проблеми розвитку будівельної галузі, пошуку оптимальних шляхів впровадження стратегій розвитку в будівельні підприємства України.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є визначення загального впливу факторів дії, відповідних для будівельної галузі, та впливу додаткових внутрішніх факторів суб'єктів будівельної галузі країни впродовж аналізованого періоду.

Виклад основного матеріалу дослідження. Методика оцінки ефективності стратегій розвитку підприємств будівельної галузі України враховує всебічний та широкий діапазон оціночних показників (обсяги доходу (виручки) від реалізації будівельної продукції, обсяги виробництва будівельної продукції, частку ринку згідно планових та звітних параметрів реалізації стратегії розвитку). Визначення рівня ефективності впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуваними підприємствами будівельної галузі дасть змогу сформулювати картину історіографії змін

вказаного показника в країні в рамках досліджуваного періоду. Відповідно, зміни зазначеного показника дадуть змогу оцінити стан трансформацій стратегічного розвитку будівельної галузі в країні, встановити найбільш вагомий вплив факторів на рівень ефективності впровадження стратегій. При цьому, у якості факторів, що впливають на стан вказаного показника, будуть розглядатись ті, які обрано в складі визначальних в процесі оцінки їх впливу (зокрема, зовнішні, внутрішні та міжнародні). Характер їх впливу буде співставлено з рівнем ефективності впровадження стратегій розвитку на досліджуваних (найбільших) підприємствах будівельної галузі країни. Така залежність дозволить визначити, які фактори є основними і потребують найбільшої уваги в процесі стратегічного планування та реалізації стратегій розвитку. Відповідно до авторської методики наведено формулу 1, в якій визначено порядок розрахунку рівня відповідності стратегії розвитку реалізованому потенціалу підприємства (C_{real}).

$$C_{real} \rightarrow \text{якщо } (C_{tr} (C_{rep1}, C_{rep2}, C_{rep3}....) - S_{di} (C_{pl1}, C_{pl2}, C_{pl3}....)) / (S_{di} (C_{pl1}, C_{pl2}, C_{pl3}....)) * 100(\%) \sim \%(Chopta1, Chopta1, Chopta1),$$

(формула 1) [авторська розробка]

де S_{di} – задекларована стратегія розвитку;

C_{pl} – плановий параметр результативності відповідно до задекларованої стратегії розвитку (обсяг доходу (виручки) від реалізації, обсяг виробництва будівельної продукції, частка ринку тощо);

$S_{di} (C_{pl1}, C_{pl2}, C_{pl3}....)$ – основні планові параметри результативності відповідно до задекларованої стратегії розвитку;

C_{rep} – звітний параметр результативності цільових показників, використаних в задекларованій стратегії розвитку (обсяг доходу (виручки) від реалізації, обсяг виробництва будівельної продукції, частка ринку тощо);

$C_{tr} (C_{rep1}, C_{rep2}, C_{rep3}....)$ – основні звітні параметри результативності за показниками, використаними у якості основних оціночних в задекларованій стратегії розвитку;

$\%(Chopta1, Chopta1, Chopta1)$ – зростання можливостей за кожним з стратегічних параметрів розвитку, %. Загальний рівень (сума % за всіма показниками) показника $\%(Chopta1, Chopta1, Chopta1)$ повинен дорівнювати відсотку зростання стратегічних планових показників порівняно із звітними. В рамках методики визначається, що можливість:

- зростання обсягів доходу (виручки) від реалізації будівельної продукції на % (певний відсоток) обґрунтовується певними плановими параметрами (ціновими, ринковими);

- збільшення обсягів виробництва будівельної продукції – відсотком (%) оптимізації виробничого обладнання, робочої сили зазначеного будівельного підприємства тощо;

- зріст частки ринку – відсотком (%) зростання обсягу збуту або виробництва будівельної продукції даної підприємницької структури на рівні галузі тощо.

Згідно із умовами авторської методики, порядок оцінки ефективності впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуваним підприємством будівельної галузі (Effst) представлено в формулі 2.

$$\text{Effst} = (A(\text{Crep1}, \text{Crep2}, \text{Crep3}....) - (A(\text{Cpl1}, \text{Cpl2}, \text{Cpl3}....)) / A(\text{Cpl1}, \text{Cpl2}, \text{Cpl3}....)) + (B(\text{FErep1}, \text{FErep2}, \text{FErep3}....) - (B(\text{FEpl1}, \text{FEl2}, \text{FEl3}....)) / B(\text{FEpl1}, \text{FEl2}, \text{FEl3}....)) + (\text{Cinvrep} - \text{Cinvpl}) / \text{Cinvpl}) + 1, \text{ (формула 2) [авторська розробка]}$$

$A(\text{Cpl1}, \text{Cpl2}, \text{Cpl3}....)$ – основні стратегічні планові показники, які ідентифікують напрямок обраної стратегії розвитку;

$A(\text{Crep1}, \text{Crep2}, \text{Crep3}....)$ – основні стратегічні звітні показники, які ідентифікують напрямок стратегії розвитку;

$B(\text{FEpl1}, \text{FEl2}, \text{FEl3}....)$ – основні стратегічні фінансово-економічні планові показники, визначені на плановому рівні підприємства будівельної галузі;

$B(\text{FErep1}, \text{FErep2}, \text{FErep3}....)$ – основні стратегічні звітні фінансово-економічні планові показники реалізовані на рівні підприємства будівельної галузі;

Cinvpl – планова ефективність інвестицій (та або оновлення основних засобів (обладнання), нематеріальних активів (технологій) за балансовою вартістю)), передбачених стратегією розвитку підприємства, %. Вказаний показник визначається на рівні стратегічного планування. Також розглядається склад та структура інвестицій (та або оновлення основних засобів (обладнання), нематеріальних активів (технологій) за балансовою вартістю)), націлених на впровадження стратегії розвитку будівельного підприємства, зокрема, оцінюються: їх обсяги, динаміка за визначений період; структура за джерелами фінансування (власні та залучені фінансові кошти), динаміка щодо такої структури в часовому вимірі тощо;

Cinvrep – звітна ефективність інвестицій (та або оновлення основних засобів (обладнання), нематеріальних активів (технологій) за балансовою вартістю)) в рамках впровадження стратегії розвитку підприємства, %. У разі, якщо було отримано рівень ефективності нижче прогнозного, визначеного на плановому рівні, здійснюється висновок щодо неефективності інвестицій (оновлення основних засобів та нематеріальних активів), неефективного управління інвестиційним за цим напрямком на стратегічному рівні досліджуваного будівельного підприємства. Якщо інвестування (вкладення у вказані активи (основні засоби та нематеріальні активи)) виявилось збитковим за результатами впровадження стратегії розвитку, констатується неефективність інвестиційного управління, загрозливі явища за даним напрямком на вказаному підприємстві галузі.

Якщо $\text{Effst} > 1$ – здійснюється висновок щодо забезпечення позапланової ефективності впровадження стратегії розвитку та дії додаткових факторів впливу. Зокрема, оцінюється ефект впливу впровадження інновацій (Binnrep –

$Binnpl) / Binnrep)\%$, ефект оперативного коригування та реагування в процесі стратегічного управління ($Csyneff\%$).

де $Binnpl$ – інновації у кількісному або вартісному вимірі, визначені на рівні стратегічного планування;

$Binnrep$ – впровадження інновацій у кількісному або вартісному вимірі відповідно до результатів стратегічного управління на досліджуваному будівельному підприємстві;

$Csyneff\%$ - синергетичний ефект від оперативного коригування та реагування в процесі стратегічного управління, інновацій. В складі напрямків оперативного коригування та реагування в процесі стратегічного управління визначаються: зміна витратомісткості; інші варіанти трансформацій.

Якщо $Effst = 0$ або ≤ 1 – визначається досягнення стратегічних планових показників на рівні будівельного підприємства.

Якщо $Effst < 0$ – встановлюється факт відсутності досягнення стратегічних планових показників на рівні досліджуваного будівельного підприємства. Таким чином, проведемо оцінку ефективності впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуваних підприємств будівельної галузі України (ДП АТ «БК «Укрбуд», ПрАТ «ХК «Київміськбуд», ПрАТ «Домобудівний комбінат № 4» (структурний елемент Корпорації «ДБК-ЖИТЛОБУД»), ПрАТ «Завод залізобетонних конструкцій № 1», ТОВ «Астроінвест-Енерджі») впродовж 2015–2017 рр. Вихідні дані для проведення дослідження – дані фінансової та корпоративної звітності вказаних суб'єктів господарювання за цей період. На першому етапі проведемо розрахунок та оцінку ефективності впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуваних підприємств будівельної галузі України за 2015–2017 рр. В табл. 1 наведено визначення рівня ефективності впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуваним підприємством будівельної галузі ($Effst$) ДП АТ «БК «Укрбуд» ($Creal$) за 2015–2017 рр.

Таблиця 1

Рівень ефективності впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуваним підприємством будівельної галузі ($Effst$) ДП АТ «БК «Укрбуд» ($Creal$) за 2015–2017 рр.

№ з/п	Найменування оціночного показника стратегії розвитку	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Зміна(+/-)	
					в 2016 р. порівняно з 2015 р.	в 2017 р. порівняно з 2016 р.
1	2	3	4	5	6	7
1	Звітні дані (2015–2017 рр. – результат впровадження стратегії розвитку – стабілізаційної стратегії із орієнтиром на скорочення всіх показників – напрямок А)					
1.1	Обсяг доходу (виручки) від реалізації будівельної продукції (Sdi ($Cpl1$), тис. грн.	188140,8	364861,2	534253,2	176720,4	169392

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5	6	7
1.2	Обсяг виробництва будівельної продукції (Sdi (Cpl2), тис. грн.	138625	270930	346885	132305	75955
1.3	Обсяг чистого прибутку (Sdi (Cpl3), тис. грн.	3178	6048	6795	2870	747
1.4	Частка ринку (відношення обсягу виробництва підприємства до обсягу виробництва в галузі) (Sdi (Cpl4), тис. грн.	0,241	0,367	0,328	0,126	-0,039
1.5	Звітна ефективність інвестицій (та/або оновлення основних засобів (обладнання), нематеріальних активів (технологій) за балансовою вартістю)) в рамках впровадження стратегії розвитку підприємства, (Cinvgr), %	0	0	0	0	0
2	Планові стратегічні дані (2015–2017 рр. – планування результату впровадження стратегії розвитку – стабілізаційної стратегії із орієнтиром на скорочення всіх показників – напрямок А)					
2.1	Обсяг доходу (виручки) від реалізації будівельної продукції (Sdi (Cpl1), тис. грн.	142374,60	135255,9	128493,08	-7118,7	-6762,79
2.2	Обсяг виробництва будівельної продукції (Sdi (Cpl2), тис. грн.	101107,55	96052,17	91249,56	-5055,38	-4802,61
2.3	Обсяг чистого прибутку (Sdi (Cpl3), тис. грн.	2908,90	2763,46	2625,28	-145,44	-138,18
2.4	Частка ринку (відношення обсягу виробництва підприємства до обсягу виробництва в галузі) (Sdi (Cpl4), тис. грн.	0,20	0,19	0,18	-0,01	-0,01
2.5	Планова ефективність інвестицій (та/або оновлення основних засобів (обладнання), нематеріальних активів (технологій) за балансовою вартістю)), передбачених стратегією розвитку підприємства, (CInvpl), %	0	0	0	0	0
3	Ефективність впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуваним підприємством будівельної галузі (Effst), в т.ч. за рахунок:	2,003	6,662	9,386	4,659	2,724
3.1	ефекту впливу впровадження інновацій (Binngr – Binnpl) / Binnrep), %	100	100	100	0	0

Джерело: складено автором за матеріалами [1; 2; 3]

За результатами проведених розрахунків (табл. 1) можемо констатувати наступне, зокрема:

1) впродовж досліджуваного періоду вказане підприємство галузі не здійснювало інвестицій в розвиток, оновлення основних засобів (обладнання), нематеріальних активів (технологій). Але була здійснена диверсифікація

використання існуючого обладнання, технологій, проведено ремонт фактичного обладнання, які дали змогу впровадити інноваційну локальну стратегію (впровадження в квартирах, які будує компанія, системи «Розумний дім», що дозволяє забезпечувати економне використання енергетичних ресурсів, високий комфорт та безпечне життя (керування житлом в електронній формі із використанням гаджетів, зокрема, смартфонів));

2) рівень ефективності впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуваним підприємством будівельної галузі (Effst) впродовж трьох років зростав і в 2017 р. склав 9,386. Це високе значення, яке свідчить про забезпечення позапланової ефективності впровадження стратегії розвитку та дії додаткових факторів впливу, серед яких, зокрема, ефект впливу впровадження інновацій ($B_{Innrep} - B_{Innpl} / B_{Innrep}$), %. Відповідно, можна відмітити, що впровадження вказаної інновації (впровадження в квартирах, які будує компанія, системи «Розумний дім») забезпечило покращення фінансово-економічних та ринкових показників. В табл. 2 представлено визначення рівня ефективності впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуваним підприємством будівельної галузі (Effst) ПрАТ «ХК «Київміськбуд» (Creal) за 2015–2017 рр.

Таблиця 2

Рівень ефективності впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуваним підприємством будівельної галузі (Effst) ПрАТ «ХК «Київміськбуд» (Creal) за 2015–2017 рр.

№ з/п	Найменування оціночного показника стратегії розвитку	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Зміна (+/-)	
					в 2016 р. порівняно з 2015 р.	в 2017 р. порівняно з 2016 р.
1	2	3	4	5	6	7
1	Звітні дані (2015–2017 рр. – результат впровадження стратегій розвитку)					
1.1	Обсяг доходу (виручки) від реалізації будівельної продукції (Cтр (Crep1), тис. грн., в т.ч.:	2511182,4	3560553,6	3750969,6	1049371,2	190416
	Напрямок А – через впровадження стратегії концентрованого росту (збут висококонкурентного портфелю об'єктів нерухомості в рамках первинного ринку нерухомого житлового майна), тис. грн.	784744,50	1659574,0 3	1402112,44	874829,53	-257461,59
	Напрямок В – через впровадження стратегії інтегрованого росту (освоєння нових сегментів ринку просування та збуту будівельної продукції за рахунок охоплення споживачів з низьким рівнем доходів), тис. грн.	1130032,0 8	1207027,6 7	1542398,70	76995,59	335371,03

Продовження таблиці 2

1	2	3	4	5	6	7
	Напрямок С – через впровадження інноваційної локальної стратегії, тис. грн.	596405,82	693951,9	806458,46	97546,08	112506,57
1.2	Обсяг виробництва будівельної продукції (Стр (Спер2), тис. грн., в т.ч.:	1866537	2684452	2857359	817915,00	172907
	Напрямок А – через впровадження стратегії концентрованого росту (збут висококонкурентного портфелю об'єктів нерухомості в рамках первинного ринку нерухомого житлового майна), тис. грн.	583292,81	1251223,08	1068080,79	667930,26	-183142,28
	Напрямок В – через впровадження стратегії інтегрованого росту (освоєння нових сегментів ринку просування та збуту будівельної продукції за рахунок охоплення споживачів з низьким рівнем доходів), тис. грн.	839941,65	910029,23	1174946,02	70087,58	264916,79
	Напрямок С – через впровадження інноваційної локальної стратегії, тис. грн.	443302,54	523199,69	614332,19	79897,16	91132,5
1.3	Обсяг чистого прибутку (Стр (Спер3), тис. грн., в т.ч.:	90922	98803	71231	7881,00	-27572
	Напрямок А – через впровадження стратегії концентрованого росту (збут висококонкурентного портфелю об'єктів нерухомості в рамках первинного ринку нерухомого житлового майна), тис. грн.	28413,13	46052,08	26626,15	17638,95	-19425,93
	Напрямок В – через впровадження стратегії інтегрованого росту (освоєння нових сегментів ринку просування та збуту будівельної продукції за рахунок охоплення споживачів з низьким рівнем доходів), тис. грн.	40914,9	33494,22	29290,19	-7420,68	-4204,03
	Напрямок С – через впровадження інноваційної локальної стратегії, тис. грн.	21593,98	19256,70	15314,67	-2337,27	-3942,04
1.4	Частка ринку (відношення обсягу виробництва підприємства до обсягу виробництва в галузі) (Стр (Спер4), %, в т.ч.:	3,245	3,641	2,704	0,40	-0,94

Продовження таблиці 2

1	2	3	4	5	6	7
	Напрямок А – через впровадження стратегії концентрованого росту (збут висококонкурентного портфелю об'єктів нерухомості в рамках первинного ринку нерухомого житлового майна), %	1,01	1,70	1,01	0,68	-0,69
	Напрямок В – через впровадження стратегії інтегрованого росту (освоєння нових сегментів ринку просування та збуту будівельної продукції за рахунок охоплення споживачів з низьким рівнем доходів), %	1,46	1,23	1,11	-0,23	-0,12
	Напрямок С – через впровадження інноваційної локальної стратегії, %	0,77	0,71	0,58	-0,06	-0,13
1.5	Звітна ефективність інвестицій (та або оновлення основних засобів (обладнання), нематеріальних активів (технологій) за балансовою вартістю) в рамках впровадження стратегії розвитку підприємства, (Cinvgr), %	0	0	0	0	0
2	Планові стратегічні дані (2015–2017 рр. – планування результату впровадження стратегій розвитку)					
2.1	Обсяг доходу (виручки) від реалізації будівельної продукції (Sdi (Cpl1), тис.грн., в т.ч.:	2880779,9	3560553,6	3750969,6	679773,7	190416
	Напрямок А – через впровадження стратегії концентрованого росту (збут висококонкурентного портфелю об'єктів нерухомості в рамках первинного ринку нерухомого житлового майна), тис. грн.	900243,72	1659574,0 3	1402112,44	759330,31	-257461,6
	Напрямок В – через впровадження стратегії інтегрованого росту (освоєння нових сегментів ринку просування та збуту будівельної продукції за рахунок охоплення споживачів з низьким рівнем доходів), тис. грн.	1296350,9 6	1207027,6 7	1542398,70	-89323,29	335371,03
	Напрямок С – через впровадження інноваційної локальної стратегії, тис. грн.	684185,23	693951,90	806458,46	9766,67	112506,57

Продовження таблиці 2

1	2	3	4	5	6	7
2.2	Обсяг виробництва будівельної продукції (Sdi (Cpl2), в т.ч.:	2164757,95	2684452	2857359	519694,05	172907
	Напрямок А – через впровадження стратегії концентрованого росту (збут висококонкурентного портфелю об'єктів нерухомості в рамках первинного ринку нерухомого житлового майна), тис. грн.	676486,86	1251223,08	1068080,79	574736,22	-183142,28
	Напрямок В – через впровадження стратегії інтегрованого росту (освоєння нових сегментів ринку просування та збуту будівельної продукції за рахунок охоплення споживачів з низьким рівнем доходів), тис. грн.	974141,08	910029,23	1174946,02	-64111,85	264916,79
	Напрямок С – через впровадження інноваційної локальної стратегії, тис. грн.	514130,01	523199,69	614332,19	9069,68	91132,49
2.3	Обсяг чистого прибутку (Sdi (Cpl3), тис. грн. в т.ч.:	79806,6	98803	71231	18996,4	-27572
	Напрямок А – через впровадження стратегії концентрованого росту (збут висококонкурентного портфелю об'єктів нерухомості в рамках первинного ринку нерухомого житлового майна), тис. грн.	24939,56	46052,08	26626,15	21112,52	-19425,93
	Напрямок В – через впровадження стратегії інтегрованого росту (освоєння нових сегментів ринку просування та збуту будівельної продукції за рахунок охоплення споживачів з низьким рівнем доходів), тис. грн.	35912,97	33494,22	29290,19	-2418,75	-4204,03
	Напрямок С – через впровадження інноваційної локальної стратегії, тис. грн.	18954,07	19256,70	15314,67	302,64	-3942,04
2.4	Частка ринку (відношення обсягу виробництва підприємства до обсягу виробництва в галузі) (Sdi (Cpl4), %, в т.ч.	3,245	3,641	2,704	0,40	-0,94
	Напрямок А – через впровадження стратегії концентрованого росту (збут висококонкурентного портфелю об'єктів нерухомості в рамках первинного ринку нерухомого житлового майна),%	1,01	1,70	1,01	0,68	-0,69

Продовження таблиці 2

1	2	3	4	5	6	7
	Напрямок В – через впровадження стратегії інтегрованого росту (освоєння нових сегментів ринку просування та збуту будівельної продукції за рахунок охоплення споживачів з низьким рівнем доходів), %	1,46	1,23	1,11	-0,23	-0,12
	Напрямок С – через впровадження інноваційної локальної стратегії, %	0,77	0,71	0,58	-0,06	-0,13
2.5	Планова ефективність інвестицій (та або оновлення основних засобів (обладнання), нематеріальних активів (технологій) за балансовою вартістю), передбачених стратегією розвитку підприємства, (CInvpl), %.	0	0	0	0	0
3	Ефективність впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуванім підприємством будівельної галузі (Effst), в т.ч. за рахунок:	0,8733	1	1	0,1267	0
	Напрямок А – через впровадження стратегії концентрованого росту (збут висококонкурентного портфелю об'єктів нерухомості в рамках первинного ринку нерухомого житлового майна), %	0,273	1	1	0,727	0
	Напрямок В – через впровадження стратегії інтегрованого росту (освоєння нових сегментів ринку просування та збуту будівельної продукції за рахунок охоплення споживачів з низьким рівнем доходів), %	0,393	1	1	0,607	0
	Напрямок С – через впровадження інноваційної локальної стратегії, %	0,207	1	1	0,793	0
3.1.1	додаткових факторів	0	0	0	0	0

Джерело: складено автором за матеріалами [4; 5; 6]

Відповідно до результатів розрахунків, можемо відзначити, що:

1) за 2015–2017 рр. ПрАТ «ХК «Київміськбуд» не здійснювало інвестицій в розвиток, оновлення основних засобів (обладнання), нематеріальних активів (технологій). Відповідно, це не було закладено на плановому стратегічному рівні. Незважаючи на відсутність інвестицій в розвиток, підприємство здійснює стратегічне планування та впроваджує: стратегію концентрованого росту (збут висококонкурентного портфелю об'єктів нерухомості в рамках первинного

ринку нерухомого житлового майна); стратегію інтегрованого росту (освоєння нових сегментів ринку просування та збуту будівельної продукції за рахунок охоплення споживачів з низьким рівнем доходів); інноваційну локальну стратегію. Як видно з даних табл. 2, в 2015 р. найбільші обсяги доходів (виручки) від реалізації будівельної продукції у підприємства були за напрямком впровадження стратегії інтегрованого росту (освоєння нових сегментів ринку просування та збуту будівельної продукції за рахунок охоплення споживачів з низьким рівнем доходів)), що пов'язане із складною економічною ситуацією в країні. В 2016 р. найбільші обсяги доходів (виручки) від реалізації будівельної продукції у підприємства спостерігались за напрямком впровадження стратегії концентрованого росту (збут висококонкурентного портфелю об'єктів нерухомості в рамках первинного ринку нерухомого житлового майна), що обумовлено певним покращенням фінансово-економічної ситуації в країні, зростанням попиту на більш конкурентну нерухомість. В 2017 р. цей показник мав найбільші пріоритети за напрямком впровадження стратегії інтегрованого росту (освоєння нових сегментів ринку просування та збуту будівельної продукції за рахунок охоплення споживачів з низьким рівнем доходів)). Вказані переваги пояснюються внутрішньою міграцією населення категорії з низьким рівнем доходів;

б) ефективність впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуваним підприємством будівельної галузі (Effst) в 2015 р. складала 0,8733. Слід відмітити, що в 2015 р. найвище значення цього показника відмічено за напрямком впровадження стратегії інтегрованого росту (освоєння нових сегментів ринку просування та збуту будівельної продукції за рахунок охоплення споживачів з низьким рівнем доходів), що обумовлено меншою витратомісткістю порівняно з іншими напрямками. Незважаючи на зростання в 2016 р., 2017 р. показника ефективності впровадження планових (задекларованих) стратегій розвитку досліджуваним підприємством будівельної галузі (Effst), підприємство має перспективи його погіршення, якщо за умов зростання обсягів розвитку не буде здійснено оновлення обладнання та технологій. Визначені на стратегічному рівні стратегії, особливо, інноваційна локальна стратегія, не мали високої ефективності впровадження, в тому числі через відсутність інвестицій на їх реалізацію, недостатність власного потенціалу.

В табл. 3 подано визначення рівня ефективності впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуваним підприємством будівельної галузі (Effst) ПрАТ «Домобудівний комбінат № 4» (структурний елемент Корпорації «ДБК-ЖИТЛОБУД») (Creal) за 2015–2017 рр.

Таблиця 3

Рівень ефективності впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуванім підприємством будівельної галузі (Effst) ПрАТ «Домобудівний комбінат № 4» (структурний елемент Корпорації «ДБК-ЖИТЛОБУД») (Creal) за 2015–2017 рр.

№ з/п	Найменування оціночного показника стратегії розвитку	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Зміна (+/-)	
					в 2016 р. порівняно з 2015 р.	в 2017 р. порівняно з 2016 р.
1	Звітні дані (2015–2017 рр. – результат впровадження стратегії розвитку – стратегії концентрованого росту (ріст пропозицій будівельної продукції в рамках первинного ринку нерухомого житлового майна, збільшення обсягів збуту в рамках освоєної ринкової ніші) – напрямок А)					
1.1	Обсяг доходу (виручки) від реалізації будівельної продукції (Sdi (Cpl1), тис. грн.	944214	1217133,6	1310410,8	272919,6	93277,2
1.2	Обсяг виробництва будівельної продукції (Sdi (Cpl2), тис. грн.	730022	936137	988677	206115	52540
1.3	Обсяг чистого прибутку (Sdi (Cpl3), тис. грн.	8750	16728	35883	7978	19155
1.4	Частка ринку (відношення обсягу виробництва підприємства до обсягу виробництва в галузі) (Sdi (Cpl4), тис. грн.	1,269	1,270	0,936	0,001	-0,334
1.5	Звітна ефективність інвестицій (та або оновлення основних засобів (обладнання), нематеріальних активів (технологій) за балансовою вартістю)) в рамках впровадження стратегії розвитку підприємства, (Cinvrep), %	0	0	0	0	0
2	Планові стратегічні дані (2015–2017 рр. – планування результату впровадження стратегії розвитку – стратегії концентрованого росту (ріст пропозицій будівельної продукції в рамках первинного ринку нерухомого житлового майна, збільшення обсягів збуту в рамках освоєної ринкової ніші) – напрямок А)					
2.1	Обсяг доходу (виручки) від реалізації будівельної продукції (Sdi (Cpl1), тис. грн.	1217133,6	1310410,8	272919,6	93277,2	-1037491,2
2.2	Обсяг виробництва будівельної продукції (Sdi (Cpl2), тис. грн.	936137	988677	206115	52540	-782562
2.3	Обсяг чистого прибутку (Sdi (Cpl3), тис. грн.	16728	35883	7978	19155	-27905
2.4	Частка ринку (відношення обсягу виробництва підприємства до обсягу виробництва в галузі) (Sdi (Cpl4), тис. грн.	1,270	0,936	0,001	-0,334	-0,935
2.5	Планова ефективність інвестицій (та або оновлення основних засобів (обладнання), нематеріальних активів (технологій) за балансовою вартістю)), передбачених стратегією розвитку підприємства, (Cinvpl), %	0	0	0	0	0
3	Ефективність впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуванім підприємством будівельної галузі (Effst), в т.ч. за рахунок:	1	1	1	0	0
3.1.1	додаткових факторів	0	0	0	0	0

Джерело: складено автором за матеріалами [7; 8]

Аналіз результатів розрахунків, наведених в табл. 3, свідчить, що:

1) впродовж 2015–2017 рр. ПрАТ «Домобудівний комбінат № 4» (структурний елемент Корпорації «ДБК-ЖИТЛОБУД») не забезпечило інвестицій в розвиток, оновлення основних засобів (обладнання), нематеріальних активів (технологій). Як показують результати стратегічного планування, інвестиції в розвиток не передбачались в прогнозних показниках. Хоча у підприємства і були відсутні інвестиції в розвиток, спостерігалось стратегічне планування та впровадження стратегії розвитку – стратегії концентрованого росту (ріст пропозицій будівельної продукції в рамках первинного ринку нерухомого житлового майна, збільшення обсягів збуту в рамках освоєної ринкової ніші). Підприємство не орієнтоване на впровадження інноваційних заходів в рамках вказаних стратегій розвитку, що підтверджується відсутністю відповідних інвестицій;

2) за 2015–2017 рр. ПрАТ «Домобудівний комбінат № 4» (структурний елемент Корпорації «ДБК-ЖИТЛОБУД») демонструє значення ефективності впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку (Effst) на рівні 1, тобто, на середньому, не змінному рівні. Таке значення показника вказує на виконання стратегічних планових показників, але відсутність синергетизму, прогресу. Останнє обумовлене недостатнім забезпеченням технологій, обладнання. Факт відсутності інвестицій за умов невинного зростання показників стратегічного розвитку на підприємстві свідчить про можливість перспектив втрати рівня технологічності, забезпеченості обладнанням для цілей реалізації стратегій тощо. В табл. 4 наведено розрахунок рівня ефективності впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуваним підприємством будівельної галузі (Effst) ПрАТ «Завод залізобетонних конструкцій № 1» (Creal) за 2015–2017 рр.

Таблиця 4

Рівень ефективності впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуваним підприємством будівельної галузі (Effst) ПрАТ «Завод залізобетонних конструкцій №1» (Creal) за 2015–2017 рр.

№ з/п	Найменування оціночного показника стратегії розвитку	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Зміна (+/-)	
					в 2016 р. порівняно з 2015 р.	в 2017 р. порівняно з 2016 р.
1	2	3	4	5	6	7
1	Звітні дані (2015–2017 рр. – результат впровадження стратегії розвитку – стратегії концентрованого росту (забезпечення зростання обсягів виробництва та реалізації традиційної будівельної продукції підприємства (житлових будинків з власних матеріалів, які виготовляються на базі заводських потужностей) в рамках освоєної ринкової ніші) – напрямом А)					
1.1	Обсяг доходу (виручки) від реалізації будівельної продукції (Sdi (Cpl1), тис. грн.	165726	257652	379561,2	91926	121909,2
1.2	Обсяг виробництва будівельної продукції (Sdi (Cpl2), тис. грн.	110682	168952	253902	58270	84950
1.3	Обсяг чистого прибутку (Sdi (Cpl3), тис. грн.	1136	11704	29656	10568	17952
1.4	Частка ринку (відношення обсягу виробництва підприємства до обсягу виробництва в галузі) (Sdi (Cpl4), тис. грн.	0,192	0,229	0,240	0,037	0,011

Продовження таблиці 4

1	2	3	4	5	6	7
1.5	Звітна ефективність інвестицій (та або оновлення основних засобів (обладнання), нематеріальних активів (технологій) за балансовою вартістю) в рамках впровадження стратегії розвитку підприємства, (Cinvtr), %	0	0	0	0	0
2	Планові стратегічні дані (2015–2017 рр. – планування результату впровадження стратегії розвитку – стратегії концентрованого росту (забезпечення зростання обсягів виробництва та реалізації традиційної будівельної продукції підприємства (житлових будинків з власних матеріалів, які виготовляються на базі заводських потужностей) в рамках освоєної ринкової ніші) – напрямок А)					
2.1	Обсяг доходу (виручки) від реалізації будівельної продукції (Sdi (Cpl1), тис. грн.	165726	257652	379561,2	91926	121909,2
2.2	Обсяг виробництва будівельної продукції (Sdi (Cpl2), тис. грн.	110682	168952	253902	58270	84950
2.3	Обсяг чистого прибутку (Sdi (Cpl3), тис. грн.	1136	11704	29656	10568	17952
2.4	Частка ринку (відношення обсягу виробництва підприємства до обсягу виробництва в галузі) (Sdi (Cpl4), тис. грн.	0,192	0,229	0,240	0,037	0,011
2.5	Планова ефективність інвестицій (та або оновлення основних засобів (обладнання), нематеріальних активів (технологій) за балансовою вартістю), передбачених стратегією розвитку підприємства, (CInvpl), %	0	0	0	0	0
3	Ефективність впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуванім підприємством будівельної галузі (Effst), в т.ч. за рахунок:	1	1	1	0	0
3.1.	додаткових факторів	0	0	0	0	0

Джерело: складено автором за матеріалами [9; 10]

Оцінка результатів розрахунків, поданих в табл. 4, дозволяє констатувати наступне, зокрема:

1) за період 2015–2017 рр. ПрАТ «Завод залізобетонних конструкцій № 1» не здійснювало та не планувало інвестицій в розвиток, оновлення основних засобів (обладнання), нематеріальних активів (технологій), що використовуються для впровадження стратегій. За цей період досліджуване підприємство визначило та впроваджувало на стратегічному рівні стратегію розвитку – стратегію концентрованого росту (забезпечення зростання обсягів виробництва та реалізації традиційної будівельної продукції підприємства (житлових будинків з власних матеріалів, які виготовляються на базі заводських потужностей) в рамках освоєної ринкової ніші). Всі стратегічні заходи були визначені на базі використання існуючих технологій, обладнання, і, відповідно, реалізація цієї стратегії відбувалась в рамках наявних можливостей. У підприємства відсутні інноваційні підходи до стратегічного планування та реалізації стратегій розвитку, що пояснюється відсутністю інвестицій в розвиток;

2) впродовж 2015–2017 рр. значення ефективності впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуванім підприємством будівельної галузі ПрАТ «Завод залізобетонних конструкцій № 1» (Effst) було на рівні 1,

яке відповідає середньому рівню. Вказане значення свідчить про виконання стратегічних планових показників, відсутність прогресу, синергетичного ефекту від впливу додаткових факторів. У великій мірі такий результат можемо пояснити відсутністю інвестиційного розвитку, оновлення основних засобів, обладнання, які використовуються для впровадження стратегії. Відповідно, підприємство демонструє зростання в умовах зношуваності технологічного обладнання, технологій, що використовуються в процесі впровадження обраної стратегії розвитку.

В табл. 5 представлено розрахунок рівня ефективності впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуваним підприємством будівельної галузі (Effst) ТОВ «Астроінвест-Енерджі» (Creal) за 2015–2017 рр.

Таблиця 5

Рівень ефективності впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуваним підприємством будівельної галузі (Effst) ТОВ «Астроінвест-Енерджі» (Creal) за 2015–2017 рр.

№ з/п	Найменування оціночного показника стратегії розвитку	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Зміна (+/-)	
					в 2016 р. порівняно з 2015 р.	в 2017 р. порівняно з 2016 р.
1	2	3	4	5	6	7
1	Звітні дані (2015–2017 рр. – результат впровадження стратегії розвитку – стратегії концентрованого росту (збільшення обсягів виробництва та реалізації об’єктів інженерної інфраструктури (об’єктів газотранспортної системи) в рамках освоєної ринкової ніші) – напрямок А)					
1.1	Обсяг доходу (виручки) від реалізації будівельної продукції (Sdi (Cpl1), тис. грн.	232927,2	274938	293883,6	42010,8	18945,6
1.2	Обсяг виробництва будівельної продукції (Sdi (Cpl2), тис. грн.	165520	215085	220367	49565	5282
1.3	Обсяг чистого прибутку (Sdi (Cpl3), тис. грн.	-501504	-492784	-25707	8720	467077
1.4	Частка ринку (відношення обсягу виробництва підприємства до обсягу виробництва в галузі) (Sdi (Cpl4), тис. грн.	0,288	0,292	0,209	0,004	-0,083
1.5	Звітна ефективність інвестицій (та або оновлення основних засобів (обладнання), нематеріальних активів (технологій) за балансовою вартістю) в рамках впровадження стратегії розвитку підприємства (Cinvtr), %	0	0	0	0	0
2	Планові стратегічні дані (2015–2017 рр. – планування результату впровадження стратегії розвитку – стратегії концентрованого росту (збільшення обсягів виробництва та реалізації об’єктів інженерної інфраструктури (об’єктів газотранспортної системи) в рамках освоєної ринкової ніші) – напрямок А)					
2.1	Обсяг доходу (виручки) від реалізації будівельної продукції (Sdi (Cpl1), тис. грн.	232927,2	274938	293883,6	42010,8	18945,6
2.2	Обсяг виробництва будівельної продукції (Sdi (Cpl2), тис. грн.	165520	215085	220367	49565	5282

Продовження таблиці 5

1	2	3	4	5	6	7
2.3	Обсяг чистого прибутку (Sdi (Cpl3), тис. грн.	-351052,8	-70210,56	2520	280842,24	72730,56
2.4	Частка ринку (відношення обсягу виробництва підприємства до обсягу виробництва в галузі) (Sdi (Cpl4), тис. грн.	0,288	0,292	0,209	0,004	-0,083
2.5	Планова ефективність інвестицій (та або оновлення основних засобів (обладнання), нематеріальних активів (технологій) за балансовою вартістю), передбачених стратегією розвитку підприємства, (CInvpl), %	0	0	0	0	0
3	Ефективність впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуваним підприємством будівельної галузі (Effst), в т.ч. за рахунок:	1,429	7,019	-10,201	5,59	-17,22
3.1.1	додаткових факторів	0	0	0	0	0

Джерело: складено автором за матеріалами [11]

Вивчення результатів табл. 5 дає можливість зробити наступні висновки, а саме:

1) впродовж 2015–2017 рр. ТОВ «Астроінвест-Енерджі» на стратегічному та рівні впровадження стратегій не здійснювало інвестицій в розвиток, не оновлювало основних засобів, технологій, які використовуються в процесі впровадження стратегічних параметрів. Як і у випадку попередніх чотирьох підприємств, ТОВ «Астроінвест-Енерджі» реалізує стратегію розвитку, не забезпечену інвестиційними ресурсами. На стратегічному рівні було заплановано та на фактичному рівні впроваджено стратегію розвитку – стратегію концентрованого росту (збільшення обсягів виробництва та реалізації об'єктів інженерної інфраструктури (об'єктів газотранспортної системи) в рамках освоєної ринкової ніші);

2) значення ефективності впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуваним підприємством будівельної галузі ТОВ «Астроінвест-Енерджі» (Effst) за період 2015–2016 рр. знаходилося на рівні більше 1. Здійснюється висновок щодо забезпечення позапланової ефективності впровадження стратегії розвитку та дії додаткових факторів впливу. В 2017 р. цей показник вже на рівні менше 0. Встановлюється факт відсутності досягнення стратегічних планових показників на рівні досліджуваного будівельного підприємства.

Відповідно, зазначені результати, як і за даними аналізу попередніх досліджуваних підприємств будівельної галузі України, пов'язані із тим, що для стратегічного планування та реалізації стратегій розвитку не передбачається інвестування, яке б сприяло ефективному функціонуванню. Власні потужності не оновлюються тривалий час, що може стати причиною

невідповідності впровадження стратегічних параметрів розвитку в перспективі. Одним із свідчень цього є невідповідність фінансового результату від функціонування, отриманого підприємством за результатами впровадження стратегії. Представлена картина стану та трансформацій рівня ефективності впровадження планових (задекларованих) стратегій розвитку досліджуваних найбільших підприємств будівельної галузі України впродовж 2015–2017 рр. дозволяє сформулювати основні положення історіографії становлення цієї сфери за вказаний період, серед яких, зокрема: відсутність інвестицій в розвиток, незважаючи на потреби оновлення основних засобів та технологій, що використовуються для впровадження стратегічних параметрів; недостатнє впровадження інновацій в сфері управління методами будівництва, управлінні відходами, управлінні енергоефективністю будівельної продукції та будівництва (встановлено, що тільки два (ДП АТ «БК «Укрбуд» та ПрАТ «ХК «Київміськбуд») з п'яти підприємств використовують інновації, і лише одне забезпечує їх ефективне впровадження (а саме, ДП АТ «БК «Укрбуд»)).

В табл. 6 наведено порядок оцінки найбільш вагомego впливу факторів на рівень ефективності впровадження стратегій досліджуваних підприємств будівельної галузі країни.

Таблиця 6

Порядок оцінки найбільш вагомego впливу факторів на рівень ефективності впровадження стратегій досліджуваних підприємств будівельної галузі країни

1-й етап
↓
Визначення загального рівня впливу зовнішніх факторів на розвиток будівельної галузі України (E) (у %)
↓
2-й етап
↓
Визначення загального рівня впливу внутрішніх факторів на розвиток будівельної галузі України (CI) (у %)
↓
3-й етап
↓
Визначення загального рівня впливу міжнародних факторів на розвиток будівельної галузі України (I) (у %)
↓
4-й етап
↓
Визначення рівня впливу додаткових внутрішніх факторів суб'єктів будівельної галузі країни (AE) (табл. 1 - 5) (у %)
↓
5-й етап
↓
Визначення загального впливу факторів за основними категоріями (у вигляді формули впливу) (CF). Встановлення позитивного (+), негативного (-) впливів за певними категоріями факторів, вивчення трансформації їх зміни (у %)

Джерело: авторська розробка

На другому етапі проведемо оцінку найбільш вагомого впливу факторів на рівень ефективності впровадження стратегій досліджуваних підприємств впродовж 2015–2017 рр. Для вказаних цілей можна запропонувати авторське бачення до оцінки, що базується на інтеграції підходів до оцінки впливу зовнішніх факторів на розвиток будівельної галузі країни, впливу загальних внутрішніх факторів на розвиток будівельної галузі країни, впливу міжнародних факторів на розвиток будівельної галузі країни, впливу додаткових внутрішніх факторів суб'єктів будівельної галузі країни (табл. 1–5).

За результатами представленого авторського підходу (табл. 6) в дослідженні передбачено визначення загального впливу факторів дії, відповідних для будівельної галузі та впливу додаткових внутрішніх факторів суб'єктів будівельної галузі країни впродовж 2015–2017 рр. Відповідно до умов зазначеного підходу, оцінка впливу комплексу зазначених факторів розвитку підприємств будівельної галузі України досліджується через їх позитивну або негативну дію на стан ефективності впровадження планових (задекларованих) стратегій розвитку.

Керуючись вказаним методичним порядком (табл. 6), проведемо розрахунок найбільш вагомого впливу факторів на рівень ефективності впровадження стратегій досліджуваних підприємств впродовж періоду 2015–2017 рр. (табл. 7).

Таблиця 7

Вплив факторів на рівень ефективності впровадження стратегій досліджуваних підприємств будівельної галузі України впродовж 2015–2017 рр.

№ з/п	Найменування будівельного підприємства	Формула впливу факторів		
		2015 р.	2016 р.	2017 р.
1	2	3	4	5
1	ДП АТ «БК «Укрбуд»	$-71,134E - 7,31CI - 20,34I + 100AE$	$-56,329E - 2,65CI - 7,16I + 100AE$	$-15,561E + 5,32CI - 3,96I + 100AE$
	Вплив зовнішніх факторів на розвиток будівельної галузі України (E), (у %)	-71,134	-56,329	-15,561
	Вплив загальних внутрішніх факторів на розвиток будівельної галузі України (CI), (у %)	-7,31	-2,65	5,32
	Вплив міжнародних факторів на розвиток будівельної галузі України (I), (у %)	-20,34	-7,16	-3,96
	Вплив додаткових внутрішніх факторів суб'єкта будівельної галузі країни (AE), (у %)	100	100	100
	Загальний вплив факторів за основними категоріями (CF), (у %)	1,216	33,861	85,799
2	ПрАТ «ХК «Київміськбуд»	$-71,134E - 7,31CI - 20,34I + 0AE$	$-56,329E - 2,65CI - 7,16I + 0AE$	$-15,561E + 5,32CI - 3,96I + 0AE$
	Вплив зовнішніх факторів на розвиток будівельної галузі України (E), (у %)	-71,134	-56,329	-15,561
	Вплив загальних внутрішніх факторів на розвиток будівельної галузі України (CI), (у %)	-7,31	-2,65	5,32

Продовження таблиці 7

1	2	3	4	5
	Вплив міжнародних факторів на розвиток будівельної галузі України (I), (у %)	-20,34	-7,16	-3,96
	Вплив додаткових внутрішніх факторів суб'єкта будівельної галузі країни (AE), (у %)	0	0	0
	Загальний вплив факторів за основними категоріями (CF), (у %)	-98,784	-66,139	-14,201
3	ПрАТ «Домобудівний комбінат № 4» (структурний елемент Корпорації «ДБК-ЖИТЛОБУД»)	$-71,134E - 7,31CI - 20,34I + 0AE$	$-56,329E - 2,65CI - 7,16I + 0AE$	$-15,561E + 5,32CI - 3,96I + 0AE$
	Вплив зовнішніх факторів на розвиток будівельної галузі України (E), (у %)	-71,134	-56,329	-15,561
	Вплив загальних внутрішніх факторів на розвиток будівельної галузі України (CI), (у %)	-7,31	-2,65	5,32
	Вплив міжнародних факторів на розвиток будівельної галузі України (I), (у %)	-20,34	-7,16	-3,96
	Вплив додаткових внутрішніх факторів суб'єкта будівельної галузі країни (AE), (у %)	0	0	0
	Загальний вплив факторів за основними категоріями (CF), (у %)	-98,784	-66,139	-14,201
4	ПрАТ «Завод залізобетонних конструкцій № 1»	$-71,134E - 7,31CI - 20,34I + 0AE$	$-56,329E - 2,65CI - 7,16I + 0AE$	$-15,561E + 5,32CI - 3,96I + 0AE$
	Вплив зовнішніх факторів на розвиток будівельної галузі України (E), (у %)	-71,134	-56,329	-15,561
	Вплив загальних внутрішніх факторів на розвиток будівельної галузі України (CI), (у %)	-7,31	-2,65	5,32
	Вплив міжнародних факторів на розвиток будівельної галузі України (I), (у %)	-20,34	-7,16	-3,96
	Вплив додаткових внутрішніх факторів суб'єкта будівельної галузі країни (AE), (у %)	0	0	0
	Загальний вплив факторів за основними категоріями (CF), (у %)	-98,784	-66,139	-14,201
5	ТОВ «Астроінвест-Енерджі»	$-71,134E - 7,31CI - 20,34I + 0AE$	$-56,329E - 2,65CI - 7,16I + 0AE$	$-15,561E + 5,32CI - 3,96I + 0AE$
	Вплив зовнішніх факторів на розвиток будівельної галузі України (E), (у %)	-71,134	-56,329	-15,561
	Вплив загальних внутрішніх факторів на розвиток будівельної галузі України (CI), (у %)	-7,31	-2,65	5,32
	Вплив міжнародних факторів на розвиток будівельної галузі України (I), (у %)	-20,34	-7,16	-3,96
	Вплив додаткових внутрішніх факторів суб'єкта будівельної галузі країни (AE), (у %)	0	0	0
	Загальний вплив факторів за основними категоріями (CF), (у %)	-98,784	-66,139	-14,201

Джерело: складено автором

Згідно з даними оцінки, представленими в табл. 7, можемо констатувати наступне, зокрема: 1) ДП АТ «БК «Укрбуд» – єдина з досліджуваних будівельних компаній, яка змогла забезпечити ефективність стратегічного розвитку, використовуючи власні ресурси. За результатами оцінки впливу

зазначених факторів на стан ефективності впровадження стратегії розвитку можна відмітити позитивний вплив. Це було пов'язано у великій мірі з успішним синергетичним впливом додаткового внутрішнього фактору – позапланове впровадження інновацій в сфері управління будівництвом. Найбільш ефективним був вплив факторів в 2017 р., коли завдяки скороченню негативної дії зовнішніх та міжнародних, покращенню загальних внутрішніх, підприємство демонструвало високий ефект від внутрішніх додаткових факторів. Відповідно, ДП АТ «БК «Укрбуд» змогло забезпечити протидію зовнішнім, загальним внутрішнім (галузовим) та міжнародним факторам, використавши внутрішній потенціал та успішно реалізувавши впровадження інновацій; 2) інші чотири досліджуваних підприємства будівельної галузі не демонстрували в процесі впровадження стратегій розвитку додаткових внутрішніх факторів і це не дало змоги їм протистояти впливу зовнішніх, загальних внутрішніх (галузових) та міжнародних факторів. Як свідчить аналіз, впродовж трьох років скорочувався негативний вплив цих факторів, який переважав над позитивним, і це, в свою чергу дало можливість в 2016 р., 2017 р. повністю реалізувати стратегічні плани всім підприємствам. В 2015 р. через високий вплив вказаних факторів ПрАТ «ХК «Київміськбуд» не змогло реалізувати повністю запланованих стратегічних параметрів за всіма напрямками розвитку.

Висновки з проведеного дослідження. Представлене дослідження дозволяє оцінити рівень внутрішнього опору впливу зовнішніх, загальних внутрішніх (галузових) та міжнародних факторів з боку найбільших підприємств будівельної галузі України впродовж 2015–2017 рр. Картина стану впливу цих факторів є історіографією стратегічного розвитку суб'єктів галузі протягом вказаного періоду, яка може бути використана для порівняння за параметрами розвитку щодо протидії факторного впливу для інших підприємств в цій сфері (середніх, малих тощо). Встановлена картина впливу факторів обумовлена стратегічним розвитком найбільших підприємств, положення якого визначені в процесі оцінки рівня ефективності впровадження стратегій розвитку. Доведено, що єдиним підприємством, яке має високий рівень ефективності впровадження стратегій розвитку, виступає ДП АТ «БК «Укрбуд», яке, в свою чергу, характеризується високим опором факторного впливу.

Перелік посилань

1. Державне публічне акціонерне товариство «Будівельна компанія «Укрбуд». URL: <https://smida.gov.ua/db/participant/33298371> (дата звернення: 08.06.2019).

2. Річна інформація емітента цінних паперів (річний звіт) ДП АТ «БК «Укрбуд» за 2018 р. URL: <https://kmb.ua/wp-content/uploads/2019/04/zv%D1%96t-kmb-za-2018-r%D1%96k.pdf> (дата звернення: 08.06.2019).

3. УКРБУД розповів про тренди та інновації в будівництві на II ForumRED. URL: <https://ub.com.ua/news/ukrbud-rozpoviv-pro-trendi-ta-innovatsiji-v-budivnitstvi-na-ii-forumred> (дата звернення: 08.06.2019).

4. Звіти Київміськбуд. URL: <https://kmb.ua/ua/about/corporate-information/otchety/> (дата звернення: 08.06.2019).

5. Київміськбуд. Річний звіт 2018. URL: https://kmb.ua/wp-content/uploads/2019/06/kmb_3105.pdf (дата звернення: 08.06.2019).

6. Приватне акціонерне товариство «Холдингова компанія «Київміськбуд». URL: https://kmb.ua/ua/?gclid=Cj0KCQjwov3nBRDFARIsANGsdoHhg_o2vIOpuGCehwYuwAI0jU_n_3EjyQHlgTurcWklL4wQY1dNBDAaAjpVEALw_wcB (дата звернення: 08.06.2019).

7. Корпорація «ДБК-ЖИТЛОБУД». URL: <https://dbkzhytlobud.com.ua/ua/> (дата звернення: 08.06.2019).

8. Приватне акціонерне товариство «Домобудівний комбінат № 4». URL: <https://smida.gov.ua/db/participant/05503160> (дата звернення: 08.06.2019).

9. Приватне акціонерне товариство "Завод залізобетонних конструкцій № 1". URL: <https://smida.gov.ua/db/participant/04012276> (дата звернення: 08.06.2019).

10. Приватне акціонерне товариство "Завод залізобетонних конструкцій № 1". URL: <http://zzbk1.ua/about-company.htm> (дата звернення: 08.06.2019).

11. 11ТОВ «Астроінвест-Енерджі». URL: <http://www.astroinvest-energy.com.ua/> (дата звернення: 08.06.2019).

References

1. *Derzhavne publichne aktsionerne tovarystvo «Budivelna kompaniia «Ukrbud»* [State Public Joint Stock Company «Construction Company «Ukrbud»], available at: <https://smida.gov.ua/db/participant/33298371> (access date June 08, 2019).

2. *Richna informaciya emitenta cinnyx paperiv (richnyj zvit) DP AT «BK «Ukrbud» za 2018 r.* [Annual information of the issuer of securities (annual report) of JSC «UkrBud» JSC for 2018], available at: <https://kmb.ua/wp-content/uploads/2019/04/zv%D1%96t-kmb-za-2018-r%D1%96k.pdf> (access date June 08, 2019).

3. *UKRBUD rozpoviv pro trendy ta innovaciyi v budivnyctvi na II ForumRED* [UKRBUD spoke about trends and innovations in construction at II ForumRED], available at: <https://ub.com.ua/news/ukrbud-rozpoviv-pro-trendi-ta-innovatsiji-v-budivnitstvi-na-ii-forumred> (access date June 08, 2019).

4. *Zvity Kyivmiskbud* [Reports of the City of Kyiv], available at: <https://kmb.ua/en/about/corporate-information/otchety/> (access date June 08, 2019).

5. *Kyyivmis"kbud. Richnyj zvit 2018* [Kyivmiskbud. Annual Report 2018], available at: https://kmb.ua/wp-content/uploads/2019/06/kmb_3105.pdf (access date June 08, 2019).

6. *Pryvatne akcionerne tovarystvo «Xoldynhova kompaniya «Kyyivmis"kbud»* [Private Joint Stock Company «Kyivmiskbud Holding Company»], available

at:https://kmb.ua/en/?gclid=Cj0KCQjwov3nBRDFARIsANgsdoHhg_o2vlOpuGCehwYuWAI0jU_n_3EjyQHIgTupcWklL4wQY1dNBDAaAjpVwEALw_wc.201 (access date June 08, 2019).

7. *Korporaciya «DBK-ZhYTLOBUD»* [Corporation «DBK-ZHITLOBUD»], available at: <https://dbkzhytlobud.com.ua/en/> (access date June 08, 2019).

8. *Pryvatne akcionerne tovarystvo «Domobudivnyj kombinat № 4»* [Private Joint-Stock Company «House-Building Plant №4»], available at: <https://smida.gov.ua/db/participant/05503160> (access date June 08, 2019).

9. *Pryvatne akcionerne tovarystvo "Zavod zalizobetonnyx konstrukcij №1"* [Private Joint-Stock Company «Reinforced Concrete Structures Plant №1»], available at: <https://smida.gov.ua/db/participant/04012276> (access date June 08, 2019).

10. *Pryvatne akcionerne tovarystvo "Zavod zalizobetonnyx konstrukcij №1"* [Private Joint Stock Company «Reinforced Concrete Structures Plant №1»], available at: <http://zzbk1.ua/about-company.htm> (access date June 08, 2019).

11. *TOV «Astroinvest-Enerdzhi»* [Astroinvest-Energy LLC], available at: <http://www.astroinvest-energy.com.ua/> (access date June 08, 2019).

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 69:65.016 ; JEL Classification: D23, L74

Кононова О.Є. РІВЕНЬ ЕФЕКТИВНОСТІ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Мета: метою дослідження є визначення загального впливу факторів дії, відповідних для будівельної галузі, та впливу додаткових внутрішніх факторів суб'єктів будівельної галузі країни впродовж аналізованого періоду. **Методика дослідження:** оцінка можлива за умов використання ефективної, ґрунтовної та надійної методики аналізу. Дана методика оцінки ефективності стратегій розвитку підприємств будівельної галузі України враховує всебічний та широкий діапазон оціночних показників (обсяги доходу (виручки) від реалізації будівельної продукції, обсяги виробництва будівельної продукції, частку ринку згідно планових та звітних параметрів реалізації стратегії розвитку).

У ході виконання дослідження використовувались: – методи системного аналізу і синтезу для розгляду теоретичних аспектів ефективності стратегій розвитку; – методи статистичного аналізу для дослідження фінансового стану будівельних підприємств України; – методи економічного та математичного аналізу для визначення кількісної оцінки та оціночних показників; – методи формальної логіки для розробки висновків та шляхів підвищення ефективності стратегій розвитку будівельних підприємств України. **Результати дослідження:** у статті проведено розрахунок та оцінку ефективності впровадження планової (задекларованої) стратегії розвитку досліджуваних п'яти підприємств будівельної галузі України за 2015–2017 рр. Наведено порядок оцінки найбільш вагомого впливу факторів на рівень ефективності впровадження стратегій досліджуваних підприємств будівельної галузі країни. Представлена картина стану та трансформацій рівня ефективності впровадження планових (задекларованих) стратегій розвитку досліджуваних

найбільших підприємств будівельної галузі України впродовж 2015-2017 рр. дозволяє сформулювати основні положення історіографії становлення цієї сфери за вказаний період, серед яких, зокрема: відсутність інвестицій в розвиток, незважаючи на потреби оновлення основних засобів та технологій, що використовуються для впровадження стратегічних параметрів; недостатнє впровадження інновацій в сфері управління методами будівництва, управлінні відходами, управлінні енергоефективністю будівельної продукції та будівництва (встановлено, що тільки два (ДП АТ «БК «Укрбуд» та ПрАТ «ХК «Київміськбуд») з п'яти підприємств використовують інновації і лише одне забезпечує їх ефективне впровадження (а саме, ДП АТ «БК «Укрбуд»)). Проведено оцінку найбільш вагомому впливу факторів на рівень ефективності впровадження стратегій досліджуваних підприємств впродовж 2015–2017 рр. **Наукова новизна:** вперше обґрунтовано в даному дослідженні визначення загального впливу загальних факторів дії, відповідних для будівельної галузі та впливу додаткових внутрішніх факторів суб'єктів будівельної галузі країни впродовж аналізованого періоду. Встановлено, що на відміну від існуючого підходу, визначається оцінка впливу комплексу зазначених факторів розвитку підприємств будівельної галузі України, які досліджуються через їх позитивну або негативну дію на стан ефективності впровадження планових (задекларованих) стратегій розвитку. Слід відмітити, що всі значення зазначених факторів за окремими вказаними категоріями розраховані в рамках даного дослідження. Доведено, що для визначення найбільш вагомому впливу факторів на рівень ефективності впровадження стратегій досліджуваних підприємств будівельної галузі країни здійснено їх інтегровану оцінку. **Практична значущість:** представлене дослідження дозволяє оцінити рівень внутрішнього опору впливу зовнішніх, загальних внутрішніх (галузевих) та міжнародних факторів з боку найбільших підприємств будівельної галузі України впродовж 2015-2017 рр. Картина стану впливу цих факторів є історіографією стратегічного розвитку суб'єктів галузі протягом вказаного періоду, яка може бути використана для порівняння за параметрами розвитку щодо протидії факторного впливу для інших підприємств в цій сфері (середніх, малих тощо).

Ключові слова: оцінка; методика; розвиток; ефективність; фактори впливу; будівельні підприємства; будівельна галузь.

УДК 69:65.016 ; JEL Classification: D23, L74

Кононова А.Е. УРОВЕНЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ

Цель: целью исследования является определение воздействия общих факторов действия, определенных для строительной отрасли и влияния дополнительных внутренних факторов субъектов строительной отрасли страны на протяжении анализируемого периода. **Методика исследования:** оценка возможна при использовании эффективной, основательной и надежной методики анализа. Данная методика оценки эффективности стратегий развития предприятий строительной отрасли Украины учитывает всесторонний и

широкий диапазон оценочных показателей (объемы дохода (выручки) от реализации строительной продукции, объемы производства строительной продукции, долю рынка согласно плановым и отчетным параметрам реализации стратегии развития). В ходе выполнения исследования использовались: - методы системного анализа и синтеза для рассмотрения теоретических аспектов эффективности стратегий развития; - методы статистического анализа для исследования финансового состояния строительных предприятий Украины; - методы экономического и математического анализа для определения количественной оценки и оценочных показателей; - методы формальной логики для разработки выводов и путей повышения эффективности стратегий развития строительных предприятий Украины. **Результаты исследования:** был проведен расчет и оценка эффективности внедрения плановой (задекларированной) стратегии развития исследуемых пяти предприятий строительной отрасли Украины за 2015-2017 гг. Также был приведен порядок оценки наиболее весомого влияния факторов на уровень эффективности внедрения стратегий исследуемых предприятий строительной отрасли страны. Представленная картина состояния и трансформаций уровня эффективности внедрения плановых (задекларированных) стратегий развития исследуемых крупнейших предприятий строительной отрасли Украины в течение 2015-2017 гг., позволяет сформулировать основные положения историографии становления этой сферы за указанный период, среди которых, в частности: отсутствие инвестиций в развитие, несмотря на потребности обновления основных средств и технологий, используемых для внедрения стратегических параметров; недостаточное внедрение инноваций в сфере управления методами строительства, управлении отходами, управлении энергоэффективностью строительной продукции и строительства (установлено, что только два (ГП АО «СК «Укрбуд» и ЗАО «ХК «Киевгорстрой») из пяти предприятий используют инновации, и лишь одно обеспечивает их эффективное внедрение (в частности, ГП АО «СК «Укрбуд»)). Также автором была проведена оценка наиболее весомого влияния факторов на уровень эффективности внедрения стратегий исследуемых предприятий в течение исследуемого периода 2015-2017 гг. **Научная новизна:** впервые обосновано в данном исследовании определения общего влияния общих факторов действия, характерных для строительной отрасли и влияния дополнительных внутренних факторов субъектов строительной отрасли страны в течение рассматриваемого периода. Установлено, что в отличие от существующего подхода, определяется оценка влияния комплекса указанных факторов развития предприятий строительной отрасли Украины, исследуются через их положительное или негативное воздействие на состояние эффективности внедрения плановых (задекларированных) стратегий развития. Следует отметить, что все значения указанных факторов по отдельным указанным категориям рассчитаны в рамках данного исследования. Доказано, что для определения наиболее весомого влияния факторов на уровень эффективности внедрения стратегий исследуемых предприятий строительной отрасли страны осуществлено их интегрированную

оценку. **Практическая значимость:** представленное исследование позволяет оценить уровень внутреннего сопротивления воздействию внешних, общих внутренних (отраслевых) и международных факторов со стороны крупнейших предприятий строительной отрасли Украины в течение 2015-2017 гг. Картина состояния влияния этих факторов является историографией стратегического развития субъектов отрасли в течение указанного периода, которая может быть использована для сравнения по параметрам развития по противодействию факторного влияния для других компаний в этой сфере (средних, малых и т.п.).

Ключевые слова: оценка; методика; развитие; эффективность; факторы влияния; строительные предприятия; строительная отрасль.

UDC 69:65.016 ; JEL Classification: D23, L74

Kononova O. THE LEVEL OF DEVELOPMENT STRATEGIES EFFICIENCY OF UKRAINIAN CONSTRUCTION INDUSTRY

The purpose: to determine the overall impact of the factors relevant to the construction industry and the impact of additional internal factors of the country's construction industry subjects during the analyzed period. **Research Methodology:** assessment is possible using an effective, thorough and reliable analysis methodology. Proposed assessing methodology of the effectiveness of strategies development of Ukrainian construction industry enterprises takes into account a comprehensive and wide range of valuation indicators (sales revenue of construction products, volumes of construction products production, market share in accordance with the planned and actual parameters of the development strategy implementation). The following methods were used: - methods of system analysis and synthesis to consider theoretical aspects of the effectiveness of development strategies; - methods of statistical analysis for studying the financial condition of Ukrainian construction enterprises; - methods of economic and mathematical analysis to determine quantitative assessment and evaluation indicators; - formal logic methods for conclusions development and ways to improving the effectiveness of development strategies of Ukrainian construction enterprises. **Results:** the calculation and evaluation of the effectiveness of the planned (declared) development strategy implementation of the five construction industry enterprises of Ukraine for 2015-2017 were conducted. The estimation procedure of the most significant influence of factors on the level of implementation effectiveness of strategies of the country's construction industry enterprises was given. The presented results of the state and transformations of the implementation effectiveness level of the planned (declared) development strategies allows to form the basic provisions of the formation historiography of this sphere for the specified period. these include: lack of investment in development, despite the need to upgrade the fixed assets and technologies used to implement strategic parameters; insufficient implementation of innovations of construction methods management, waste management, management of energy efficiency of construction products and construction (it is established that only two (SC JSC “BK “Ukrbud” and PJSC “HK “Kyivmiskbud”) are used the innovations and only one enterprise uses effective innovations implementation (SC JSC “BK “Ukrbud”). The most significant influence of factors on the effectiveness

level of the strategies implementation of the surveyed enterprises during 2015–2017 was estimated. **Scientific novelty:** for the first time the determination of the overall impact of the general factors of action relevant to the construction industry and the impact of additional internal factors of the subjects of the country's construction industry during the analyzed period is substantiated. It is established that, unlike the existing approach, an assessment of the impact of a set of these factors of development of Ukrainian construction enterprises, which are investigated through their positive or negative effect on the state of effectiveness of the implementation of planned (declared) development strategies. It should be noted that all values of these factors for the individual specified categories were calculated within the framework of this study. It is proved that in order to determine the most significant influence of factors on the effectiveness level of strategies implementation of the studied country's construction enterprises, and their integrated assessment was carried out. **Practical value:** the presented study allows to estimate the level of internal resistance to the influence of external, general internal (sectoral) and international factors by the largest enterprises of the construction industry of Ukraine during 2015-2017. The investigated results of the factors influence state is a historiography of the strategic development of the subjects of the industry during the specified period, which can be used to compare by parameters of development the counteracting of factor influence for other enterprises in this industry (medium, small, etc.).

Key words: estimation; methodology; development; efficiency; factors of influence; construction enterprises; construction industry.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Кононова Олександра Євгеніївна – кандидат економічних наук, доцент, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури», доцент кафедри фінансів, обліку та маркетингу, м. Дніпро, Україна; ; e-mail: oleksandrakononova@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7215-8574>. Моб. 097-697-25-55.

Кононова Александра Евгеньевна – кандидат экономических наук, доцент, ГБУЗ «Приднепровская государственная академия строительства и архитектуры», доцент кафедры финансов, учета и маркетинга, г. Днепр, Украина.

Kononova Oleksandra – PhD in Economic Sciences, Associate Professor, Prydniprovsk State Academy of Civil Engineering and Architecture, Associate Professor at the Department of Finance, Accounting and Marketing, Dnipro, Ukraine.

ЕКОЛОГІЧНА СТІЙКІСТЬ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ: СПРИЙНЯТТЯ ТУРИСТАМИ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРАКТИК ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ

Крайнюк Л. М., канд. техн. наук, професор

Полчанінова І.Л., канд. екон. наук

Покоłodна М.М., канд. геогр. наук, доцент

*Харківський національний університет міського господарства імені
О. М. Бекетова*

Постановка проблеми. Двадцять років тому визначальним фактором при виборі готельного підприємства була пропозиція «Сніданок включено», але сьогодні пріоритети мандрівників змінилися. Зростаюче суспільне розуміння екологічних проблем торкнулося і готельного сектору. Туристи, небайдужі до екологічних проблем, вибирають, де зупинитися під час перебування у подорожі, не тільки виходячи з ціни та місця розташування засобу розміщення, а й з-за прагнення готелю знизити свій вплив на навколишнє середовище. Проте, що багато людей при плануванні відпусток все частіше враховують такий фактор, як екологічність готелю, говорять і результати сучасних досліджень [1 - 3]. Мандрівники готові платити більше за «зелені» продукти та послуги (за дослідженням П. Хвідберга більше 80% споживачів [4]). Відповідно до тренду зростаючого попиту на екологічно чисті готелі, профільна американська інтернет-платформа TripAdvisor запустила програму пошуку готелів EcoLeader, щоб виділити екологічні засоби розміщення і допомогти мандрівникам всього світу планувати більш екологічні поїздки. Мандрівники можуть налаштувати власний пошук і переглянути детальний список екологічно стійких методів, прийнятих кожним засобом розміщення, або вибрати готель відповідно до присвоєного рівня екологічної відповідальності. На платформі представлено більше 6000 готельних об'єктів, удостоєних визнання EcoLeader [5].

У міру того, як прагнення до екологічності в індустрії гостинності зростає, менеджери готельних підприємств стикаються з необхідністю рішень, що стосуються екологічних дій, ділової етики та соціальної відповідальності, та в той же час вони мають забезпечувати економічний успіх діяльності власних закладів. Критичне завдання для готельного менеджменту полягає в тому, щоб краще зрозуміти бажання клієнтів щодо екологічного споживання. Більш глибоке розуміння «зелених» споживачів може призвести готельні заклади до розробки більш ефективних і дієвих «зелених» програм і ініціатив.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження ролі екологічної складової в забезпеченні сталого розвитку готельного комплексу в Україні є відносно новим напрямком досліджень. Аналіз наукових праць вітчизняних науковців показав, що основними напрямками досліджень у сфері екологічної стійкості ринку гостинності є екологічні інновації (Н. М. Влащенко [6], В. М. Гунько, Н. Є. Паньків [7], О. Є. Паук [8]), використання екотехнологій в готельному господарстві (А. В. Маселков, О. Ю. Поясник, Т. І.

Іщенко, О. Б. Шидловська, А. В. Гавриш [9]), аналіз зарубіжного досвіду впровадження концепції екоготелів (В. В. Савченко, Г. М. Агєєва [10], Л. В. Польова, О. В. Філюстін [11]). Роботи М. С. Авдєєвої, Г. В. Кравчук [12], Л. С. Безручко, М. В. Клапчук, Ю. І. Жук [13], О. С. Пушка, Д. Ю. Тіхонової [14] присвячені територіальним особливостям діяльності еко-готелів. У зарубіжній літературі питанням екологічного розвитку готельного господарства присвячено більше уваги, хоча дослідження споживачів послуг екологічних готелів висвітлені тільки частково в декількох фундаментальних роботах, таких як книги Х. Л. Рубрайт [15], В. Легранда, Ф. Слоуна, Дж. С. Чена [16] та К. Вебстер [17].

Невирішені складові загальної проблеми. В умовах зростаючої важливості сталого розвитку готельного комплексу для отримання довгострокових конкурентних переваг, виникає необхідність в оцінці споживчих переваг щодо екологічної продукції та послуг.

Формулювання цілей статті. Мета дослідження полягала в вивченні ставлення туристів до еко-відповідальних практик засобів розміщення Харківського регіону, уточненні аспектів, потребуючих поліпшення, та встановленні, чи може орієнтація на навколишнє середовище являти собою вірну стратегію щодо отримання конкурентних переваг для готельних підприємств Харківського регіону. Головним чином, отримані результати мають стати інструментом, який керівництво готельних закладів може використовувати для поліпшення обслуговування клієнтів.

Виклад основного матеріалу дослідження. В останні роки такі терміни, як «сталий розвиток туризму», «екологічно чистий туристський напрям», «екологічний готель», набувають все більшого значення, в деяких випадках визначаючи реальні зміни звичок і способу життя тисяч людей, визначаючи вибір споживачів і рішення, що приймаються на туристському ринку.

Сталий розвиток не є новою ідеєю, багато культур протягом всієї історії людства визнавали необхідність гармонії між навколишнім середовищем, суспільством і економікою. Але саме після публікації в 1987 р. доповіді Всесвітньої комісії з навколишнього середовища і розвитку «Наше спільне майбутнє» (також відомою як «доповідь Брундтланд») концепція сталого розвитку завжди фігурувала в порядку денному політичних дискусій про взаємини між довкіллям і розвитком. У цьому звіті сталий розвиток було визначено наступним чином: «Сталий розвиток – це розвиток, який задовольняє потреби теперішнього часу, не ставлячи під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні» [18].

Виходячи з цієї концепції, в 1988 р. Всесвітня туристична організація (UNWTO) дала перше визначення сталого туризму, стверджуючи, що «туристська діяльність є стійкою, якщо вона розвивається таким чином, щоб залишатися життєздатною в туристській зоні протягом деякого часу. необмежений, не змінює навколишнє середовище (природне, соціальне і естетичне) і не перешкоджає розвитку інших соціально-економічних видів діяльності» [19].

У 1996 р. Всесвітня рада подорожей і туризму (WTTC) і Міжнародна асоціація готелів і ресторанів спільно з Радою Землі запустили програму політичних дій під назвою «Порядок денний на XXI століття» для індустрії подорожей і туризму: на шляху до екологічно стійкого розвитку [20]. У Хартії про сталий розвиток Європейська асоціація готельєрів та рестораторів HOTREC зазначила, що екологічна стійкість стає все більш важливою для підвищення якості обслуговування клієнтів і загальної задоволеності туристів [21].

2017 р. був оголошений «Міжнародним роком ООН зі сталого розвитку туризму». Це визнання ясно показує, що мандрівники все більше уваги приділяють екологічним проблемам. Не випадково 78% заявили, що зацікавлені в проживанні в екологічно чистому готелі, в порівнянні з 30% в попередньому році. У цьому рейтингу рекорд дістається китайським мандрівникам (93%), за якими слідують бразильці (83%) і іспанці (80%). Приблизно для 38% туристів повага до навколишнього середовища під час поїздок означає, перш за все, економію води, зменшення кількості змін і прання постільної білизни та рушників, а також менше використання миючих засобів, таких як шампунь, мило, зубна паста і леза. Інші прояви екологічності визначаються у споживанні більш автентичних і «місцевих» продуктів харчування, покупки виробів місцевих виробників [22].

Для сфери гостинності наразі пропонується багато важливих екологічних показників. Враховуючи важливість туризму та ключову роль, яку готелі мають відігравати у сталому розвитку цього сектору, Міжнародна асоціація готелів (ІНА), Міжнародна ініціатива з охорони навколишнього середовища (ІНЕІ), Програма ООН з навколишнього середовища (UNEP) та UNEP Промисловість та навколишнє середовище (UNEP / ІЕ) видали посібники під назвою «Пакет екологічних дій для готелів» [23] та «Екологічна практика в готелях» [24], в яких намагаються сприяти екологічному менеджменту готелів та нарощуванню потенціалу з цього важливого питання.

Відповідно до [23], екологічно стійкі готелі повинні прагнути зменшити свій вплив на навколишнє середовище за допомогою таких заходів, як енергозбереження, скорочення відходів та збереження води. У [24] зазначено, що екологічні готелі створюють природне та здорове середовище, заохочуючи тим самим своїх працівників та гостей уважно перевіряти кожен свою оперативну процедуру для мінімізації впливу на навколишнє середовище. Окрім цього, готелі повинні звертатися до екологічної обізнаності своїх гостей, закликаючи їх повторно використовувати рушники та утримуватися від користування одноразовими зручностями під час перебування. Вживаючи ці заходи, готелі сприяють охороні навколишнього середовища та сталому розвитку, привертаючи при цьому гостей, які ототожнюються з цими концепціями [25 - 26].

Варто відзначити, що в Харківському регіоні функціонує досить багато закладів розміщення, що не позиціонують себе як еко-готелі, проте вони активно беруть участь в програмах ресурсозбереження, пропаганді «зеленого» способу життя і мають еко-сертифікати. За відомостями офіційних сайтів

готельних підприємств, серед них: Reikartz, Premier Hotels and Resorts (готелі Харків Палас, Аврора, Космополіт), Hotel Meduza і багато інших. Проте немає жодного закладу, який би мав назву «еко-готель», тобто на практиці «еко-тренди» ще є дуже слабкими. Це обумовлюється значними витратами на будівництво, експлуатацію та інновації, необізнаністю споживачів про існування та особливості таких засобів розміщення. У зв'язку з цим бачиться абсолютно неможливим і неприпустимим абстрагуватися від попиту на екологічний компонент готельних послуг, який, в кінцевому підсумку, визначається особистісними інтересами споживачів.

Більшість менеджерів готелів дуже специфічно ставляться до конфіденційності клієнтів, тому для проведення дослідження обиралися лише такі готельні заклади, керівництво яких висловило бажання прийняти участь. Після першої співбесіди 10 готелів погодилися співпрацювати з опитуванням. За умови, що конфіденційність клієнтів буде захищена, та що їх не будуть турбувати, анкету розміщували в папці з інформаційними матеріалами в номерах гостей. Загалом у готелях було видано 500 анкет та отримано назад 408 заповнених з відповідями. За зібраними демографічними даними, 53,6% респондентів були чоловіки та 46,4% - жінки; найбільша вікова група становила 31–40 років (34,6%), далі 21–30 років (29,7%); більшість учасників одружені (57,8%); більшість – випускники вищих навчальних закладів (53,3%).

З урахуванням великого розмаїття підходів до оцінки екологічного складника сталого розвитку, питання в анкеті було згруповано за двома блоками, а саме раціональність використання ресурсів готелю та його екологічна відповідальність. У таблиці 1 можна побачити важливість чотирьох показників, пов'язаних з мінімізацією споживання ресурсів і утворенням відходів (особливо це стосується використання односторонніх предметів).

Таблиця 1

Важливість складників екологічного використання ресурсів готелю

Оцінка	Заходи з енергозбереження		Оптимальна температура		Економія води		Відсутність односторонніх засобів	
	Кіл-ть	%	Кіл-ть	%	Кіл-ть	%	Кіл-ть	%
0	8	2,2	4	1	8	1,9	20	4,9
1	0	0	4	1	0	0	4	1
2	12	3,3	4	1	4	1	4	1
3	0	0	0	0	0	0	0	0
4	8	2,2	8	2	12	2,9	8	2
5	44	12,1	20	5	32	7,8	36	8,8
6	32	8,8	8	2	28	6,8	20	4,9
7	32	8,8	16	4	36	8,7	52	12,7
8	44	12,1	68	17	104	25,2	96	23,5
9	84	23,1	100	25	80	19,4	80	19,6
10	100	27,5	168	42	108	26,2	88	21,6
Середнє значення	9		9		8		8	

Відразу ж виділяється велика кількість неотриманих відповідей стосовно економії енергії, оскільки сто респондентів не відповіли на це питання. Що стосується інших аспектів, то деякі клієнти також не виставили їм оцінку

важливості, проте відсоток неотриманих відповідей нижче, ніж щодо відношення до енергозбереження.

Щоб краще зрозуміти значення цих перших чотирьох аспектів, доцільно розподілити оцінки респондентів на інтервали, які характеризують ступінь важливості факторів екологічної стійкості для споживачів. В дослідженні використано модифікацію шкали Лайкерта, при чому ступінь важливості оцінювалася як «неважливо» (оцінка від 0 до 3 балів), «деякою мірою важливо» (оцінка від 4 до 5 балів), «важливо» (оцінка від 6 до 7 балів) та «дуже важливо» (оцінка від 8 до 10 балів). Графічно важливість перших чотирьох аспектів, пов'язаних з екологічною складовою сталого розвитку наведено на рис. 1.

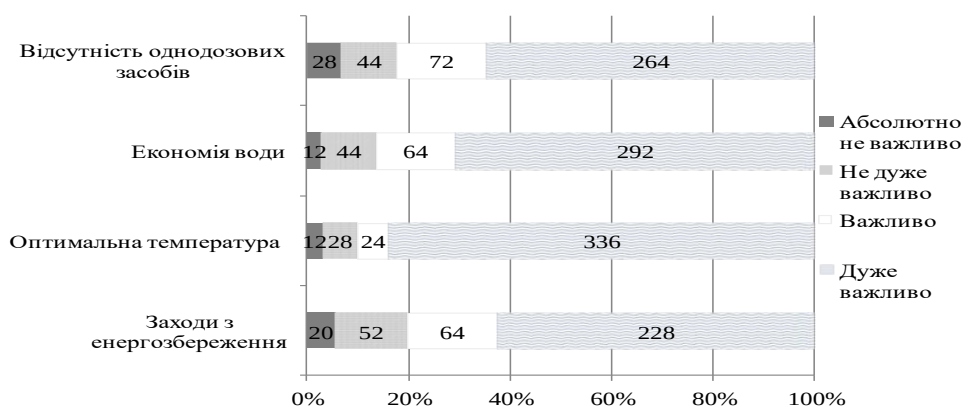


Рис. 1. Важливість показників раціонального використання ресурсів за інтервальною оцінкою

** авторська розробка*

З рис. 1 видно, що аспект, який набув найбільшого значення, пов'язаний з комфортною температурою в приміщеннях. Фактично, 84% респондентів оцінили важливість цієї характеристики від восьми до десяти балів. Цей факт також відображає незадоволеність значної кількості клієнтів температурним режимом під час їх перебування в готелях, тому забезпечення оптимальної температури у приміщеннях є одним із пріоритетних завдань для менеджменту, виконання якого здатне підвищити задоволеність клієнтів.

Іншим аспектом, який вважається дуже важливим майже для 71% гостей, та які поставили йому оцінку від восьми до десяти, є ощадливе споживання води. Під цим поняттям в даному дослідженні мається на увазі як обізнаність гостей готелю про зважене споживання води і так раціональне використання цього ресурсу персоналом готелю. З іншого боку, 10,7% респондентів вважають, що цей аспект не дуже важливий, а 2,9% взагалі не зважають на економію води.

Нарешті, відмова готелю від використання одноразових продуктів, таких як шампунь, гель для душу, мило, бальзам для волосся, крем, набір для гоління у міні-флаконах. Важливість цього аспекту отримує найвищу оцінку (від восьми до десяти) для майже 65% опитаних, і, якщо врахувати кількість гостей, які вважають цей аспект важливим (оцінюючи від шести до десяти балів), то їх питома вага зросте до 82,3%. Екологічна відповідальність готельних

підприємств спрямована на зменшення шкідливого впливу на навколишнє середовище, сприяння реалізації сталого управління готельним бізнесом, а також на підвищення екологічної інформованості гостей і персоналу.

Дані таблиці 2 показують важливість, яку надають опитані гості готелів Харківського регіону наступним чотирьом аспектам, пов'язаним з екологічною відповідальністю в готелях.

Таблиця 2

Важливість складників екологічної відповідальності готелів

Оцінка	Роздільний збір відходів		Використання типових місцевих продуктів		Інформація про громадський транспорт		Підвищення обізнаності	
	Кіл-ть	%	Кіл-ть	%	Кіл-ть	%	Кіл-ть	%
0	12	3	8	2,1	12	3	16	4,1
1	0	0	0	0	0	0	0	0
2	4	1	4	1	4	1	8	2
3	12	3	0	0	0	0	20	5,1
4	12	3	20	5,2	12	3	16	4,1
5	44	11	20	5,2	24	6	32	8,2
6	24	6	32	8,3	12	3	24	6,1
7	48	12	76	19,8	36	9	56	14,3
8	64	16	52	13,5	92	23	72	18,4
9	84	21	72	18,8	72	18	64	16,3
10	96	24	100	26	136	34	84	21,4
Середнє значення	8		8		9		8	

* авторська розробка

В отриманих анкетах так само є більше десяти пропущених відповідей по кожному складнику, окрім того відносно важливості використання типових місцевих продуктів дві анкети не розглядалися, оскільки в одній було оцінка була виставлена двічі, а в іншій анкеті відповідь не можна зрозуміти.

Аналогічно показникам першого блоку, було розподілено отримані оцінки складників екологічної відповідальності готельних підприємств за шкалою Лайкерта. Отримані результати зображено на рис. 2.

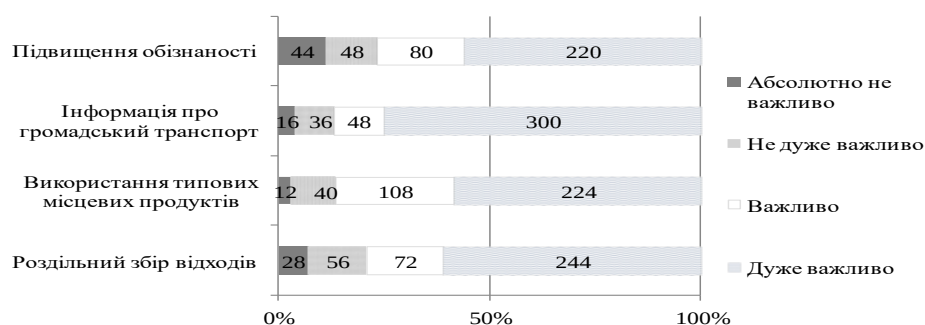


Рис. 2. Важливість показників екологічної відповідальності за інтервальною оцінкою

* авторська розробка

Беручи до уваги оцінки складників блоку екологічної відповідальності готельних підприємств, розділені на інтервали, видно, що аспект, який вважається менш важливим, пов'язаний з обізнаністю гостей про екологічну поведінку. 23,4% респондентів не визнають це важливим, і серед них 11,2% взагалі вважають це марним. Та поруч із такою думкою, більше половини

гостей, які відповіли на це питання, привласнюють цьому аспекту вісім або більше балів.

Наступним є здійснення готелем роздільного сортування відходів. 21% респондентів заявили, що цей аспект не важливий. Маємо сказати, що ми були дещо здивовані цим відсотком, оскільки вважаємо, що, поряд з правильною температурою у номерах, це одна з характеристик, яка повинна мати нижчий відсоток негативних оцінок. Незважаючи на це, в будь-якому випадку питома вага оцінок від восьми до десяти безумовно велика (майже 61%).

Щодо важливості використання типових місцевих продуктів, якій високу оцінку поставили майже 60% гостей, які відповідали на це питання. 13,5% гостей вважають це неважливим атрибутом, з яких 3% вважають його взагалі неважливим.

Нарешті, аспект, який вважається найбільш важливим, безсумнівно, пов'язаний з інформацією про громадський транспорт, для якого 75% респондентів дали найвищу оцінку, а враховуючи на оцінки від шести до семи, то вже 87% респондентів вважають надання такої інформації готелем важливим фактором екологічної відповідальності.

Наприкінці клієнти готелів відзначали, чи помітили вони особливе відношення до навколишнього середовища з боку готельних підприємств, в тому числі завдяки впровадженню передового досвіду.

На рис. 3. показані відповіді респондентів: тільки 10% гостей, які відповіли на це питання, звернули увагу на чітку екологічну спрямованість з боку готелів Харківського регіону, а 26% - лише часткову. Найбільша кількість респондентів (32%), не бачать особливої чутливості готельних закладів до навколишнього середовища, і якщо врахувати клієнтів, які вважають, що готелі Харківщини не є дуже уважними до навколишнього середовища, то питома вага таких респондентів зростає до 55%.

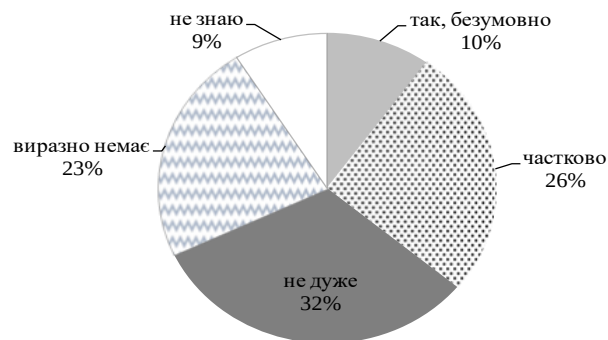


Рис. 3. Розподіл думок респондентів щодо уваги готельних підприємств до навколишнього середовища

** авторська розробка*

Виходить, що більша частина клієнтів думають, що в готелях недостатньо уваги приділяють хорошим екологічним практикам. Для готельного комплексу Харківського регіону, безумовно, це є значним резервом для поліпшення екологічної складової сталого розвитку. У результаті проведеної класифікації виділено чотири типи гостей готельних підприємств Харківського регіону.

Перший тип – це гості, зацікавлені в захисті навколишнього середовища, які виставили середній бал від 7,71 (за важливість інформування гостя про поведінку для забезпечення екологічної стійкості) до 9,00 за правильну температуру в приміщеннях. Більшість гостей цього типу – молодь до 30 років, переважно жінки. Другий тип складається з клієнтів, для яких екологічна стійкість надзвичайно важлива, оскільки всі середні значення, пов'язані з важливістю, притаманної різним аспектам, вище 9,5 балів. Гости третього типу відрізняє істотна важливість правильної температури в приміщеннях готелю, в той час як інші складники, за винятком роздільного збору відходів та інформування гостя щодо поведінки, відповідної екологічної стійкості, отримали середнє значення важливості менше 5 балів. До складу цього типу входять як молодь до 30 років, так і зрілі люди старші 60 років, особливо жінки та керівники. Четвертий тип представлений клієнтами готелів, які жодним чином не зацікавлені в темі екологічної стійкості готельних об'єктів. Фактично важливість будь-якого складника екологічної стійкості отримала низьку оцінку. Це найменша група за кількістю, так як вона складається всього з 32 респондентів. Вона характеризується насамперед чоловіками, в основному в вікових групах від 30 до 39 років і від 50 до 59 років.

У таблиці 3 наведено середні значення, які отримали вісім складників екологічної стійкості у кожного типу клієнтів.

Таблиця 3

Середні значення показників екологічної стійкості для виділених типів клієнтів готелів

Показники	Номер типу клієнтів			
	1	2	3	4
Заходи з енергозбереження	8,40	9,87	6,47	2,75
Оптимальна температура	9,00	9,87	8,30	4,50
Економія води	8,46	9,75	7,30	3,25
Відсутність однодозових засобів	8,34	9,54	6,17	3,50
Роздільний збір відходів	8,60	9,83	5,83	2,87
Використання типових місцевих продуктів	8,34	9,58	7,13	3,00
Інформація про громадський транспорт	8,43	9,83	7,60	4,25
Підвищення обізнаності	7,71	9,67	5,97	3,12

** авторська розробка*

Більшість клієнтів, що належать до першого типу, відповіли, що помітили деяку чутливість до навколишнього середовища з боку готелю (30%). Однак слід зазначити, що до 26% респондентів відповіли, що взагалі не помічають уваги до навколишнього середовища.

Більшість клієнтів другого типу вважають, що екологічності приділяється особлива увага, в той час як більшість клієнтів четвертого типу, навпаки, вважають, що не слід приділяти особливої уваги передовим методам захисту навколишнього середовища в готелі. Нарешті, більшість клієнтів, що належать до третього типу, вважають, що особливої чутливості до екологічної стійкості в готелях немає. Тому в цьому відношенні у готелів регіону є хороші можливості для вдосконалення своєї діяльності. Отримані профілі гостей за відношенням до екологічної стійкості готелів можуть бути використані при розробці

інвестиційних проектів, а також при обґрунтуванні управлінських рішень в області державного регулювання туристсько-готельної сфери.

Висновки з проведеного дослідження. Дослідження було здійснено з метою вивчення ставлення клієнтів до екологічно чистих практик готелів Харківського регіону у спробі зрозуміти, як сприймають екологізацію різних аспектів діяльності колективних засобів розміщення споживачі готельних послуг. Звертаючись до важливості, яку надають клієнти окремим характеристикам готелю, значно виділяється аспект, пов'язаний із комфортною, правильною температурою в приміщеннях, без перевитрат теплової енергії. Чимала питома вага респондентів, яка визнала важливим цей показник, підтверджує необхідність роботи готелів для поліпшення в цьому напрямку.

Дуже важливими споживачі готельних послуг вважають надання туристам інформації про роботу громадського транспорту і необхідність економного споживання води в готелі, наприклад, за допомогою сенсорних кранів, щоб уникнути непотрібних перевитрат.

Сортування відходів за допомогою схеми роздільного збору та обмежене використання одноразових засобів гості готелів вважають менш важливими, в той час як заходи із підвищення обізнаності гостей щодо екологічної стійкої поведінки вважається несуттєвими. Таким чином, керівництво готельних підприємств може не надто турбуватися цими трьома аспектами, оскільки вони не пов'язані з формуванням задоволеності клієнтів.

Завдяки аналізу відповідей респондентів були визначені чотири групи, дві з яких особливо зацікавлені в екологічній стійкості готельних закладів. Тільки одна група, найменш численна, заявила, що не зацікавлена цьому питанні. Хоча більшість клієнтів зацікавлені у впровадженні передових практики, що сприяють збереженню навколишнього середовища, багато респондентів вважають, що в готелі Харківського регіону не приділяють особливої уваги до цього питання, або, в кращому випадку, вони помітили запровадження деяких еко-практик, але менше 10 % гостей заявили, що вони бачили чітке розуміння з боку готелю щодо збереження навколишнього середовища.

Великий інтерес до екологічної стійкості спостерігається з боку наймолодших споживачів віком до 30 років. З огляду на те, що нові покоління представляють потенційних майбутніх гостей готельних підприємств регіону, запровадження еко-практик для поліпшення навколишнього середовища може надати в перспективі значну перевагу перед конкурентами. У цьому сенсі в готельних закладів Харківського регіону є великий резерв розвитку, зокрема, завдяки розробці цільових маркетингових стратегій для залучення екологічно свідомих споживачів, чисельність яких стабільно збільшується.

Перелік посилань

1. Modica P. D., Altinay L., Farmaki A., Gursoy D., Zenga M. Consumer perceptions towards sustainable supply chain practices in the hospitality industry. *Current Issues in Tourism*. 2018. DOI:10.1080/13683500.2018.1526258
2. Agarwal S., Kasliwal N. Going Green: A Study on Consumer Perception and Willingness to Pay towards Green Attributes of Hotels. *International Journal of*

Emerging Research in Management & Technology. 2017. Vol. 6, Is. 10. P. 16 – 28. DOI: <https://doi.org/10.23956/ijermt.v6i10.63>

3. Sindhuri P., Julianna P., Timo O., Friederike V., Werner W. The Effect of Consumer Scepticism on the Perceived Value of a Sustainable Hotel Booking. *Journal of Tourism & Hospitality*. 2017. Vol. 6. Iss. 5. 7 p. DOI: 10.4172/2167-0269.1000312

4. Hvidberg P. Moving towards sustainability: future-proofing in the hospitality sector. *Hotel Yerrbook 2018. Special edition on sustainable hospitality*. 2018. P. 8 – 12. <https://www.hotel-yearbook.com/edition/37000021.html>

5. Leal Londoño M. P., Hernandez-Maskivker G. Green practices in hotels: the case of the GreenLeaders Program from TripAdvisor. *Proceedings of the 7th International Conference on Sustainable Tourism*. 2016. Vol. 1-13. DOI: 10.2495/ST160011.

6. Влащенко Н. М. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі. Навчальний посібник. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 373 с.

7. Паньків Н. Є., Гунько В. М. Вплив закладів туристичної інфраструктури на навколишнє середовище та розвиток еко-готелів як інноваційної концепції гостинності. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2017. Вип. 27(3). С. 108-112.

8. Паук О. Є. Інноваційні напрями розвитку готельного господарства України: екологізація засобів розміщення. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2016. Вип. 26.2. С. 29-32.

9. Маселков А. В., Поясник О. Ю., Іщенко Т. І., Шидловська О. Б., Гавриш А. В. Інноваційний підхід до впровадження концепції «Екологічний готель». *Scientific World Journal*. Minsk, Belarus : PE Yolnat, 2017. Iss. № 15. Vol. 3. P. 49-57.

10. Савченко В. В., Агєєва Г. М. Об'єкти готельного бізнесу: пошук екологічних рішень. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*. 2016. Вип. 42. С. 272-279.

11. Польова Л. В., Філюстін О. В. Концептуалізація діяльності еко-готелів екологічного спрямування. *Карпатський край*. 2015. № 1-2. С. 169-173.

12. Авдєєва М. С., Кравчук Г. В. Підхід до проблеми екологізації готелів на територіях наближених до аеропортів. *Проблеми розвитку міського середовища*. 2017. Вип. 1. С. 20-27.

13. Безручко Л. С., Клапчук М. В., Жук Ю. І. Екологізація готельного господарства Карпатського регіону як складова досягнення сталого розвитку. *Географія та туризм*. 2018. Вип. 43. С. 48-54.

14. Пушка О. С., Тіхонова Д. Ю. Розвиток сучасних еко-тенденцій у готельних господарствах міста Києва. *Молодий вчений*. 2017. № 4. С. 739-742.

15. Heather L. Rubright. Consumer Purchasing in Sustainable Tourism: Attraction Sustainability and Its Impact on Decision-Making. East Carolina University. 2014. 124 p. сайт. URL: <http://hdl.handle.net/10342/4707>. (дата звернення 20.08.2019)

16. Legrand W., Sloan Ph., Chen J. S. Sustainability in the Hospitality Industry: Principles of sustainable operations. 3rd edition. London Routledge. 2016. 524 p. сайт. URL: <https://www.researchgate.net/publication/311400377> (дата звернення 20.08.2019)
17. Webster K. Environmental Management in the Hospitality Industry: A Guide for Students and Managers. Cengage Learning EMEA. 2000. 270 p. DOI: 10.1111/j.1471-5740.2001.00014.pp.x
18. World Commission on Environment and Development. Our Common Future. Oxford, New York. Oxford University Press. 1987. 400 p.
19. Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers. UNEP, Paris, France and WTO, Madrid, Spain. 2005. 210 p. сайт. URL: <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/dtix0592xpa-tourismpolicyen.pdf> (дата звернення 20.08.2019)
20. Програма дій «Порядок денний на XXI століття» / пер. з англ. : ВГО «Україна. Порядок денний на XXI століття». Київ : Інтелсфера. 2000. 360 с.
21. Hotrec Sustainability Charter: Promoting the use of sustainable energy and improving energy efficiency in the hospitality sector. UNWTO; EURACE; EuroCommerce; ETOA; ETC; Metro; Necstour; SMEUnited; EU-ASE; HOTREC. 36 p. сайт. URL: <https://www.hotrec.eu/hotrec-charter-promoting-the-use-of-sustainable-energy-and-improving-energy-efficiency/> (дата звернення 20.08.2019)
22. Bramwell B., Higham J., Lane B., Miller Gr. Twenty-five years of sustainable tourism and the Journal of Sustainable Tourism: looking back and moving forward. *Journal of Sustainable Tourism*. 2017. Vol. 25:1, P. 1-9. DOI: 10.1080/09669582.2017.1251689
23. Environmental action pack for hotels : practical steps to benefit your business and the environment. Paris : IHRA/UNEP. 1996. 64 p. сайт. URL: <https://digitallibrary.un.org/record/249061?ln=es> (дата звернення 20.08.2019)
24. Environmental Good Practice in Hotels. Case Studies from the International Hotel & Restaurant Association Environmental Award. Paris : IHRA/UNEP. 1998. 54 p. сайт. URL: <https://wedocs.unep.org/rest/bitstreams/13641/retrieve> (дата звернення 20.08.2019)
25. García de Leaniz P. M., Crespo Á. H., López R. G. Customer responses to environmentally certified hotels: the moderating effect of environmental consciousness on the formation of behavioral intentions. *Journal of Sustainable Tourism*. 2018. Vol. 26:7. P. 1160-1177. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1349775>
26. Esparon M., Gyuris E., Stoeckl N. Does ECO certification deliver benefits? An empirical investigation of visitors' perceptions of the importance of ECO certification's attributes and of operators' performance. *Journal of Sustainable Tourism*. 2014. Vol. 22:1. P. 148-169. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.802325>

References

1. Modica P. D., Altinay L., Farmaki A., Gursoy D., Zenga M. (2018), Consumer perceptions towards sustainable supply chain practices in the hospitality industry, *Current Issues in Tourism*, DOI:10.1080/13683500.2018.1526258.
2. Agarwal S., Kasliwal N. (2017), Going Green: A Study on Consumer Perception and Willingness to Pay towards Green Attributes of Hotels, *International Journal of Emerging Research in Management & Technology*, Vol. 6, Is. 10, P. 16-28, DOI: <https://doi.org/10.23956/ijermt.v6i10.63>.
3. Sindhuri P., Julianna P., Timo O., Friederike V., Werner W. (2017), The Effect of Consumer Scepticism on the Perceived Value of a Sustainable Hotel Booking, *Journal of Tourism & Hospitality*, Vol. 6. Iss. 5. 7 p., DOI: 10.4172/2167-0269.1000312.
4. Hvidberg P. (2018), Moving towards sustainability: future-proofing in the hospitality sector, *Hotel Yearbook 2018. Special edition on sustainable hospitality*, P. 8- 2. <https://www.hotel-yearbook.com/edition/37000021.html>
5. Leal Londoño M. P., Hernandez-Maskivker G. (2016), Green practices in hotels: the case of the GreenLeaders Program from TripAdvisor, *Proceedings of the 7th International Conference on Sustainable Tourism*, Vol. 1-13. DOI: 10.2495/ST160011.
6. Wlaschenko N. M. (2018), *Innovative technologies in restaurant, hospitality and tourism*. Tutorial [Innovatsiini tekhnolohii u restorannomu, hotelnomu hospodarstvi ta turyzmi. Navchalnyi posibnyk], Kharkiv: O. M. Beketov National University of Urban Economy, 373 p.
7. Pankiv N. E., Gunko V. M. (2017), Influence of tourist infrastructure on the environment and development of eco-hotels as an innovative concept of hospitality [Vplyv zakladiv turystychnoi infrastruktury na navkolyshnie seredovyshe ta rozvytok eko-hoteliv yak innovatsiinoi kontseptsii hostynnosti]. *Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine*, Vol. 27 (3), P. 108-112.
8. Pauk O. Ye. (2016), Innovative directions of development of the hotel industry of Ukraine: greening of accommodation facilities. [Innovatsiini napriamy rozvytku hotelnoho hospodarstva Ukrainy: ekolohizatsiia zasobiv rozmishchennia], *Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine*, Vol. 26.2, P. 29-32.
9. Maselkov A. V., Poyasnyk O. Yu., Ishchenko T. I., Shidlovskaya O.B., Gavrish A.V. (2017), Innovative approach to the implementation of the concept of «Ecological hotel». [Innovatsiinyi pidkhid do vprovadzhennia kontseptsii «Ekolohichnyi hotel»], *Scientific World Journal*, Minsk, Belarus: PE Yolnat, Iss. Vol. 3, P. 49-57.
10. Savchenko V. V., Ageeva G. M. (2016), Hotel business objects: search for environmental solutions [Obiekty hotelnoho biznesu: poshuk ekolohichnykh rishe], *Modern problems of architecture and urban planning*, Vol. 42, P. 272-279.
11. Polova L.V., Filyustin O.V. (2015), Conceptualization of activity of eco-hotels of ecological direction [Kontseptualizatsiia diialnosti eko-hoteliv ekolohichnoho spriamuvannia], *Carpathian region*, № 1-2, P. 169-173.

12. Avdeeva M. S., Kravchuk G. V. (2017), Approach to the problem of greening of hotels in the territories close to the airports [Pidkhid do problemy ekolohizatsii hoteliv na terytoriiakh nablyzhenykh do aeroportiv], *Problems of urban environment development*, Vol. 1, P. 20-27.
13. Bezruchko L. S., Klapchuk M. V., Zhuk Yu. I. (2018), Ecologization of the hotel industry of the Carpathian region as a component of achieving sustainable development [Ekolohizatsiia hotelnoho hospodarstva Karpatskoho rehionu yak skladova dosiahnennia staloho rozvytku], *Geography and Tourism*, Vol. 43, P. 48-54.
14. Pushka O. S., Tikhonova D. Yu. (2017), Development of modern eco-tendencies in hotel farms in Kyiv [Rozvytok suchasnykh eko-tendentsii u hotelnykh hospodarstvakh mista Kyieva], *Young scientist*, No. 4, P. 739-742.
15. Heather L. Rubright. Consumer Purchasing in Sustainable Tourism: Attraction Sustainability and Its Impact on Decision-Making. East Carolina University. 2014. 124 p., available at: <http://hdl.handle.net/10342/4707>. (last accessed 20.08.2019)
16. Legrand W., Sloan Ph., Chen J. S. Sustainability in the Hospitality Industry: Principles of sustainable operations. 3rd edition. London Routledge. 2016. 524 p., available at: <https://www.researchgate.net/publication/311400377> (last accessed 20.08.2019)
17. Webster K. (2000), Environmental Management in the Hospitality Industry, *A Guide for Students and Managers*. Cengage Learning EMEA, 270 p., DOI: 10.1111/j.1471-5740.2001.00014.pp.x
18. World Commission on Environment and Development (1987), *Our Common Future*, Oxford, New York, Oxford University Press, 400 p.
19. Making Tourism More Sustainable (2005), *A Guide for Policy Makers*, UNEP, Paris, France and WTO, Madrid, Spain, 210 p., available at: <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/dtix0592xpa-tourismpolicyen.pdf> (last accessed 20.08.2019)
20. Action Program «Agenda for the 21st Century» / trans. from English. : «Ukraine. The Agenda for the 21st Century» (2000), [Prohrama dii «Poriadok dennnyi na XXI stolittia» / per. z anhl. : VHO «Ukraina. Poriadok dennnyi na XXI stolittia»], Kiev: Intelsphere, 360 p.
21. Hotrec Sustainability Charter: Promoting the use of sustainable energy and improving energy efficiency in the hospitality sector. UNWTO; EURACE; EuroCommerce; ETOA; ETC; Metro; Necstour; SMEUnited; EU-ASE; HOTREC. 36 p., available at: <https://www.hotrec.eu/hotrec-charter-promoting-the-use-of-sustainable-energy-and-improving-energy-efficiency/> (last accessed 20.08.2019)
22. Bramwell B., Higham J., Lane B., Miller Gr. (2017), Twenty-five years of sustainable tourism and the Journal of Sustainable Tourism: looking back and moving forward, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 25:1, P. 1-9, DOI: 10.1080/09669582.2017.1251689
23. Environmental action pack for hotels : practical steps to benefit your business and the environment (1996), Paris : IHRA/UNEP, 64 p., available at: <https://digitallibrary.un.org/record/249061?ln=es> (last accessed 20.08.2019)

24. Environmental Good Practice in Hotels. Case Studies from the International Hotel & Restaurant Association Environmental Award (1998), Paris : IHRA/UNEP, 54 p., available at: <https://wedocs.unep.org/rest/bitstreams/13641/retrieve> (last accessed 20.08.2019)
25. García de Leaniz P. M., Crespo Á. H., López R. G. (2018), Customer responses to environmentally certified hotels: the moderating effect of environmental consciousness on the formation of behavioral intentions, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 26:7, P. 1160-1177, DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1349775>
26. Esparon M., Gyuris E., Stoeckl N. (2014), Does ECO certification deliver benefits? An empirical investigation of visitors' perceptions of the importance of ECO certification's attributes and of operators' performance, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 22:1, P. 148-169, DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.802325>

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 332.8; JEL Classification: L 85

Крайнюк Л. М., Полчанінова І.Л., Покоłodна М.М. ЕКОЛОГІЧНА СТІЙКІСТЬ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ: СПРИЙНЯТТЯ ТУРИСТАМИ ЕКО-ВІДПОВІДАЛЬНИХ ПРАКТИК ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ

Мета дослідження полягає у вивченні ставлення туристів до еко-відповідальних практик засобів розміщення Харківського регіону, в уточненні аспектів, потребуючих поліпшення, а також у встановленні, чи може орієнтація діяльності засобів розміщення на захист навколишнього середовища надати їм конкурентні переваги. **Методика дослідження.** У дослідженні крім загальнонаукових методів, таких як систематизація, порівняльний аналіз, синтез, застосовувалися методи емпіричних досліджень. Було проведено анкетування, результати якого оброблені статистичними методами. **Результати дослідження.** Розкрита сутність сталого розвитку індустрії подорожей і туризму. Розглянуто значення екологічної стійкості з позицій забезпечення якісного обслуговування клієнтів і загальної задоволеності туристів. Систематизовано підходи міжнародних організацій до оцінювання екологічної стійкості підприємств сектору гостинності. З розгляду характеристик ринку засобів розміщення Харківського регіону виявлено відсутність офіційних еко-готелів, та поряд із цим активне запровадження еко-відповідальних практик та отримання еко-сертифікатів. Для визначення ступеня важливості складників екологічної стійкості та захисту навколишнього середовища для клієнтів готелів проведено анкетування. Отримано 408 заповнених опитувальники, та зібрані дані піддано статистичному аналізу. Окреслено основні соціально-демографічні характеристики респондентів, більшість з яких чоловіки віком від 31 до 40 років, одружені, та мають вищу

освіту. Оцінювання відповідей проведено з використанням інтервальної шкали Лайкерта. З поміж показників, що характеризують екологічність використання ресурсів засобів розміщення, найбільш важливими вважаються комфортність температури у приміщеннях та раціональне використання води. З показників екологічної відповідальності особливо значущими є надання інформації про місцевий громадський транспорт та використання типових місцевих продуктів в ресторанному закладі. Проведено типізацію туристів за їхнім ставленням до еко-відповідальних практик засобів розміщення, виокремлено характерних 4 типи туристів. Визначено, що дві найбільші за чисельністю групи є дійсно зацікавленими в екологічності засобів розміщення. В цілому відповіді респондентів продемонстрували значну екологічну орієнтацію та незадоволеність діями засобів розміщення Харківського регіону щодо захисту навколишнього середовища. **Наукова новизна.** Запропоновано авторський підхід до розподілу показників оцінювання екологічної стійкості засобів розміщення на два блоки: показники раціонального використання ресурсів та показники екологічної відповідальності підприємств. **Практичне значення отриманих результатів.** Отримані результати є інструментом, який керівництво засобів розміщення може використовувати при розробленні власної маркетингової політики, спрямованої на залучення сегменту екологічно орієнтованих споживачів. Краще розуміння екологічної культури туристів і їх відношення до екологічних інновацій є необхідним для стратегічного планування розвитку регіонального туристського комплексу та прогнозування споживчого попиту на екологічні послуги індустрії гостинності.

Ключові слова: індустрія гостинності; засоби розміщення; сталий розвиток; екологічна стійкість; еко-готель; «зелені» споживачі; споживчі переваги.

УДК 332.8; JEL Classification: L 85

Крайнюк Л. Н., Полчанинова И.Л., Покоloodна М.Н.
**ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ИНДУСТРИИ
ГОСТЕПРИИМСТВА ХАРЬКОВСКОГО РЕГИОНА: ВОСПРИЯТИЕ
ТУРИСТАМИ ЭКО-ОТВЕТСТВЕННЫХ ПРАКТИК СРЕДСТВ
РАЗМЕЩЕНИЯ**

Цель исследования заключается в изучении отношения туристов к эко-ответственным практикам средств размещения Харьковского региона, в уточнении аспектов, нуждающихся в улучшении, а также в установлении, может ли ориентация деятельности средств размещения на защиту окружающей среды предоставить им конкурентные преимущества. **Методика исследования.** В исследовании кроме общенаучных методов, таких как систематизация, сравнительный анализ, синтез, применялись методы эмпирических исследований. Было проведено анкетирование, результаты которого обработаны статистическими методами. **Результаты исследования.** Раскрыта сущность устойчивого развития индустрии путешествий и туризма. Рассмотрено значение экологической устойчивости с позиций обеспечения

качественного обслуживания клиентов и общей удовлетворенности туристов. Систематизированы подходы международных организаций к оценке экологической устойчивости предприятий сектора гостеприимства. Из рассмотрения характеристик рынка средств размещения Харьковского региона выявлено отсутствие официальных эко-отелей, и наряду с этим активное внедрение эко-ответственных практик и получение эко-сертификатов. Для определения степени важности составляющих экологической устойчивости и защиты окружающей среды для клиентов отелей проведено анкетирование. Получено 408 заполненных опросников, и собранные данные подверглись статистическому анализу. Определены основные социально-демографические характеристики респондентов, большинство из которых мужчины в возрасте от 31 до 40 лет, состоящие в браке, имеющие высшее образование. Оценивание ответов проведено с использованием интервальной шкалы Лайкерта. Из показателей, характеризующих экологичность использования ресурсов средств размещения, наиболее важными считаются комфортность температуры в помещениях и рациональное использование воды. Из показателей экологической ответственности особо значимыми оказались предоставление информации о местном общественном транспорте и использование типичных местных продуктов в ресторанном заведении. Проведена типизация туристов по их отношению к эко-ответственным практикам средств размещения, выделены характерных 4 типа туристов. Определено, что две крупнейшие по численности группы действительно заинтересованы в экологичности средств размещения. В целом ответы респондентов продемонстрировали значительную экологическую ориентацию и недовольство действиями средств размещения Харьковского региона по защите окружающей среды. **Научная новизна.** Предложен авторский подход к распределению показателей оценки экологической устойчивости средств размещения на два блока: показатели рационального использования ресурсов и показатели экологической ответственности предприятий. **Практическое значение полученных результатов.** Полученные результаты являются инструментом, который руководство средств размещения может использовать при разработке собственной маркетинговой политики, направленной на привлечение сегмента экологически ориентированных потребителей. Лучшее понимание экологической культуры туристов и их отношения к экологическим инновациям необходимо для стратегического планирования развития регионального туристского комплекса и прогнозирования потребительского спроса на экологические услуги индустрии гостеприимства.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства; средства размещения; устойчивое развитие; экологическая устойчивость; эко-отель; «зеленые» потребители; потребительские предпочтения.

UDC 332.8; JEL Classification: L 85

Kraynyuk L.M., Polchaninova I. L., Pokolodna M.M. ECOLOGICAL SUSTAINABILITY OF THE HOSPITALITY INDUSTRY IN THE KHARKIV REGION: TOURISTS' PERCEPTION OF ECO-RESPONSIBLE PRACTICES FOR ACCOMMODATION FACILITIES.

Purpose is investigating the tourists' attitudes towards eco-responsible practices for accommodation facilities of the Kharkiv region, clarifying the aspects needed to be improved, and identifying if accommodation facilities' focus on environmental protection can provide them competitive advantages. **Methodology of research.** In the study, in addition to general scientific methods such as systematization, comparative analysis, and synthesis, empirical study methods were used. The survey was conducted, which results were processed through statistical methods. **Findings.** The essence of sustainable development in the travel and tourism industry was revealed. Ecological sustainability's importance from a position of providing high-quality customer service and tourists' overall satisfaction was considered. International organizations' approaches to the evaluation of ecological sustainability for the hospitality sector's enterprises were systematized. After reviewing characteristics of the tourist accommodation market of the Kharkiv region, the absence of official eco hotels with the active implementation of eco-responsible practices, and eco-certificates' obtaining were found. In order to identify the importance level of components of ecological sustainability and environmental protection for hotel clients, the survey was conducted. The 408 questionnaires were completed, and the collected data were subjected to statistical analysis. The main socio-demographic features of respondents were outlined, most of whom were men aged 31-40 years, married, and with higher education. The answers were evaluated with the use of the Likert interval scale. Among the indicators characterizing the environmental friendliness in using accommodation facilities' resources, the comfort of room temperature and rational use of water are considered as the most important. Among the environmental responsibility indicators, informing about local public transport and typical restaurants' food are particularly important. In line with tourists' attitudes towards eco-responsible practices for accommodation facilities, their classification was made, and four typical kinds of tourists were identified. It was found that the two largest groups are really interested in the environmental friendliness of tourist accommodation. In general, the answers of respondents displayed a significant ecological orientation and dissatisfaction with the actions of accommodation facilities towards environmental protection in the Kharkiv region. **Originality.** There was the author's approach introduced to dividing the ecological sustainability estimates for accommodation facilities into the two clusters: the indicators of rational use of resources and the indicators of an enterprise's eco-responsibility. **Practical value.** The obtained results are the tool, which management of tourist accommodations can use in developing their own marketing policy aiming to attract a segment of environmentally friendly customers. A better understanding of tourists' environmental culture and their attitudes towards ecological innovations is necessary for strategic planning of regional tourist complex development and

forecasting consumer demand for environmentally friendly services of the hospitality industry. **Keywords:** hospitality industry, accommodation facilities, sustainable development, ecological sustainability, eco hotel, environmentally friendly consumers, consumer benefits.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Крайнюк Людмила Миколаївна – кандидат технічних наук, професор, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, професор кафедри туризму і готельного господарства, м. Харків, Україна; e-mail: Liudmyla.Krainiuk@kname.edu.ua; Моб. 050-921-90-93.

Крайнюк Людмила Николаевна – кандидат технических наук, профессор, Харьковський національний університет городского хозяйства имени А. Н. Бекетова, профессор кафедры туризма и гостиничного хозяйства, г. Харьков, Украина.

Krainyuk Lyudmila – Candidate of Sciences (Engineering), Professor, O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, Professor at the Department of Tourism and Hospitality, Kharkiv, Ukraine.

Полчанинова Ірина Леонідівна – кандидат економічних наук, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, доцент кафедри туризму і готельного господарства, м. Харків, Україна; e-mail: Irina.Polchaninova@kname.edu.ua; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5961-5390>. Моб. 093-910-61-69.

Полчанинова Ирина Леонидовна – кандидат экономических наук, Харьковський національний університет городского хозяйства имени А. Н. Бекетова, доцент кафедры туризма и гостиничного хозяйства, г. Харьков, Украина.

Polchaninova Iryna – Candidate of Sciences (Economics), O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, Associate Professor at the Department of Tourism and Hospitality, Kharkiv, Ukraine.

Покоłodна Марія Миколаївна – кандидат географічних наук, доцент, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, доцент кафедри туризму і готельного господарства, м. Харків, Україна; e-mail: Mariya.Pokolodna@kname.edu.ua; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1170-0881>. Моб. 050-400-48-81.

Покоłodная Мария Николаевна – кандидат географических наук, доцент, Харьковський національний університет городского хозяйства имени А. Н. Бекетова, доцент кафедры туризма и гостиничного хозяйства, г. Харьков, Украина.

Pokolodna Mariya – Candidate of Sciences (Geographic), Associate Professor, O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, Associate Professor at the Department of Tourism and Hospitality, Kharkiv, Ukraine.

МОСТОБУДУВАННЯ В УКРАЇНІ: ЗНАЧЕННЯ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА ДЛЯ ЙОГО РОЗВИТКУ

Левченко Я.С., доктор філософії з галузі «Соціальні та поведінкові науки»

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Постановка проблеми. Для Міністерства інфраструктури України (МІУ) 2017-2018 рр. мали стати роками мостів – у профільному відомстві обіцяли ініціювати будівництво та ремонт 80 таких об'єктів. Але реалізувати задумане не вийшло – не вистачило коштів, а мости, як на зло, нагадували про себе виключно в негативному контексті – то обвалиться частина шляхопроводу, то обсиплеться бетон з мосту, то експерти заговорять про можливі обвалення тощо [1]. І це тільки процитовані найбільші столичні ЗМІ новини. Про ситуацію в невеликих населених пунктах та їх підрахунок держава провести не в змозі. В Україні більше половини мостів потребують ремонту.

В роботі [2] зазначено, що 1873 одиниці мостів, які були обстежені і занесені в базу АЕСУМ (аналітично-експертна система управління мостами), потребують негайного ремонту для подальшої безпечної експлуатації. База АЕСУМ налічує актуальні дані лише для 6919 одиниць залізобетонних мостів, з 16187 одиниць мостів підпорядкованих УкрАвтодору. Приблизно для 9268 одиниць мостів технічний стан невизначений і кількість мостів, що потребують термінового ремонту значно більша ніж 1873 одиниць. Причиною незадовільного стану дорожньої мережі є фактори: недостатнє фінансування, відсутність незалежного контролю якості будівництва, непрофесійна робота служби експлуатації та ін.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. За 2017-2018 роки в Україні капітально відремонтовано лише 60 мостів. Тобто процес триває, проте банально не вистачає коштів [3]. У цьому році, за планом, в Україні капітально відремонтують лише 45 мостів, однак ще тисяча потребують термінової реконструкції [4].

За даними асоціації "Мости України", наразі 80% споруд потребують ремонту. Як зазначає завідувач кафедри Київського університету будівництва та архітектури Микола Дьомін, проблема мостів у тому, що вони розраховані на сто років, але просто не можуть витримати цей термін. Народний архітектор України переконаний, що українські мости можуть стояти довго. Проте – лише за умови, що їхній стан хоча б раз на вісім років мають перевіряти.

"Зараз якраз той період, коли нічого, нічого, а потім – раз і сиплеться все. Мости – це споруди, які проектується з терміном експлуатації сто років. Але сто років – це коли систематично проводиться моніторинг їх технічного стану. Проте, у нас вони не проводяться десятиліттями", – пояснив Дьомін. Таким чином, за даними спостереження [5] середній термін служби мостів України складає 47-50 років, що є майже в двічі нижче ніж регламентований. Результати дослідження ґрунтуються на розробці поправочних коефіцієнтів, які

враховують і наявний транспортний потік, і наявну вантажопідйомність, і зміну кліматичних умов і т.д. Проте наразі дослідники обговорюють, що експлуатаційний термін, який зменшений в 2 рази, також потребує перегляду та може бути зменшений ще більше. Ситуація критична.

Тому кожен шостий міст або шляхопровід в Україні – аварійний. Про це заявляють і в "Укравтодорі". Тому в найближчі чотири роки на ремонт біля 17 тисяч мостів та шляхопроводів обіцяють витратити 1 млрд. доларів.

Для підтвердження важливості піднятої проблеми в даному дослідженні звернемося до статистичної інформації та простежимо динаміку інвестиційних впливів в інженерні споруди, саме до яких відносяться мости [6] та представимо результати в табл.1.

Таблиця 1

Обсяги інвестувань в будівництво та інженерні споруди [6]

Рік	Будівництво, млн. грн	Інженерні споруди	
		млн. грн	%
2010	42918,1	23259,0	54,19
2011	61671,7	34926,3	56,63
2012	62937,2	34832,4	55,34
2013	58586,2	30328,9	51,77
2014	51108,7	26252,2	51,37
2015	57515,0	28607,5	49,74
2016	73726,9	35620,5	48,31
2017	105682,8	52873,2	50,03
2018	141213,1	74421,5	52,70

Узагальнено автором на основі [6]

Як видно з табл.1 питома вага інвестицій в інженерні споруди від загальної їх кількості в будівництво коливається в межах 50%. Відсоток в цілому не малий. Проте, як засвідчує нинішня ситуація – катастрофічний сьогоденний стан мостів, й даного фінансування не достатньо. Вищезазначених інвестувань достатньо лише на проведення екстрених ремонтних робіт. Міністр інфраструктури України заявив, що коштів на обстеження і ремонт українських мостів хронічно бракує. Тому в першу чергу – ремонтують найбільш аварійні шляхопроводи.

Невирішені складові загальної проблеми. Очевидно, що державних фінансових засобів не достатньо для подолання проблеми, яка склалася. Загроза масового руйнування мостів не може бути подолана без додаткових інвестиційних впливів. Тому забезпечення теоретико-методологічного підґрунтя залучення інвестиційних впливів в будівництво, ремонт та реконструкцію мостів шляхом впровадження державно-приватного партнерства (ДПП) є актуальним та своєчасним.

Формування цілей і завдань статті. Тому наразі основною *метою* даного дослідження є розробка теоретико-методологічного підґрунтя залучення інвестиційних ресурсів шляхом впровадження ДПП в рамках будівництва, ремонту та реконструкції мостів.

Для досягнення мети дослідження було поставлено наступні задачі:

- проаналізувати наявні інвестиційні впливання в рамках ДПП в будівництво, ремонт та реконструкцію мостів;
- визначити роль ДПП в контексті будівництва, ремонту та реконструкції мостів.

Виклад основного матеріалу дослідження. В 2018 році міністр економічного розвитку і торгівлі України підкреслив, що втілення проектів ДПП дозволить залучити системні інвестиції в транспортну, портову та інтернет-інфраструктуру України. Був підписаний Меморандум з Міжнародною фінансовою корпорацією групи Світового банку, щоб залучити міжнародних експертів та міжнародний досвід до роботи над проектами ДПП. Це ефективний інструмент залучення великих інвестицій у будівництво доріг, портів, мостів та великих інфраструктурних об'єктів [7].

Треба відмітити, що згідно законодавства України (ч. 2 ст. 4 ЗУ «Про ДПП») визначено перелік сфер реалізації ДПП: пошук, розвідка родовищ корисних копалин та їх видобування, крім таких, що здійснюються на умовах угод про розподіл продукції; виробництво, транспортування і постачання тепла та розподіл і постачання природного газу; будівництво та(або) експлуатація автошляхів, доріг, залізниць, злітно-посадкових смуг на аеродромах, мостів, шляхових естакад, тунелів і метрополітенів, морських і річкових портів та їх інфраструктури; машинобудування; збір, очищення та розподілення води; охорона здоров'я; туризм, відпочинок, рекреація, культура та спорт; забезпечення функціонування зрошувальних і осушувальних систем; поводження з відходами, крім збирання та перевезення; виробництво, розподілення та постачання електричної енергії; управління нерухомістю; надання соціальних послуг, управління соціальною установою, закладом; виробництво та впровадження енергозберігаючих технологій, будівництво та капітальний ремонт житлових будинків, повністю чи частково зруйнованих внаслідок бойових дій на території проведення антитерористичної операції; встановлення модульних будинків та будівництво тимчасового житла для внутрішньо переміщених осіб; надання освітніх послуг та послуг у сфері охорони здоров'я; управління пам'ятками архітектури та культурної спадщини [8].

За даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі України на засадах ДПП станом на початок 2019 року реалізовувалося 243 проекти в наступних сферах господарської діяльності: оброблення відходів; збір, очищення та розподілення води; будівництво та/або експлуатація автошляхів, доріг, залізниць, злітно-посадкових смуг на аеродромах, мостів, шляхових естакад, тунелів і метрополітенів, морських і річкових портів та їх інфраструктури; виробництво, транспортування і постачання тепла; виробництво, розподілення та постачання електричної енергії; пошук, розвідка родовищ корисних копалин та їх видобування; управління нерухомістю; туризм, відпочинок, рекреація, культура та спорт; забезпечення функціонування зрошувальних і осушувальних систем; інші [9].

Результати аналізу реалізації проектів за сферами діяльності наведено на рис.1.

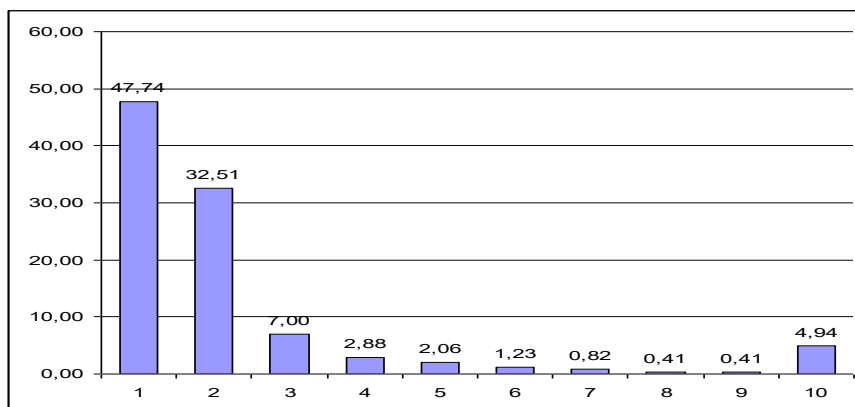


Рис. 1. Структура реалізації проектів на засадах ДПП в Україні станом на 2019 рік, % (побудовано автором за даними [9])

В будівництві та/або експлуатації автострад, доріг, залізниць, злітно-посадкових смуг на аеродромах, мостів, шляхових естакад, тунелів і метрополітенів, морських і річкових портів та їх інфраструктури налічується 17 проектів, що становлять 7% від укладених угод.[10]

Проте, вже станом на 01.07.2019 на засадах ДПП зафіксовано 186 договорів, з яких реалізується лише 52 договори (35 – договорів концесії, 15 – договорів про спільну діяльність, 2 – інші договори), 134 договори не реалізується (4 договори – закінчено термін дії, 17 договорів – розірвано, 113 договорів – не виконується) [11].

Що ж не так? Чому спостерігається подібна ситуація? Адже наявність великої кількості укладених договорів на початку року засвідчує певний інтерес інвестора до України. Чому ж тоді ми втрачаємо інвестора, який так потрібен нам сьогодні? Можливо треба щось змінювати? Певно відповіді на ці питання є актуальними в рамках подальших наукових дискусій та досліджень. Наразі така ситуація засвідчує лише те очевидне, що ДПП для України знаходиться на стадії становлення та в подальшому не є достатньо цікавим для потенційного інвестора. Тут може бути як недотримання умов договірних відносин з боку держави Україна, так і наявність корупційної складової з боку останньої, або ж недосконалість законодавчого підґрунтя, передбаченого для такого роду співробітництва.

Звичайно, для уникнення плутанини, можна піти шляхом будівництва за прикладом будівництва мосту Akashi Kaikyo Bridge (Японія) чи мосту Great Belt Bridge (Данія), які були зведені за рахунок державних коштів. Після введення в експлуатацію яких стягується плата за проїзд, що надходить в бюджет, тим самим компенсуючи витрати держави на будівництво і забезпечуючи окупність проекту. Однак, для реалізації такого проекту, знову ж таки, потрібні чималі «вільні» бюджетні кошти [12].

Для прикладу підтвердження авторської думки про необхідність впровадження ДПП в будівництво та реконструкцію мостів, проведемо дослідження впровадження аналогічного ДПП в інших країнах.

На сьогоднішній день Туреччина залишається лідером серед країн Східної Європи та Центральної Азії у питаннях співпраці з приватним сектором через механізми державно-приватного партнерства, завдяки чому вона змогла втричі збільшити ВВП, залучивши 115 млрд. доларів США інвестицій в 193 проекти ДПП. При цьому 29 проектів реалізовані саме в дорожній інфраструктурі (в тому числі мостобудуванні), що склало 15% від загального обсягу [10].

В Польщі протягом останніх 10 років близько 42 % від всього фінансування в рамках ДПП припадає саме на транспортну інфраструктуру, що підтверджує її значимість для держави [13]. Так станом на 2019 рік стартувала програма будівництва «Мости Плюс», метою якої є сприяння економічному розвитку невеликих населених пунктів. Триватиме вона до 2025 року. В рамках зазначеної програми буде побудовано 22 нові мости та реконструйовано існуючі, на що буде витрачено близько 640 млн. доларів США. При цьому вклад державних коштів складає від 75% до 80%. Інші 20-25% коштів забезпечуються місцевими органами, в тому числі й локальними інвестиційними ресурсами [14].

Держави пострадянського простору, знаходячись на шляху становлення та розвитку ДПП, тільки починають впроваджувати подібні проекти. Так в дослідженні [15] запропоновано впроваджувати ДПП в будівництво автомобільних шляхів та мостобудування зокрема, як перспективної та ключової сфери економіки держави. З огляду на це виникає нагальна необхідність в розробці інструментарію ДПП та його впровадженні в будівництві та реконструкції мостів.

В Росії також переконані в необхідності та нагальності впровадження ДПП в будівництві та реконструкції мостів. Для цього 14.02.2019 р. була підписана угода з питань взаємодії і подальшого розвитку механізмів ДПП в області дорожнього будівництва [16].

На сьогоднішній день кожна держава світу борються за інвестиційні ресурси, витрачаючи на це значні кошти. Лідером в цьому напрямку є КНР. Починаючи з 2015 р. влада щорічно виділяє 500 млн. юанів на розвиток цієї форми співпраці бізнесу і держави. Фінансування спрямовується на планування, оцінку та розробку програм, підготовку комерційних пропозицій, фінансові та юридичні консультації, а також оцінку активів понад 700 приватних підприємств, які мають намір співпрацювати з державою [17].

Приймаючи до уваги досвід передових країн світу треба відмітити, що й в Україні має приділятися пильна увага цьому напрямку. Не може бути універсальної програми ДПП для всіх галузей та всіх держав. Треба враховувати специфіку кожної галузі окремо та розробляти відповідні проекти для кожної окремо.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проаналізована наявна ситуація інвестиційних впливів в рамках ДПП в будівництво, ремонт та реконструкцію мостів, свідчить про їх значну недостатність. Проте і засвідчує достатню перспективність розвитку піднятої в рамках даного дослідження

проблеми. Проте гостра потреба в інвестиціях спонукає до розробки нових форм співпраці в рамках ДПП та в контексті будівництва, ремонту та реконструкції мостів зокрема.

Занедбаний стан інфраструктури мостів, підвищення їх аварійності, недостатність державних коштів на їх будівництво та реконструкцію тільки спонукають державу та науку. Тут мова ведеться про розробку та впровадження нових форм співпраці в рамках ДПП на засадах отримання взаємної вигоди, шляхом перейняття позитивного зарубіжного досвіду та створення унікальної національної форми співпраці.

Перелік посилань

1. Стояти втомилися: чому в Україні руйнуються мости : веб-сайт. URL: <https://mind.ua/publications/20185993-stoyati-vtomilisya-chomu-v-ukrayini-gujnuuyutsya-mosti> (дата звернення 28.08.2019).

2. Давиденко О.О. Статистичний прогноз технічного стану автодорожніх мостів України. *Мости та тунелі: теорія, дослідження, практика*. 2016. № 10. С. 4-12.

3. Аварійні мости в Україні: чому стільки шляхопроводів опинилися в такому стані – сюжет : веб-сайт. URL: <https://www.5.ua/ekonomika/avariini-mosty-v-ukraini-skilky-koshtuie-rekonstruktsiia-ta-chomu-tak-stilky-shliakhoprovodiv-opynylysia-v-takomu-stani-175770.html> (дата звернення 28.08.2019).

4. «Укравтодор» обещает массовые ремонты в течении следующих четырех лет : веб-сайт. URL: <https://ru.tsn.ua/ukrayina/v-ukraine-kazhdyy-shestoy-most-avariynyy-srochnogo-remonta-trebuetsya-konstrukciya-1203072.html> (дата звернення 28.08.2019).

5. ДБН В.2.3-14:2006. Споруди транспорту. Мости та труби. *Правила проектування*. Київ. 2006. 359 с.

6. Обсяг виробленої будівельної продукції (виконаних будівельних робіт) за видами : веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 28.08.2019).

7. Втілення проєктів державно-приватного партнерства прискорить зростання ВВП на 5-7% щорічно : веб-сайт. URL: <http://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=25433de7-6e9f-4136-b08c-cc41685f04c1&title=StepanKubiv-VtilenniaProektivDerzhavnoprivatnogoPartnerstvaPriskoritZrostanniaVvpNa5-7-Schorichno> (дата звернення 30.08.2019).

8. Закон України «Про державно-приватне партнерство (із змінами від 09.11.2017)» : веб-сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17> (дата звернення 30.08.2019).

9. Інформаційно-роз'яснювальні матеріали щодо державно-приватного партнерства : веб-сайт. URL: http://www.nizhynrada.gov.ua/storage/projects/Інформаційно-роз'яснювальні_матеріали_щодо_державно-приватного_партнерства (дата звернення 10.09.2019).

10. Державно-приватне партнерство : веб-сайт. URL: <http://economy.cg.gov.ua/index.php?id=15235&tp=1&pg=> (дата звернення 14.09.2019)
11. Стан здійснення ДПП в Україні : веб-сайт. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=9fc90c5e-2f7b-44b2-8bf1-1ffb7ee1be26&title=StanZdiisnenniaDppVUkraini> (дата звернення 14.09.2019)
12. Мост в концессию: зачем дорожникам государственно-частное партнерство. И как улучшить состояние украинской мостовой инфраструктуры : веб-сайт. URL: <https://mind.ua/ru/openmind/20189923-most-v-koncessiyu-zachem-dorozhnikam-gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo> (дата звернення 20.09.2019)
13. Вивчення оптимальних моделей державно-приватного партнерства для промислових парків в Яворові і Новому Роздолі : веб-сайт. URL: <http://www.institute.lviv.ua/doc/02ppp.pdf> (дата звернення 20.09.2019)
14. У Польщі до 2025 року хочуть побудувати 22 нові мости на загальну суму 2,3 млрд злотих (близько 640 млн дол.) : веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/2465855-u-polsi-hocut-pobuduvati-22-novi-mosti-na-ponad-pivmilar-da-dolariv.html> (дата звернення 20.09.2019)
15. Быстрыков А.Я., Былым Е.С. Строительство автомобильных дорог как ключевая сфера гоударственно-частного партнерства в инвестиционном комплексе России. *Вестник РУДН, серия Экономика*. 2014. №1. С. 53-59.
16. Росавтодор, РФПИ и ИК "Садовое кольцо" будут развивать ГЧП в строительстве мостов и путепроводов : веб-сайт. URL: <https://rdif.ru/fullNews/3933/> (дата звернення 20.09.2019)
17. Розвиток державно-приватного партнерства в Китаї та Україні : веб-сайт. URL: <http://aucc.org.ua/rozvitok-derzhavno-privatnogo-partnerstva-v-kitayi-ta-ukrayini/> (дата звернення 20.09.2019)

References

1. Stand tired: why bridges are destroyed in Ukraine [Stoiaty vtomylysia: chomu v Ukraini ruiniutsia mosty], available at: <https://mind.ua/publications/20185993-stoyati-vtomilisya-chomu-v-ukrayini-rujnuuyutsia-mosti> (last accessed 28.08.2019)
2. Davydenko, O. (2016), Statistical forecast of technical condition of road bridges of Ukraine [Statystychnyi prohnaz tekhnichnoho stanu avtodorozhnikh mostiv Ukrainy], *Mosty ta tuneli: teoriia, doslidzhennia, praktyka*, № 10, P. 4-12.
3. Emergency bridges in Ukraine: why so many overpasses were in this state – a story [Avariini mosty v Ukraini: chomu stilky shliakhoprovodiv opynylysia v takomu stani – siuzhet], available at: <https://www.5.ua/ekonomika/avariini-mosty-v-ukraini-silky-koshtuie-rekonstruktsiia-ta-chomu-tak-stilky-shliakhoprovodiv-opynylysia-v-takomu-stani-175770.html> (last accessed 28.08.2019)
4. Ukravtodor promises massive repairs over the next four years [«Ukravtodor» obeshaet massovye remonty v techenii sleduyushih chetyreh let], available at: <https://ru.tsn.ua/ukrayina/v-ukraine-kazhdyy-shestoy-most-avariynyy->

srochnogo-remonta-trebuetsya-konstrukciy-1203072.html (last accessed 28.08.2019)

5. DBN B.2.3-14, (2006), Transport facilities. Bridges and pipes [DBN V.2.3-14:2006. Sporudy transportu. Mosty ta truby], *Pravyla proektuvannia*, Kyiv, 359 p.

6. The volume of construction products (construction works performed) by type [Obsiah vyroblenoi budivelnoi produktsii (vykonanykh budivelnnykh robot) za vydamy], available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (last accessed 28.08.2019)

7. Implementation of public-private partnership projects will accelerate GDP growth by 5-7% annually [Vtilennia proektiv derzhavno-pryvatnoho partnerstva pryskoryt zrostannia VVP na 5-7% shchorichno], available at: <http://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=25433de7-6e9f-4136-b08c-cc41685f04c1&title=StepanKubiv-VtilenniaProektivDerzhavnoprivatnogoPartnerstvaPriskoritZrostanniaVvpNa5-7-Schorichno> (last accessed 30.08.2019)

8. Law of Ukraine "On Public-Private Partnership (as of 09.11.2017)" [Zakon Ukrainy «Pro derzhavno-pryvatne partnerstvo (iz zminamy vid 09.11.2017)»], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17> (last accessed 30.08.2019)

9. Public-Private Partnership Publicity [Informatsiino-roziasniuvalni materialy shchodo derzhavno-pryvatnoho partnerstva], available at: http://www.nizhynrada.gov.ua/storage/projects/Інформаційно-роз'яснювальні_матеріали_щодо_державно-приватного_партнерства (last accessed 10.09.2019)

10. Public-private partnership [Derzhavno-pryvatne partnerstvo], available at: <http://economy.cg.gov.ua/index.php?id=15235&tp=1&pg=> (last accessed 14.09.2019)

11. Status of PPP implementation in Ukraine [Stan zdiisnennia DPP v Ukraini], available at: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=9fc90c5e-2f7b-44b2-8bf1-1ffb7ee1be26&title=StanZdiisnenniaDppVUkraini> (last accessed 14.09.2019)

12. Bridge to concession: why the public-private partnerships for road users. And how to improve the condition of Ukrainian bridge infrastructure [Most v kontsessiiu: zachem dorozhnikam gosudarstvenno-chastnoe partnerstvo. I kak uluchshit sostoianie ukrainskoi mostovoi infrastruktury], available at: <https://mind.ua/ru/openmind/20189923-most-v-koncessiyu-zachem-dorozhnikam-gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo> (last accessed 20.09.2019)

13. Investigation of optimal public-private partnership models for industrial parks in Yavoriv and Novy Rozdol [Vyvchennia optymalnykh modelei derzhavno-pryvatnoho partnerstva dlia promyslovykh parkiv v Yavorovi i Novomu Rozdoli], available at: <http://www.institute.lviv.ua/doc/02ppp.pdf> (last accessed 20.09.2019)

14. Poland wants to build 22 new bridges totaling 2.3 billion zlotys (about \$ 640 million) by 2025 [U Polshchi do 2025 roku khochut pobuduvaty 22 novi mosty na zahalnu sumu 2,3 mlrd zlotykh (blyzko 640 mln dol.)], available at:

<https://www.ukrinform.ua/rubric-world/2465855-u-polsi-hocut-pobuduvati-22-novi-mosti-na-ponad-pivmilyarda-dolariv.html> (last accessed 20.09.2019)

15. Byistryakov, A., Byilyim, E. (2014), Highway construction as a key area of public-private partnership in the Russian investment complex [Stroitelstvo avtomobilnyh dorog kak klyuchevaya sfera gosudarstvenno-chastnogo partnerstva v investitsionnom komplekse Rossii], *Vestnik RUDN, Ekonomika*, №1, P. 53-59, available at: <https://cyberleninka.ru/article/v/stroitelstvo-avtomobilnyh-dorog-kak-klyuchevaya-sfera-gosudarstvenno-chastnogo-partnerstva-v-investitsionnom-komplekse-rossii> (last accessed 20.09.2019)

16. Rosavtodor, RFPI and IR "Garden Ring" will develop PPP in the construction of bridges and overpasses [Rosavtodor, RFPI i IK "Sadovoe koltso" budut razvivat GChP v stroitelstve mostov i puteprovodov], available at: <https://rdif.ru/fullNews/3933/> (last accessed 20.09.2019)

17. The public-private partnerships development in China and Ukraine [Rozvytok derzhavno-pryvatnoho partnerstva v Kytai ta Ukraini], available at: <http://aucc.org.ua/rozvitok-derzhavno-privatnogo-partnerstva-v-kitayi-ta-ukrayini/> (last accessed 20.09.2019)

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 334; 624; JEL Classification: L32; 72

Левченко Я.С. МОСТОБУДУВАННЯ В УКРАЇНІ: ЗНАЧЕННЯ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА ДЛЯ ЙОГО РОЗВИТКУ

Метою роботи є обґрунтування нагальної необхідності та можливості залучення інвестиційних ресурсів шляхом впровадження державно-приватного партнерства (ДПП) в рамках будівництва, ремонту та реконструкції мостів. Для досягнення мети дослідження було вирішено наступні задачі: - проаналізовані наявні інвестиційні впливання в рамках ДПП в будівництво, ремонт та реконструкцію мостів; - визначено роль ДПП в контексті будівництва, ремонту та реконструкції мостів. **Методика дослідження.** Для досягнення поставленої мети в роботі були використані такі загальнонаукові та спеціальні методи і прийоми дослідження: порівняльний аналіз наукової літератури та інформаційних джерел на основі методів порівняння, систематизації та узагальнення; узагальнення результатів аналізу і логічна генерація висновків. **Результати.** Проведено аналіз поточного стану мостів. Визначено, що в теперішніх умовах інтенсивності та навантаження на дорожнє покриття, а відповідно і на мостові конструкції, термін їх експлуатації скорочується щонайменше вдвічі, а то й більше. Встановлено, що державного фінансування в галузь мостобудування недостатньо. Досліджено та проаналізовано позитивний зарубіжний досвід по відновленню мостових конструкцій та їх будівництву провідних країн світу. **Наукова новизна.** Запропоновано впровадження процедур державно-приватного партнерства на рівні галузі мостобудування та висунуто гіпотезу про розробку унікальних форм співпраці в рамках державно-приватного партнерства. **Практична значущість.** Визначено нішу для перспективних досліджень - розробка взаємодії держави з приватним

інвестором на основі теорії ігор, яка забезпечить виграш кожної сторони в рівних пропорціях.

Ключові слова: мостобудування, державно-приватне партнерство, державне фінансування, капітальний ремонт, мостобудівна галузь.

УДК 334; 624; JEL Classification: L32; 72

Левченко Я.С. ФОРМИРОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА: ОТ ИСТОРИИ К СОВРЕМЕННОСТИ

Целью работы является обоснование острой необходимости и возможности привлечения инвестиционных ресурсов путем внедрения государственно-частного партнерства (ГЧП) в рамках строительства, ремонта и реконструкции мостов. Для достижения цели исследования были решены следующие задачи: - проанализированы имеющиеся инвестиционные вливания в рамках ГЧП в строительство, ремонт и реконструкцию мостов; - определена роль ГЧП в контексте строительства, ремонта и реконструкции мостов.

Методика исследования. Для достижения поставленной цели в работе были использованы такие общенаучные и специальные методы и приемы исследования: сравнительный анализ научной литературы и информационных источников на основе методов сравнения, систематизации и обобщения; обобщение результатов анализа и логическая генерация выводов. **Результаты.** Проведен анализ текущего состояния мостов. Определено, что в нынешних условиях интенсивности и нагрузки на дорожное покрытие, а соответственно и на мостовые конструкции, срок их эксплуатации сокращается минимум вдвое, а то и больше. Установлено, что государственного финансирования в отрасль мостостроения недостаточно. Исследован и проанализирован положительный зарубежный опыт по восстановлению мостовых конструкций и их строительству ведущими странами мира. **Научная новизна.** Предложено внедрение процедур государственно-частного партнерства на уровне отрасли мостостроения и выдвинута гипотеза о разработке уникальных форм сотрудничества в рамках государственно-частного партнерства. **Практическая значимость.** Определена ниша для перспективных исследований - разработка взаимодействия государства с частным инвестором на основе теории игр, которая обеспечит выигрыш каждой стороны в равных пропорциях.

Ключевые слова: мостостроение, государственно-частное партнерство, государственное финансирование, капитальный ремонт, мостостроительная отрасль.

УДК 334; 624; JEL Classification: L32; 72

Levchenko Ya.S. FORMATION OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP: FROM HISTORY TO MODERNITY

The purpose of the work is to justify the urgent need and the possibility to attract investment resources through the introduction of public-private partnerships (PPP) in the construction and renovation of bridges. To achieve the purpose the following tasks were solved: - existing investment injections in the framework of PPP in the construction and renovation of bridges were analyzed; - the role of PPP in the context of the construction and renovation of bridges was determined. **Findings.** To

achieve the purpose, the following general scientific and special methods and techniques of research were used: a comparative analysis of scientific literature and information sources based on methods of comparison, systematization and generalization; generalization of the results of the analysis and the logical generation of conclusions. **Results.** The analysis of the current state of the bridges was conducted. It was determined that in the current conditions of intensity and load on the pavement, and, accordingly, on bridge structures, their service life is reduced by at least half, or even more. It has been established that government funding in the bridge building industry is not enough. The positive foreign experience in the renovation and construction of bridges by the leading countries of the world was investigated and analyzed. **Originality.** The introduction of public-private partnership procedures at the level of bridge building was proposed and a hypothesis on the development of unique forms of cooperation within the framework of public-private partnerships was put forward. **Practical value.** A niche for prospective studies has been defined - the development of state interaction with a private investor based on game theory, which ensuring that each side benefits in equal proportions.

Key words: bridge building, public-private partnership, state financing, renovation, bridge building industry.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Левченко Ярослава Сергіївна - доктор філософії з галузі «Соціальні та поведінкові науки», Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м.Харків, Україна; e-mail: slavalevcenko1984@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4979-1101>

Левченко Ярослава Сергеевна - доктор философии в области «Социальные и поведенческие науки», Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г.Харьков, Украина.

Levchenko Yaroslava - Ph.D. in "Social and behavioral sciences", Kharkiv National Automobile and Highway University, Associate professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.

МОДЕЛИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РАБОТНИКА С ОРГАНИЗАЦИОННЫМ ОКРУЖЕНИЕМ БИЗНЕСА

Лысанова А.М. старший преподаватель

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

Пахомова Л.В. ассистент

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

Постановка проблемы. Для обеспечения реализации стратегии использования человеческого потенциала в бизнесе важным вопросом является обеспечение эффективного взаимодействия каждого работника и организационного окружения бизнеса. Смысл эффективного взаимодействия работника с организационным окружением состоит в поиске и нахождении ответа на вопрос, что в отдельном работнике определяет его эффективную реализацию в трудовом коллективе, а также какие характеристики организационного окружения влияют и, в конечном итоге, определяют эффективность работы каждого работника в бизнесе [1].

При этом важным вопросом является определение самого понятия организационное окружение, которые, как известно, влияет на каждого работника трудового коллектива через выполняемые работником его функциональные обязанности. Немаловажным элементом при изучении эффективного взаимодействия работника с организационным окружением, выступает ценностная ориентация работника, отражающая его потребности, приводящие к достижению поставленных работником целей в бизнесе.

Именно эти две составляющие, т.е. отдельный работник и организационное окружение, должны сохранять при взаимодействии некоторый баланс, который может быть охарактеризован степенью выполнения некоторых ожиданий относительно выявленных сторон взаимодействия. Такие ожидания могут быть рассмотрены как факторы, обеспечивающие моделирование эффективного взаимодействия работника с организационным окружением [2].

Анализ последних исследований и публикаций. В отечественной и зарубежной литературе достаточно полно освещены вопросы, связанные с проблемой построения эффективного взаимодействия работника с организационным окружением бизнеса. Проблема, обеспечения взаимности эффективной реализации отдельного работника в бизнесе, достаточно широко определена в работах таких зарубежных авторов как Вудкок М., Харрингтон Дж. и др. В частности, рассмотрены такие вопросы как личностные характеристики работников трудового коллектива, потребности и мотивы их деятельности.

Идентичные вопросы рассмотрены в работах отечественных ученых, например, Палеха Ю.И., Никифорова В.Г., Ладанова И.Д. и др.

Объемный анализ коммуникационного процесса, реализуемого в трудовом коллективе, приведен в работах авторов Мескона, Альберта и Хедоури.

Вопросы эффективной реализации работников в бизнесе являются весьма актуальными и требующими дальнейшего рассмотрения.

Нерешенные составляющие общей проблемы. Приоритетной составляющей общей проблемы моделирования эффективного взаимодействия работника с организационным окружением является определение и дальнейшее изучение сути понятия организационного окружения бизнеса, установления характеристик относительно организационного окружения и выявления факторов, определяющих его эффективную реализацию. Кроме этого, достаточно малоизученным вопросом является ценностная ориентация работника в бизнесе, определяющая блок возникновения и блок реализации мыслей, действий и поступков личности, задействованной в конкретном бизнесе.

Формулирование целей статьи. При моделировании процесса эффективного взаимодействия работника с организационным окружением бизнеса представляется необходимым решить следующие вопросы, которые можно обозначить как цели, а именно: - определение процесса взаимодействия работника и организационного окружения бизнеса как континуума; - выявление сути понятия организационного окружения бизнеса; - определение процесса взаимодействия работника с организационным окружением бизнеса как динамического процесса; - выявление факторов, определяющих ожидание работника трудового коллектива; - выявление факторов, определяющих ожидания организационного окружения.

Изложение основного материала исследования. Общеизвестно, что одной из важнейших проблем эффективной стратегии использования человеческого потенциала в бизнесе является обеспечение возможности эффективной реализации каждого работника конкретного бизнеса. В этой связи представляется необходимым построение модели эффективного взаимодействия работника с бизнесом. Такая модель предполагает, прежде всего, выявление сути взаимодействия работника с бизнесом, а также бизнеса с работником. При этом рассматриваемая модель эффективного взаимодействия работника с бизнесом является динамичным явлением, так как и отдельный работник, и конкретный бизнес, в котором задействован данный работник, являются саморазвивающимися системами, обеспечивающими при этом определенный генезис [3].

Процесс взаимодействия каждого работника с бизнесом представляет собой континуум, определяющим элементом которого является организационное окружение работника. Под организационным окружением обычно понимается та часть конкретного бизнеса, с которой отдельный работник взаимодействует во время выполнения своих функциональных обязанностей.

При этом многие авторы, занимающиеся проблемами эффективного управления бизнесом, обозначают это понятие, используя довольно широкий диапазон характеристик [4]

Прежде всего, это миссия конкретного бизнеса, которая в конечном итоге определяет долгосрочную, а значит, стратегическую цель функционирования рассматриваемого бизнеса. В этот диапазон характеристик, определяющих понятие организационное окружение, входят также: размеры трудового коллектива, в котором реализован каждый сотрудник; организационная структура управления бизнесом, позволяющая установить субординацию и координацию совместной работы сотрудников конкретного бизнеса; основные и конкретные функции, отражающие понятие конкретного и совокупного работника трудового коллектива; методы и стиль руководства, реализуемые субъектом управления при его взаимодействии на объект управления; комплекс поведенческих норм и правил, обеспечивающих высокую организационную культуру бизнеса [5, 6].

Каждый работник трудового коллектива, задействованного в конкретном бизнесе, неизбежно дифференцирует относительно себя организационное окружение. При этом именно дифференциация организационного окружения влияет на степень социализации работника в трудовом коллективе, а значит предопределяет его статус [7, 8].

Социализация работника как форма его реализация в трудовом коллективе обусловлена взаимодействием двух весьма важных составляющих, а именно: - во-первых, личностными характеристиками каждого работника трудового коллектива (знаниями, умениями, опытом, навыками, желаниями, стремлениями, убеждениями, волей, эмоциями, настроением и др.); - во-вторых, характеристика организационного окружения отдельного работника трудового коллектива.

Эти две важнейшие составляющие социализации работника в трудовом коллективе являются взаимосвязанными и взаимозависимыми при их реализации. Изменение какой-либо из характеристик в обязательном порядке обеспечивает динамику взаимодействия работника с организационным окружением. Выше указанные характеристики, согласно их дифференциации, опосредствованы через соответствующие ожидания. Эти ожидания могут быть рассмотрены как факторы, позволяющие моделировать процесс взаимодействия отдельного работника с организационным окружением [9, 10].

К числу таких факторов, определяющих ожидания каждого работника трудового коллектива, относятся: 1. Содержание работы – функции, выполняемые каждым работником на своем рабочем месте. 2. Значимость работы – место и роль отдельных операций в общем объеме выполняемых работ в бизнесе. 3. Инновативность выполняемых работ – творческий характер работ. 4. Интенсивность работы – степень загрузки работника на рабочем месте. 5. Возможность принимать самостоятельные решения – степень независимости работника. 6. Степень риска – способность и возможность избегать неоправданного риска. 7. Престижность работы – занимаемая

должность работником. 8. Безопасность – комфортные условия на рабочем месте. 9. Сознание собственной значимости – обладание авторитетом среди других работников. 10. Материальные стимулы – уровень заработной платы и других видов материального вознаграждения работника. 11. Социальная защищенность работника – уровень социальных благ, получаемых конкретным работником. 12. Возможность карьерного роста – повышение уровня профессионально-творческой активности работника. 13. Уровень взаимоотношений между работниками – микроклимат трудового коллектива.

К числу факторов, определяющих ожидания организационного окружения по отношению к отдельному работнику, относят: 1. Уровень знаний, умений, опыта и навыков работников – квалификация работников. 2. Максимальный вклад работника в общие результаты работы трудового коллектива. 3. Сильная интенция работника – ярко выраженные волевые качества работника. 4. Коммуникативность работника как способность выстраивать эффективные деловые контакты. 5. Следование моральным и нравственным ценностям, сложившимся в организационном окружении. 6. Наличие чувства эмпатии – умение видеть, слышать и чувствовать делового партнера. 7. Степень конфликтности работника. 8. Наличие чувства ответственности за результаты выполненной работы. 9. Инициативность при решении хозяйственных ситуаций. 10. Отсутствие реализации антиобщественной активности работника. Все перечисленные ожидания отдельного работника и организационного окружения должны быть приведены в определенное соответствие с целью минимизации возможных проблем при взаимодействии работника с организационным окружением конкретного бизнеса. **Выводы из проведенного исследования.** В результате проведенного исследования был обозначен процесс взаимодействия отдельного работника с его организационным окружением как континуум, имеющий признаки динамичности. Установлена суть понятия организационного окружения; выявлены факторы, определяющие ожидания отдельного работника и ожидания организационного окружения бизнеса. Проведенные исследования вышеуказанных факторов позволяют смоделировать эффективный процесс взаимодействия отдельного работника с его организационным окружением.

Перечень ссылок

1. Палеха Ю.І. Менеджмент персоналу: навч. посібник. К.: Вид-во «Ліра-К», 2016. 338 с.
2. Никифоренко В.Г. Управління персоналом: навч. посібник. 2-е видання, виправлене та доповнене. Одеса: Атлант, 2013. 275 с.
3. Машек Г.Є., Ковальчук М.М. та ін. Менеджмент: навч. посібник. видання 2-ге, доповнене. К.: Видавництво Ліра, 2016. 550 с.
4. Пугачев В. П. Управление персоналом организации. М.: Издательство Юрайт, 2019. 402 с.
5. Матушкін М. В. Організаційна поведінка: навч. посібник. Старобільськ, 2016. 200 с.
6. Дейнека А. В. Управление персоналом. М.: Дашков и К, 2016. 466 с.

7. Дудкін П.Д., Лосій О.Б. та ін. Організаційна поведінка. Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2015 252 с.

8. Менеджмент: учебник для бакалавров / под ред. А. Н. Петрова. 2-е изд., испр. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2016. 645 с.

9. Маслов В. И. Стратегическое управление персоналом в условиях эффективной организационной культуры: учебник. М.: Издательство «Финпресс», 2014. 288 с.

10. Стеклова О. Е. Организационная культура: учеб. пособие. Ульяновск: УлГТУ, 2007. 127 с.

References

1. Palekha, Yu.I. (2016), *Human Resources Management: Tutorial*. [Menedzhment personalu: navch. posibnyk], K.: View of "Lira-K", 338 p.

2. Nikiforenko, V.G. (2013), *Personnel Management: Training Manual*. [Upravlinnia personalom: navch. posibnyk], 2nd edition, corrected and supplemented, Odessa: Atlanta, 275 p.

3. Mashek, G. E., Kovalchuk, M.M., etc. (2016), *Management. Textbook* [Menedzhment.: navch. posibnyk], edition 2-th, completed, K.: Publishing House Lyra , 550 p.

4. Pugachev, V. P. (2019), *Management staff of the organization* [Upravlenie personalom organizatsii], M.: Yurayt Publishing House, 402 p.

5. Matushkin, M. V. (2016), *Organizational Behavior. Tutorial* [Orhanizatsiina povedinka: navch. posibnyk], Starobilsk, 200 p.

6. Deineka, A. V. (2016), *Personnel Management* [Upravlenie personalom], M.: Dashkov and Co., 466 p.

7. Dudkin, P.D., Losiy, O.B., etc. (2015), *Organizational Behavior* [Orhanizatsiina povedinka], Ternopil: FOP Palyanitsya V.A., 252 p.

8. *Management: a textbook for bachelors* (2016), [Menedzhment: uchebnik dlya bakalavrov] / edited by A. N. Petrov, 2nd bridge, recid., M.: Yurayt Publishing House, 645 p.

9. Maslov, V. I. (2014), *Strategic personnel management in an effective organizational culture: Textbook* [Strategicheskoe upravlenie personalom v usloviyakh effektivnoy organizatsionnoy kul'tury: uchebnik], M.: Publishing "Finpress", 288 p.

10. Steklova, O. E. (2007), *Organizational culture: Study Guide* [Organizatsionnaya kul'tura: ucheb. posobie], Ulyanovsk: UlSTU, 127 p.

РЕФЕРАТЫ РЕФЕРАТИ ABSTRACTS

УДК 331.105.15; JEL Classification: M12

Лисанова А.М., Пахомова Л.В. МОДЕЛЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ПРАЦІВНИКА З ОРГАНІЗАЦІЙНИМ ОТОЧЕННЯМ БІЗНЕСУ

Мета: моделювання ефективної взаємодії працівника з організаційним оточенням бізнесу. **Методика дослідження:** методи системного та

комплексного аналізу, щодо вивчення проблем взаємодії окремого працівника з організаційним оточенням; методи формально-логічного аналізу для визначення факторів, що формують процес моделювання ефективної взаємодії працівника з організаційним оточенням бізнесу; методи порівняння, класифікації, систематизації та синтезу результатів аналізу. **Результат дослідження:** встановлено сенс і зміст ефективної взаємодії окремого працівника з організаційним оточенням бізнесу; отримана відповідь на питання – що в кінцевому результаті впливає на ефективну реалізацію працівника у трудовому колективі; встановлена роль ціннісної орієнтації кожного працівника в бізнесі, яка не обмежується тільки через систему особистісних потреб і мотивів, які в свою чергу, позначають поставлені працівником мети; встановлено процес взаємодії окремого працівника і організаційного оточення бізнесу як континуум, що знаходиться в динаміці; виявлено сенс і зміст поняття організаційного оточення бізнесу; зроблена спроба встановити баланс, який визначений як ступінь виконання очікувань виявлених сторін взаємодії, тобто окремого працівника і організаційного оточення; виявлені фактори, що визначають очікування організаційного оточення та очікування окремого працівника; показана можливість мінімізації проблем, що виникають при взаємодії сторін взаємодії. **Наукова новизна:** запропонований процес моделювання ефективної взаємодії окремого працівника з організаційним оточенням бізнесу з урахуванням виявлених факторів, що відображають очікування встановлених сторін взаємодії. **Практична значимість:** отримані результати дослідження дозволяють вибудовувати ефективний діловий контакт між окремим працівником і організаційним оточенням бізнесу з урахуванням встановлених факторів, що відображають очікування кожного працівника бізнесу і організаційного оточення.

Ключові слова: окремий працівник, трудовий колектив, організаційне оточення, континуум, моделювання, взаємодія.

УДК 331.105.15; JEL Classification: M12

Лысанова А.М., Пахомова Л.В. МОДЕЛИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РАБОТНИКА С ОРГАНИЗАЦИОННЫМ ОКРУЖЕНИЕМ БИЗНЕСА.

Цель: моделирование эффективного взаимодействия работника с организационным окружением бизнеса. **Методика исследования:** методы системного и комплексного анализа к изучению проблем взаимодействия отдельного работника с организационным окружением; методы формально-логического анализа для определения факторов, формирующих процесс моделирования эффективного взаимодействия работника с организационным окружением бизнеса; методы сравнения, классификации, систематизации и синтеза результатов анализа. **Результат исследования:** установлены смысл и содержание эффективного взаимодействия отдельного работника с организационным окружением бизнеса; получен ответ на вопрос – что же в конечном итоге влияет на эффективную реализацию работника в трудовом

коллективе; установлена роль ценностной ориентации каждого работника в бизнесе, которая опосредствуется через систему личностных потребностей и мотивов, которые в свою очередь, обозначают поставленные работником цели; определен процесс взаимодействия отдельного работника и организационным окружением бизнеса как континуум, находящийся в динамике; выявлена суть и содержание понятия организационного окружения бизнеса; сделана попытка установить баланс, который определен как степень выполнения ожиданий выявленных сторон взаимодействия, т.е. отдельного работника и организационного окружения; выявлены факторы, определяющие ожидания организационного окружения и ожидания отдельного работника; показана возможность минимизации проблем, возникающих при взаимодействии сторон взаимодействия. **Научная новизна:** предложен процесс моделирования эффективного взаимодействия отдельного работника с организационным окружением бизнеса с учетом выявленных факторов, отражающих ожидания установленных сторон взаимодействия. **Практическая значимость:** полученные результаты исследования позволяют выстраивать эффективный деловой контакт между отдельным работником и организационным окружением бизнеса с учетом установленных факторов, отражающих ожидания каждого работника бизнеса и организационного окружения.

Ключевые слова: отдельный работник, трудовой коллектив, организационное окружение, континуум, моделирование, взаимодействие.

UDC 331.105.15; JEL Classification: M12

Lysanova A.M., Pakhomova L.V. MODELING OF EFFECTIVE INTERACTION OF A WORKER WITH A BUSINESS ORGANIZATIONAL ENVIRONMENT.

Purpose: modeling the effective interaction of the worker with the organizational environment of the business. **Methodology of research:** methods of system and complex analysis to study the problems of interaction of an individual worker with the organizational environment; methods of formal logical analysis to determine the factors that shape the process of modeling the effective interaction of the worker with the organizational environment of the business; methods of comparison, classification, systematization and synthesis of analysis results. **Findings:** set meaning and content of effective interaction of an individual worker with the organizational environment of the business; the answer to the question is received - what ultimately affects the effective implementation of the worker in the labor collective; the role of the value orientation of each worker in the business is established, which is mediated through a system of personal needs and motives, which, in turn, will indicate the goals set by the worker; the process of interaction between an individual worker and the organizational environment of the business is defined as a continuum that is in dynamics; the essence and content of the concept of the organizational environment of a business are revealed; an attempt was made to establish a balance that is defined as the degree of fulfillment of the expectations of the identified parties to the interaction, i.e. individual worker and organizational

environment; identified factors that determine the expectations of the organizational environment and the expectations of the individual worker; the possibility of minimizing problems arising from the interaction of the parties to the interaction. **Originality:** the process of modeling the effective interaction of an individual worker with the organizational environment of the business is proposed taking into account the identified factors that reflect the expectations of the established parties to the interaction. **Practical value:** the obtained research results allow us to build an effective business contact between an individual worker and the organizational environment of the business, taking into account established factors that reflect the expectations of each worker of the business and organizational environment.

Key words: individual worker, labor collective, organizational environment, continuum, modeling, interaction.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Лисанова Алла Митрофанівна – старший викладач, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, старший викладач кафедри економіки і підприємництва, м.Харків, Україна; e-mail: lysanovaam@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3874-3195>. Моб.096-369-00-03

Лысанова Алла Митрофановна – старший преподаватель, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, старший преподаватель кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина; e-mail: lysanovaam@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3874-3195>. Моб.096-369-00-03

Lysanova Alla Mitrofanovna - Senior Lecturer, Kharkiv National Automobile and Highway University, Senior Lecturer, Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine; e-mail: lysanovaam@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3874-3195>. Моб.096-369-00-03

Пахомова Людмила Володимирівна – Харківський національний автомобільно-дорожній університет, асистент кафедри економіки і підприємництва, м.Харків, Україна; e-mail: lyudakada@gmail.com; Моб.0673913392.

Пахомова Людмила Владимировна – Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, ассистент кафедры экономики и предпринимательства, г.Харьков, Украина; e-mail: lyudakada@gmail.com; Моб.0673913392.

Pakhomova Lyudmila Vladimirovna - Kharkiv National Automobile and Highway University, Associate at the Department of Economics and Entrepreneurship Department, Kharkov, Ukraine; e-mail: lyudakada@gmail.com; Mob.0673913392.

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

Луньова В.А., канд. екон. наук

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна;

Багмат П.Д., магістр

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Постановка проблеми. Сьогодні роль інновацій в економічній системі займає одну з провідних місць. Інновації є головним фактором довгострокового економічного розвитку. Широке впровадження інновацій в усіх напрямках діяльності підприємств забезпечує їх успішне функціонування і надає конкурентні переваги.

У наукових колах загально відомо, що економічне зростання в Україні неможливе без активізації інноваційної діяльності, у тому числі в аграрній сфері економіки, оскільки сільське господарство у 2017 році забезпечило створення 11,16% ВВП країни, а експорт сільськогосподарської продукції у 2017 році склав 32,4% загального обсягу експорту товарів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні, методичні та прикладні аспекти розвитку інновацій у сільському господарстві є предметом вивчення багатьох зарубіжних вчених, зокрема Г. Алсоса, Ф. Велтера, Д. Вільсона, П. Друкера, С. Картера, Д. Кехена, Х. Лյонгрена та інших.

Так, старший науковий співробітник Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН Д. Кехен переконаний, що розбудова конкурентоспроможного, соціального та стратегічно-орієнтованого господарства тільки за умови інноваційного шляху розвитку стає можливою.

У зв'язку з цим об'єктивно зумовленим завданням нині є формування інноваційної моделі сільського господарства, яка спроможна забезпечити випереджальний розвиток галузі, стійке економічне зростання та передбачити стабільний щорічний приріст валової продукції й підвищення продуктивності праці, високий рівень глобальної конкурентоспроможності [1].

Вивченню та узагальненню різноманітних тенденцій розвитку інновацій в аграрній сфері присвячені фундаментальні дослідження українських науковців. Глибиною та широтою охоплення досліджуваної проблематики характеризуються наукові доробки С.Ф. Бабієнка, Л.В. Вовка, І.Ю. Гришової, С.М. Ілляшенка, І.В. Качалової, Ю.О. Лупенко, О.І. Мельника, Т.С. Оделевської, П.Т. Саблук, Н.М. Сіренко, М.П. Хоменко, О.В. Шубравської.

Так, Л.В. Вовк та С.О. Пузирьов досліджують актуальні аспекти розвитку інновацій в аграрній сфері України; І.В. Калачова, К.О. Прокопенко, О.В. Шубравська вивчають перешкоди та напрями інноваційного розвитку у сільському господарстві; О.І. Мельник та Н.М. Сіренко розкривають сутність

інноваційного підприємництва як складової стратегії розвитку аграрного сектора економіки та ін.

Невирішені складові загальної проблеми. У той же час у вітчизняній науці теорія інноваційного розвитку в сільському господарстві розроблена недостатньо, оскільки є багато нового, різнопланового, складного, що стосується модернізації аспектів аграрної трансформації. Крім того, теорія і практика самого підприємства перебуває в постійному удосконаленні, з'являються нові питання, теорії, проблеми та закономірності, які потребують вирішення. Виникає необхідність у безперервному оновленні знань з питань становлення інноваційного розвитку в аграрному секторі.

Формування цілей статті. У зв'язку з цим метою статті обрано дослідження особливостей інноваційного розвитку у сільському господарстві задля стабілізації ефективності та зростання аграрної сфери в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досліджуючи особливості інноваційного розвитку підприємств агропромислового сектору, А. Смоленюк сутність інноваційної діяльності в АПК визначає, як особливий процес організації господарювання на основі розгалуженої мережі раціонально-поєднаних малих та великих інноваційних підприємств, здатних швидко і з мінімальними витратами здійснювати в агропромисловому виробництві технологічні зміни шляхом розробки, виробництва і реалізації інноваційних продуктів та надання інноваційних послуг, забезпечувати конкурентоздатну наукомістку продукцію [2].

До інноваційних підприємств він відносить інноваційні центри, технопарки, науково-дослідницькі формування, технополіси, інноваційні бізнес-інкубатори, що мають займатися розробкою, виробництвом і реалізацією інноваційних продуктів та наданням інноваційних послуг, обсяг яких перевищує 70,0% від їх загального обсягу продукції та послуг у грошовому еквіваленті [2].

Сучасний стан інноваційної активності в Україні, а особливо в аграрній сфері економіки, більшість дослідників-економістів визначають як незадовільний або кризовий [3-6]. Показник наукоємності ВВП України за роки незалежності став катастрофічно знижуватись, так з рівня 1,8% (1991 рік) до 0,42% (2016 рік), зменшивсь майже втричі [3-6].

Для порівняння частка витрат на виконання наукових досліджень і розробок у ВВП зарубіжних країн останні роки постійно зростає: наукоємність ВВП в країнах ЄС-28 зросла з 1,76% у 2005 році до 2,03% у 2014 році (Рис. 1) [4, 7]. Крім того для забезпечення стимулювання конкурентоспроможності ЄС у світі одним з п'яти цільових завдань стратегії Європа 2020 є збільшення наукоємності ВВП до 3,0% до 2020 року [4, 7].

Порівняння наукоємності ВВП України з країнами ЄС-28 в цілому, та з найбільш розвиненими країнами Євросоюзу у 2014 році показує, що цей показник в Україні у 3,27 рази менший ніж в середньому в країнах ЄС-28 і у 5,11 разів у країнах-лідерах за рівнем інноваційного розвитку – Фінляндія, Швеція (Рис. 1) [4, 7].

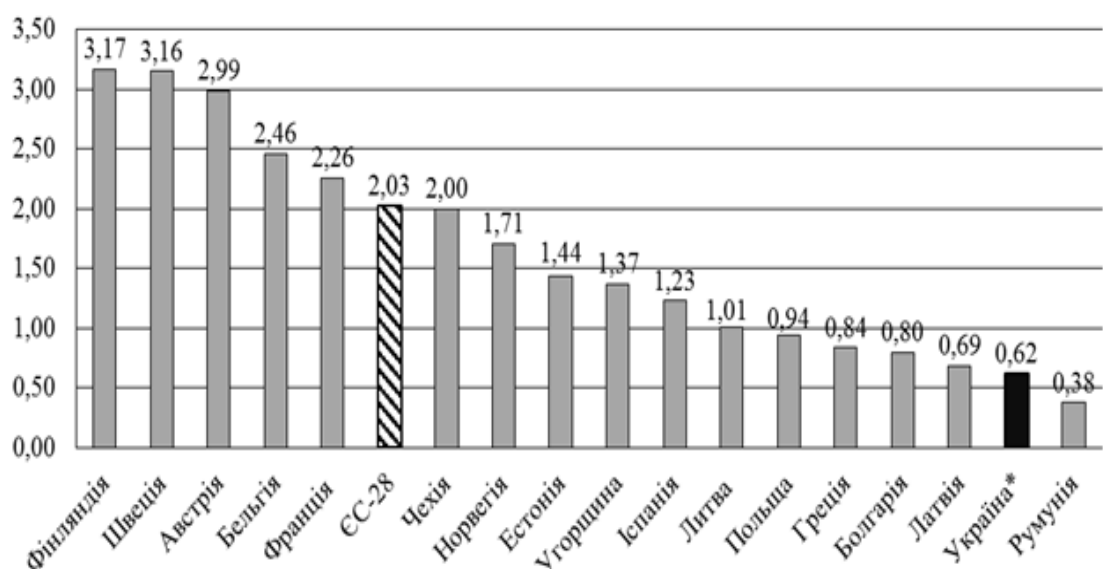


Рис. 1. Показники наукоємності ВВП України та деяких країн ЄС у 2014 році, %
Джерело: складено та розроблено автором на основі [4, 7]

Сучасний стан розвитку наукової сфери приречує Україну на роль відсталої держави у світовому середовищі. Аналізуючи дане становище, доцільним згадати слова академіка НАН України В.П. Семиноженка, який відмітив, що більшість вітчизняних підприємств на сьогоднішній день за технічним рівнем відстають як мінімум на півстоліття від підприємств розвинених країн [8]. Щодо негативної динаміки показника наукоємності ВВП України, який протягом десяти останніх років інтенсивно знижується, доречно звернути увагу на думку фахівців, які переконані, що при наукоємності ВВП менше 1,0% на рік протягом 5-7 років починається руйнування науково-технічного потенціалу країни [9].

Частка державних видатків на науку у вартості продукції сільського господарства склала 0,06% від вартості випуску продукції у 2017 році. Обсяг видатків на аграрну науку з Державного бюджету на 1 га сільськогосподарських угідь (3,29 грн.) були в Україні на порядок меншими від аналогічних показників у розвинутих країнах. Відбулося скорочення чисельності працівників наукових аграрних організацій з 12,7 тис. осіб у 2009 році до 7,0 тис. осіб у 2017 році. Кількість одержаних охоронних документів на винаходи для сільського господарства та сорти рослин у 2009 році становила 834, у 2017 році – 237 [10, 11]. Кількість агроформувань, в яких впроваджували інновації, становила 1076 або 1,92% від загальної кількості сільськогосподарських підприємств та фермерських господарств у 2014 році [10]. Також можна спостерігати за період 2010-2017 рр. зменшення наукового потенціалу сільськогосподарських підприємств.

Матеріально-технічний потенціал інноваційного розвитку аграрних підприємств утворює сукупність земельних та матеріально-технічних ресурсів підприємств (будинки, споруди, системи енергопостачання, машини, обладнання, устаткування, насіння, добрива, корми тощо), форм їх поєднання, які є необхідними для впровадження новацій у сільськогосподарських

підприємствах та виробництва інноваційної продукції. Зупинимось детальніше лише на окремих його аспектах.

Відзначимо зростання вартості основних засобів у галузі, фондооснащеності та фондоозброєності. Вартість основних засобів була більшою у 2,1 рази в 2017 році порівняно з 2009 роком, фондооснащеність, за нашою оцінкою, у сільськогосподарських підприємств підвищилася в 1,7 рази, фондоозброєність праці – в 1,9 рази. У таблиці 1 наводяться кількісні зміни найбільш активної частини основних засобів – сільськогосподарської техніки аграрних підприємств [13].

Кількість тракторів, комбайнів аграрних підприємств в Україні зменшилася. Рівень завантаженості тракторів є набагато вищим, ніж у країнах ЄС [14].

В Україні на 1000 га ріллі у 2010 році припадало 8 тракторів, тоді як у Німеччині - 80, у Франції - 80, Польщі - 100, в Італії - 200 [14]. Тому в Україні залишається розрив між забезпеченістю технікою сільськогосподарських підприємств та потребою в неї. За оцінкою академіка НААН П.Т. Саблука основними сільськогосподарськими машинами аграрні підприємства забезпечені лише на 45,0-65,0% [8].

Таблиця 1

Наявність техніки у аграрних підприємств України у 2008-2015 роках

Вид техніки	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017 у % до 2010 р.
Трактори усіх марок, тис. шт.	151,3	147,1	150,1	146,0	130,8	127,8	121,3	111,7	73,8
із розрахунку на 1000 га ріллі, шт.	8,0	8,0	8,0	8,0	7,0	6,8	6,7	6,5	81,2
Зернозбиральні комбайни, тис. шт.	32,8	32,1	32,0	30,0	27,2	26,7	26,5	26,3	80,2
із розрахунку на 1000 га посівної площі зернових, шт.	4,0	4,0	4,0	4,0	3,9	3,5	3,3	3,1	77,5
Комбайни кукурудзозбиральні, тис. шт.	2,5	2,3	2,1	2,0	1,8	1,6	1,5	1,3	52
із розрахунку на 1000 га посівної площі кукурудзи, шт.	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	100
Бурякозбиральні машини, тис. шт.	4,2	3,8	3,6	3,0	2,7	2,4	2,3	2,1	50
із розрахунку на 1000 га посівної площі буряків, шт.	9,0	8,0	9,0	13,0	11,0	11,0	10,9	10,7	118,9

Джерело: розроблено автором на основі [9]

Таким чином, останніми роками відбувається оновлення основних засобів у сільському господарстві. Саме певне зростання вартості основних засобів, перевищення надходження основних засобів над їх вибуттям, зменшення коефіцієнту їх зносу. Але обсяги оновлення основних засобів є недостатніми для переходу сільськогосподарських підприємств на інноваційну модель розвитку.

Зазначений стан є наслідком відсутності стратегії переведення економіки України на інноваційний шлях розвитку, формування національної інноваційної системи, яка забезпечувала б його реалізацію, неналежного використання методів планування на всіх рівнях управління (системного аналізу, прогнозування, оптимізації, програмно-цілевих методів управління тощо), низького рівня інноваційної культури працівників органів державної влади.

Виходом з даної ситуації можуть бути саме інвестиції, які залежать від фінансового стану підприємств та доступних для них фінансових ресурсів. За результатами 2015 року усі галузі економіки України крім сільського господарства виявилися збитковими. І тільки в аграрному секторі отримано 103,14 млрд. грн. прибутку, в той час як інші галузі принесли країні понад 236,99 млрд. грн. збитку [15].

Порівняємо фінансові результати діяльності промисловості та сільського господарства України у 2010-2015 роках (Рис. 2) [15].

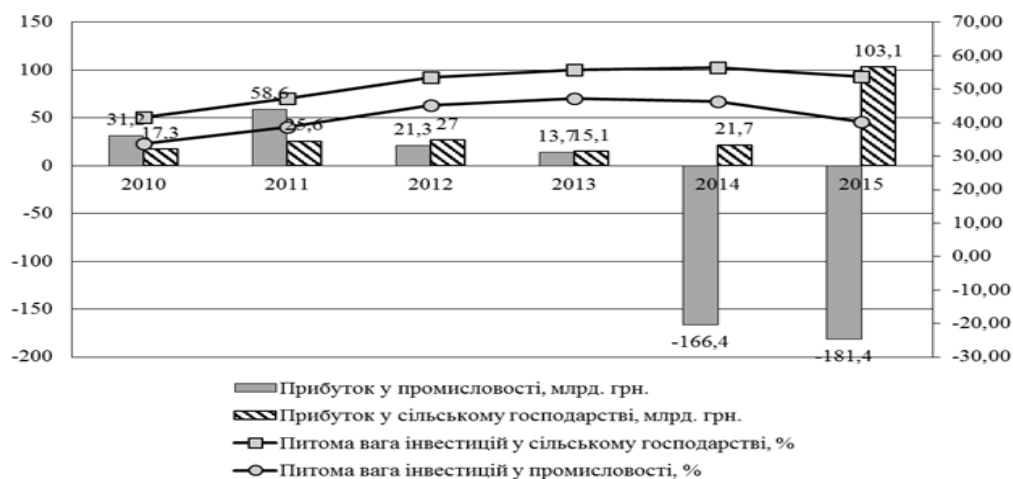


Рис. 2. Динаміка прибутку і питомих ваг капітальних інвестицій у промисловості та сільському господарстві України у 2010-2015 роках, %
Джерело: складено та розроблено автором на основі [15]

Якщо прибуток, отриманий у промисловості у 2010 та 2011 роках був вищий ніж у сільському господарстві і у 2011 році склав понад 58 млрд. грн., однак після цього у промисловості відбулося різке падіння величини прибутку – до 21,3 млрд. грн. у 2012 році і 13,7 млрд. грн. у 2013 році. А у 2014 та 2015 роках промисловість України зазнала збитків на величезні суми – 166,4 та - 181,4 млрд. грн. відповідно [15].

Проте, прибуток у сільському господарстві за період, що досліджується, мав зростаючу динаміку і у 2015 році досяг рекордного значення 103,1 млрд. грн. У той же час, питома вага капітальних інвестицій в промисловості з 2010 по 2015 рік складала від 33,73 до 40,20% від загальної суми капітальних інвестицій в економіку України, а в сільському господарстві – тільки від 7,86 до 13,62%, тобто майже у три рази менше ніж у промисловості [15].

Таке недофінансування сільського господарства не припустиме. Керівництву держави слід докорінно змінити інвестиційну політику відносно

провідної в державі і перспективної галузі. Розподіл інвестиційних ресурсів має бути пропорційним внескам галузей в економіку країни.

Для успішного здійснення інноваційної діяльності в сільському господарстві інвестиції мають бути збільшені у рази. Тільки при таких умовах можливе техніко-технологічне переозброєння агровиробництва та освоєння наукоємних ресурсозберігаючих технологій, які дозволяють підвищити конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції і ефективність виробництва, забезпечити економічне зростання.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, інноваційний розвиток підприємств в аграрній сфері безпосередньо залежить від розвиненості інноваційної аграрної інфраструктури. Саме сукупність підприємств, які, використовують досягнення науки та техніки, економічні та інформаційні умови освоєння інновацій, забезпечують умови освоєння інновацій, сприяють оновленню номенклатури продукції, яка випускається, створенню робочих місць, примноженню науково-технічного потенціалу аграрної сфери України. Крім того, інноваційний розвиток підприємств в аграрному секторі України знизить соціальну напругу на селі, підвищить добробут сільського населення, дасть поштовх для розвитку сільських територій та їх інфраструктури.

Перелік посилань

1. Кохен Д. Багатство світу та бідність націй. Л.: Кембридж, 1998. С. 134-211.
2. Смоленюк А. П. Розвиток інноваційного підприємництва в агропромисловому виробництві: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. К., 2010. 20 с.
3. Бузовський Є. А., Скрипниченко Є. А. Інновації у розвитку підприємництва в аграрній сфері. *Економіка АПК*. 2009. № 1. С. 55-63.
4. Зубець М. В., Володін С. А. Про стратегію утвердження інноваційної моделі розвитку аграрної економіки. *Економіка АПК*. 2004. № 12. С. 23-28.
5. Музика П. М. Підвищення ефективності інноваційної підприємницької діяльності в сільськогосподарському виробництві. *Економіка АПК*. 2005. № 6. С. 64-67.
6. Сіренко Н. М. Управління стратегією інноваційного розвитку аграрного сектора економіки України : монографія. М., 2010. 416 с.
7. Архієрев С., Попадинець О. Підвищення ролі регіонів у випуску високотехнологічної та інноваційної продукції: міжнародний досвід: електронний ресурс. Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/november08/5.htm>.
8. Саблук П. Т. Розвиток інституцій удосконалення механізму реформування аграрного сектору економіки. *Економіка АПК*. 2010. № 10. С. 3-8.
9. Власенко Н. С. Сільське господарство України. *Статистичний збірник*. К., 2014. 400 с.

10. Прокопенко О. М. Сільське господарство України. *Статистичний щорічник*. К., 2015. 360 с.
11. Кармазіна О. О. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. *Статистичний збірник*. К., 2015. 255 с.
12. Лупенко Ю. О. Пріоритетні напрями інноваційної діяльності в аграрній сфері України. *Економіка АПК*. 2014. № 12. С. 5-11.
13. Прокопенко О. М. Наявність сільськогосподарської техніки та енергетичних потужностей у сільському господарстві. *Статистичний збірник*. К.: Держстат України, 2017. 42 с.
14. Підлесецький Г., Товстопят В. Економічні проблеми технічного забезпечення сільського господарства. *Економіка України*. 2008. № 10. С. 81-87.
15. Ширма В. В. Вплив результатів інноваційної діяльності підприємств галузі рослинництва на рівень ефективності їх господарювання. *Економіка АПК*. 2014. № 9. С. 81-86.

References

1. Cohen, D. (1998), *The Wealth of the World and the Poverty of Nations* [Bagatstvo svitu ta bidnist natsiy], London, Cambridge, P. 134-211.
2. Smolenyuk A. P. (2010), *Development of innovative entrepreneurship in agroindustrial production: abstract of dissertation for the degree of candidate of economic sciences* [Rozvytok innovatsiynogo pidpriyemstva v agropromyslovomu vyrobnytstvi: avtoreferat dysertatsiyi na здобуття наукового ступеня кандыdata ekonomichnyh nauk], Kyiv, 20 p.
3. Buzovsky, E. A., Skripnichenko V. A. (2009), Innovations in business development in agriculture [Innovatsii u rozvytku pidriyemstva v agrarniy sferi], *Economics of AIC*, No 1, P. 55-63.
4. Prong, M. V., Volodin S. A. (2004), On the strategy of establishing an innovative model of Agricultural Economics [Pro strategiyu utverdzhennya innovatsiynoyi modeli rozvytku agrarnoyi ekonomiky], *Economy AIC*, No 12, P. 23-28.
5. Muzyka, P. M. (2005), Improving the efficiency of innovative entrepreneurship in agricultural production [Pidvyshennya efektyvnosti innovatsiynoyi pidpriyemnytskoyi diyalnosti v silskogospodarskomu vyrobnytstvi], *Economy AIC*, No 6, P. 64-67.
6. Sirenko, N. M. (2010), Management strategy of innovative development of agrarian sector of Ukraine: monograph [Upravlinnya strategiyeyu innovatsiynogo rozvytku agrarnogo sektora ekonomiky Ukrayiny: monografiya], Mykolaiv, 416 p.
7. Arhiyerev, S., Popadynets A. (2008), Enhancing the role of the regions in the production of high-tech and innovative products, international experience: Electronic resource [Pidvyshennya roli regioniv u vypusku vysokotekhnologichnoyi ta innovatsiynoyi produktsiyi: mizhnarodniy dosvid: elektronniy resurs.], available at: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/november08/5.htm>.
8. Sabluk, P. T. (2010), Development institutions improve the mechanism for reforming the agricultural sector [Rozvytok instytutsiy udoskonalennya mehanizmu reformuvannya agrarnogo sektoru ekonomiky], *Economy AIC*, No 10, P. 3-8.

9. Vlasenko, N. (2014), Agriculture in Ukraine [Sil'ske gospodarstvo Ukrainy], State Statistics Service of Ukraine, Kyiv, 400 p.
10. Prokopenko, O. M. (2015), Agriculture of Ukraine [Sil'ske gospodarstvo Ukrainy], State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv, 257 p.
11. Karmazina, O. O. (2015), Scientific and innovative activity in Ukraine [Naukova ta innovatsiyna diyalnist v Ukraini], Statistical collection, Kyiv, 255 p.
12. Lupenko, Y. A. (2014), Priorities for innovation in agriculture Ukraine [Priorytetni napryamy innovatsiynoyi diyalnosti v agrarniy sferi Ukrainy], Economy AIC, No 12, P. 5-11.
13. Prokopenko, O. M. (2017), Availability of agricultural machinery and energy capacities in agriculture: Collected papers [Nayavnist silskogospodarskoyi tehniky ta energetychnykh potuzhnostey u silskomu gospodarstvi], K., State Statistics Committee of Ukraine, 2017, 42 p.
14. Pidlesetsky, G., Tovstopyat W. (2008), Economic problems of logistics agriculture [Ekonomichni problemy tehničnogo gospodarstva], Economy of Ukraine, No 10, P. 81 - 87.
15. Screen, V. V. (2014), The impact of innovation on the industry crop the efficiency of management [Vplyv rezultativ innovatsiynoyi diyalnosti pidpriemstv galuzi roslinnytstva na riven efektyvnosti yih gospodaryuvannya], Economy AIC, No 9, P. 81 - 86.

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 330.341; JEL Classification Q039

Луньова В.А., Багмат П.Д. ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

Метою статті обрано дослідження особливостей інноваційного розвитку у сільському господарстві задля стабілізації ефективності та зростання аграрної сфери в Україні. **Методика дослідження.** При написанні роботи були використані методи аналізу, а саме - діалектичний та системний підхід. Також для узагальнення понять використовувався метод абстрагування, методи моделі трендового аналізу. Використання кореляційно-регресійного аналізу дало можливість оцінити залежність інноваційного розвитку від стану складових його потенціалу. **Результати дослідження.** Відомо, що активний розвиток будь-якої галузі, включаючи і агропромисловий комплекс, значною мірою залежить від сприйняття підприємств до нововведень. Зокрема питанням формування ефективної інноваційної політики повинно приділятися якомога більше уваги, оскільки стрімкий розвиток майбутнього визначатиметься інноваційною активністю та її фінансовим забезпеченням, як на рівні держави, регіону, так і на рівні підприємства. Основними інноваційними складовими підприємств є - науковий, матеріально-технічний, кадровий та фінансовий потенціали. Розглянуто зміни у складових інноваційного потенціалу сільськогосподарських підприємств України за 2010-2017 рр. Відзначимо, що протягом цих років майже всі складові мали тенденцію зменшення, а саме –

наукова, кадрова, фінансова складові, яка в умовах кризи зменшувалася. Незначно поліпшилася його матеріально-технічна складова. **Наукова новизна.** Запропоновано заходи державної аграрної політики, які б сприяли зміцненню інноваційного потенціалу сільськогосподарських підприємств. **Практичне значення отриманих результатів.** Лише формування організаційно-економічних механізмів, як на рівні держави, так і на рівні підприємств, які б забезпечили попит на інновації, надійне фінансування науково-дослідних розробок, тісні взаємозв'язки у ланцюгу «наука – виробництво – ринок – споживання», виступає важливою умовою переходу сільськогосподарських підприємств України на інноваційну модель розвитку.

Ключові слова: інноваційний розвиток підприємств; інноваційний потенціал; інноваційна модель розвитку; інвестиції; сільськогосподарські підприємства; аграрна сфера.

УДК 330.341; JEL Classification Q039

Лунёва В.А., Багмат П.Д. ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ

Целью статьи вібрано исследование особенностей инновационного развития в сельском хозяйстве для стабилизации эффективности и роста аграрной сферы в Украине. **Методика исследования.** При написании работы были использованы методы анализа, а именно - диалектический и системный подход. Также для обобщения понятий использовался метод абстрагирования, методы модели трендового анализа. Использование корреляционно-регрессионного анализа позволило оценить зависимость инновационного развития от состояния составляющих его потенциала. **Результаты исследования.** Известно, что активное развитие любой отрасли, включая и агропромышленный комплекс, во многом зависит от восприятия предприятий к нововведениям. В частности вопросам формирования эффективной инновационной политики должно уделяться как можно больше внимания, поскольку стремительное развитие будущего будет определяться инновационной активностью и ее финансовым обеспечением, как на уровне государства, региона, так и на уровне предприятия. Основными инновационными составляющими предприятий есть - научный, материально-технический, кадровый и финансовый потенциалы. Рассмотрены изменения в составляющих инновационного потенциала сельскохозяйственных предприятий Украины по 2010-2017 гг. Отметим, что в течение этих лет почти все составляющие имели тенденцию уменьшения, а именно - научная, кадровая, финансовая составляющие, которая в условиях кризиса уменьшалась. Незначительно улучшилась его материально-техническая составляющая. **Научная новизна.** Предложены меры государственной аграрной политики, способствующие укреплению инновационного потенциала сельскохозяйственных предприятий. **Практическое значение полученных результатов.** Только формирования организационно-экономических механизмов, как на уровне государства, так и на уровне предприятий, которые

бы обеспечили спрос на инновации, надежное финансирование научно-исследовательских разработок, тесные взаимосвязи в цепи «наука - производство - рынок - потребление», выступают важным условием перехода сельскохозяйственных предприятий Украины на инновационную модель развития.

Ключевые слова: инновационное развитие предприятий; инновационный потенциал; инновационная модель развития; инвестиции; сельскохозяйственные предприятия; аграрная сфера.

UDC 330.341; JEL Classification Q039

Lunova V.A., Bagmat P.D. FEATURES OF INNOVATIVE DEVELOPMENT IN THE AGRICULTURAL SECTOR

Purpose of the article was to study the features of innovative development in agriculture to stabilize the efficiency and growth of the agricultural sector in Ukraine.

Methodology of research. When writing the work, analysis methods were used, namely, the dialectic and systemic approach. Also, to summarize the concepts, the abstraction method and the methods of the trend analysis model were used. The use of correlation and regression analysis made it possible to assess the dependence of innovative development on the state of its potential components. **Findings.** It is known that the active development of any industry, including the agricultural sector, largely depends on the perception of enterprises to innovate. In particular, as much as possible attention should be paid to the formation of an effective innovation policy, since the rapid development of the future will be determined by innovative activity and its financial support, both at the state, region, and enterprise levels. The main innovative components of enterprises are scientific, material, technical, personnel and financial potentials. Changes in the components of the innovative potential of agricultural enterprises of Ukraine for 2010-2017 are considered. It should be noted that during these years almost all the components tended to decrease, namely, the scientific, financial components, which decreased during the crisis. Slightly improved its material and technical component. **Originality.** Measures of the state agrarian policy are proposed that contribute to strengthening the innovative potential of agricultural enterprises. **Practical value.** Only the formation of organizational and economic mechanisms, both at the state level and at the enterprise level, which would ensure the demand for innovation, reliable financing of research and development, and close relationships in the chain “science - production - market - consumption”, are an important condition for the transition agricultural enterprises of Ukraine on an innovative development model.

Key words: innovative development of enterprises; innovative potential; innovative development model; high technology; investments; agricultural enterprises; agricultural sphere.

Відомості про авторів/ Сведения об авторах/About the Authors

Луньова Вікторія Анатоліївна – кандидат економічних наук, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, учений секретар науково-дослідної частини, доцент кафедри управління та адміністрування навчально-наукового інституту Каразінська школа бізнесу, м. Харків, Україна; e-mail: Lunova@karazin.ua. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9058-6102>.

Лунёва Виктория Анатольевна - кандидат экономических наук, Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, ученый секретарь научно-исследовательской части, доцент кафедры управления и администрирования учебно-научного института Каразинская школа бизнеса, г. Харьков, Украина.

Lunova Victoria Anatolievna - candidate of economic sciences, V.N. Kharkiv National University Karazina, scientific secretary of the research part, associate professor of the department of administration and administration of the educational and scientific institute Karazin School of Business, Kharkov.

Багмат Петро Дмитрович – магістр кафедри управління та адміністрування навчально-наукового інституту Каразінська школа бізнесу, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, директор ТОВ «ЮК «Закон та правопорядок», м. Харків, Україна;

Багмат Петр Дмитриевич - магистр кафедры управления и администрирования учебно-научного института Каразинская школа бизнеса, Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, директор ООО «ЮК «Закон и правопорядок», г. Харьков, Украина;

Bagmat Petr Dmitrievich - Master of the Department of Management and Administration of the Educational and Scientific Institute Karazin School of Business, Kharkov National University named after V.N. Karazina, Director of LIMITED LIABILITY COMPANY LEGAL FIRM LAW AND ORDER (LLC LF LAW AND ORDER), Kharkov, Ukraine.

ПЛАНИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Муромец Н. Е., докт.экон.наук, доцент

Курилова Н. М., старший преподаватель

Харьковский торгово-экономический институт КНТЭУ

Постановка проблемы. Обеспечение конкурентоспособности организации в долгосрочной перспективе основывается на инновационных изменениях в экономической, производственной, маркетинговой, социальной, управленческой сферах. Инновационная деятельность направлена на создание и производство новой продукции, технологии, предоставление новых услуг. Существует тесная взаимосвязь между инвестициями и инновациями: инновационные процессы требуют значительных инвестиций, в то же время инновации становятся источниками инвестиционных поступлений.

Инновация является конечным предметом инновационной деятельности в виде нового товара или товара с заданными характеристиками. Инновации влияют на потенциал развития предприятия в долгосрочной перспективе. Поэтому для планирования и внедрения инновационных изменений разрабатываются инновационные стратегии.

Инновационная стратегия — это согласованная совокупность управленческих решений, влияющих на инновационную деятельность предприятия и имеющая долгосрочные последствия. Инновационные стратегии направлены на поиск перспективных направлений развития организации, выпуска новых видов продукции и услуг с использованием научных исследований, передовых технологий, которые обеспечивают эффективное использование ресурсов. Инновационные стратегии необходимо рассматривать как составляющую при проведении стратегических изменений, под которыми понимают замену одного или нескольких элементов внутренней среды предприятия (миссии, целей, рынка, товара, технологии, оргструктуры, персонала и т.д.) другими по содержанию компонентами в соответствии со стратегическим планом или под влиянием факторов среды, что неожиданно изменились и вызвали необходимость корректировки стратегического плана [10].

Стратегия предприятия является основой формирования стратегии инновационного развития, определяет роль, место, базу и сущность инновационной деятельности, в то же время инновационная стратегия углубляет, уточняет и способствует реализации стратегии предприятия.

Стратегические изменения обеспечивают переход организации из настоящего состояния к желаемому, увеличивают ее конкурентоспособность [8].

Анализ последних исследований и публикаций. Несмотря на то, что в последнее время теория управления изменениями начала развиваться интенсивнее, большинство публикаций по этой проблематике ориентирована на

опыт крупных зарубежных компаний, что не всегда является полезным для отечественного бизнеса. Вопросы, связанные с формированием действующих механизмов управления изменениями на предприятиях, представленные в теоретических и практических исследованиях еще меньше. Эмпирические исследования, проводимые в наше время и касающиеся прикладных аспектов управления изменениями, представленные в работах таких ученых-практиков, как И. Адизес [1], С. Ашмарина [2], Д. Коэн [4], Г. Г. Хамел [10] и др. Следует отметить, что достаточно подробные исследования проблематики управления стратегическими преобразованиями сегодня проводятся российскими учеными. Отдельные вопросы управления стратегическими изменениями и формирования механизма планирования и реализации стратегических изменений на предприятиях освещены также в работах отечественных ученых.

Нерешённые составляющие общей проблемы. Однако достижения отечественных ученых и практиков в сфере прикладных аспектов управления изменениями (а именно — механизмов планирования и реализации изменений) являются недостаточными. Следовательно, изучение и структуризация главных проблем управления стратегическими изменениями на предприятиях и формирование на этой основе проактивного механизма управления изменениями являются очень актуальными в условиях динамизма бизнес-среды, что растет.

Комплексное и своевременное оценивания уровня готовности предприятия к стратегическим изменениям является одной из важнейших составляющих механизма управления преобразованиями. Проблемы внесения необходимых изменений в деятельность предприятия рассматривались такими учеными, как А. Люкшинов [5], В. И. Отенко [6], Н. Подольчак, С. Стецев [7], Г. Я. Старик [8], С. П. Усик [9] и др. Однако остаются недостаточно решенными вопросы формирования эффективных методических инструментов для анализа и оценки уровня готовности предприятия к стратегическим изменениям.

Формулирование целей статьи: совершенствование подходов к планированию и разработке стратегии изменений в ситуации проведения предприятием инновационной политики.

Изложение основного материала исследования. Между общей и инновационной стратегией существует определенная связь, которая реализуется при внедрении в производство нового продукта. Стратегия внедрения новой продукции определяет, что, когда и как необходимо производить, на каком уровне, при каких условиях. Важно соотношение стратегии изменений и общей стратегии предприятия, поскольку если изменения возникают изолированно, то их внедрения оказывается под угрозой.

Инновационная стратегия обеспечивает динамичное развитие предприятия, влияет на выбор общей стратегии, определяет тип последней.

Стратегические изменения в целом, и инновационные в частности направлены на развитие и использование потенциала организации. Выбор

инновационных стратегий обуславливается состоянием внутренней и внешней среды предприятия.

Стратегия предусматривает распределение ресурсов предприятий, например, отношение собственных и привлеченных средств, соотношение ресурсов, направленных на развитие собственных разработок и приобретения лицензий и т.д. В настоящее время поиск необходимых изменений в производстве, их реализация, становятся одним из важнейших залогов развития организации. Для успешной деятельности предприятия необходимо своевременное выявление, освоение и практическое использование новейших достижений научно-технического процесса. Для осуществления этих процессов должны проводиться, на основе целенаправленной инновационной политики, научные исследования и разработки с привлечением высококвалифицированных специалистов. Цель и стратегия предприятия должны корреспондироваться с возможностями предприятия по использованию изменений, достижений мировой науки и техники.

Одним из видов инновационной стратегии является стратегия НИОКР, разрабатываемая на функциональном уровне. Этот вид стратегии отражает более конкретизированные способы достижения инновационных целей, т.е. разработки и вывода на рынок нового продукта. Несмотря на то, что цели инновационной деятельности предприятия влияют на выбор стратегии развития предприятия, стратегия НИОКР, как функциональная, призвана отвечать избранным стратегиям высшего уровня. Поэтому процесс ее разработки - это сложная цепь процессов по согласованию целей стратегий разного уровня, их взаимопроникновения и взаимосвязи.

При выборе инновационной стратегии изменений определяют цели, связанные с достижением стратегических целей предприятия.

Цели инновационной стратегии изменений — это система основных ориентиров долгосрочной инновационной деятельности, в соответствии с которой разрабатывается инновационная стратегия, выбираются наиболее эффективные пути ее достижения и формируется портфель инновационных проектов для долгосрочного инвестирования.

Важное значение при выборе инновационной стратегии играет удачная инновационная политика изменений.

Инновационная политика изменений — способ действий, направленных на достижение целей инновационного развития предприятия [6].

При этом миссия предприятия рассматривается как цель существования предприятия. Стратегические цели предприятия определяют желаемое состояние системы в будущем. Стратегия определяет, каким путем будут достигаться избранные цели. Политика выделяет определенные правила, в которых конкретизируется, по каким законам, способами, принципами будут достигаться поставленные цели. Средствами воплощения разработанных стратегии и политики будут проекты, определенные в программе по реализации стратегии. Таким образом происходит декомпозиция системы от стратегического до тактического уровня.

Стратегия изменений в условиях инновационного развития предприятия имеет следующие черты:

- процесс ее разработки заканчивается формированием общих направлений, которые способны обеспечить его экономический рост;
- для нее существенным является усиление обратной связи, что позволит осуществить поиск наиболее обоснованных решений из множества новых альтернативных вариантов и корректировать ранее сформулированные стратегические цели инновационного развития;
- ей присуща неопределенность, что связано с невозможностью предвидения путей развития и т.п. [8].

Стратегия изменений так же основывается на использовании следующих принципов: учета изменений внешней среды, многовариантности, альтернативности, специфичности, наличии стратегических и оперативных задач [10].

Предприятию нужен план стратегических изменений для достижения инновационных ориентиров. Именно стратегический план дает ответ на ряд вопросов, связанных с тем, как, каким образом, какими путями, с какими ресурсами, какими исполнителями, при каких предвиденных и непредвиденных условиях можно достичь желаемого результата в сложных, нестандартных ситуациях.

Стратегический план инновационных изменений должен иметь следующие стадии:

- функциональная (что делать?), в которой отражается комплекс мероприятий инновационного направления;
- ресурсная (при каких условиях?), которая определяет потребности и возможности обеспечения выполнения разработанных мероприятий соответствующими ресурсами (материальными, финансовыми, трудовыми, информационными);
- временная (в какие сроки?), которая раскрывает последовательность, продолжительность выполнения тех или иных мероприятий, согласованность долгосрочных, среднесрочных и тактических усилий;
- исполнительная (кто несет ответственность?), где указываются структурные подразделения, отдельные исполнители, которые несут административную, материальную, моральную ответственность за достижение определенных высшим руководством предприятия инновационных ориентиров.

Особое значение в стратегическом управлении и планировании предоставляется прогнозам, важнейшими функциями которых являются:

- определение целей и возможных направлений инновационного развития предприятия, его структурных подразделений, стратегических зон хозяйствования;
- предвидение социальных, экономических, научно-технических, экологических, политических последствий реализации каждого из возможных вариантов развертывания стратегических намерений;

- оценка необходимых затрат и ресурсов, которые необходимо задействовать для того, чтобы достижения ожидаемых результатов стало реальным;

- установление влияния благоприятных условий и угроз в конкурентной среде, потенциала предприятия на сроки выполнения стратегических планов инновационных изменений, их согласованность с тактическими и оперативными действиями.

Прогнозы в стратегическом планировании инновационных изменений могут использоваться в различных вариантах:

- построение прогнозов реализации промышленной продукции с использованием матрицы И. Ансоффа «продукт – рынок»;

- изменения в конкурентной среде по признакам «возможности – угрозы»;

- оценка влияния совокупности факторов макро- и микросреды на поведение потребителей, на их покупательную способность;

- разработка «дерева целей» и альтернативных вариантов их достижения.

Основными методами прогнозирования, которые широко используются в стратегическом планировании инновационных изменений, являются:

а) методы экстраполяции (количественных параметров научно-технического, ресурсного потенциала, производственных мощностей);

б) экспертные методы (метод «Делфи», метод типа «интервью», метод «мозговой атаки», коллективные экспертные оценки);

в) методы моделирования (исторические аналоги, экономико-математические, информационные, функционально-иерархические модели).

План стратегических изменений в условиях инновационного развития на предприятии в целом и каждый из его мероприятий в процессе их выполнения должны достичь определенного результата, определенной цели, которая выступает как идеальный образ желаемого, возможного и необходимого состояния предприятия или отдельной его составляющей. Цель в стратегической деятельности предприятия играет ориентационное, стимулирующее и контрольно-оценивающее значение.

Содержание целей связано с тем, что они определяют направления бизнеса, формируют направления действий, устанавливают приоритеты деятельности, концентрируют усилия в конкретной сфере, определяют уровни для оценивания результатов, отвечают общественным ценностям.

К принципам формирования целей инновации относят: ясность, конкретность, однозначность, иерархичность, взаимосогласованность, измеримость, множественность, достижимость, перспективность, мобильность.

Признаками распределения инновационных целей выступают:

а) признаки по сфере деятельности: производственные, технические, социальные, экономические, организационные;

б) по иерархии: общекорпоративные, деловые, функциональные, операционные;

в) по инициативе формирования: личностные, групповые, коллективные;

г) по срокам реализации: стратегические, долгосрочные, среднесрочные, оперативные.

Процедура составления стратегического набора изменений начинается быстрее снизу, хотя инициатором, идеологом здесь выступает высшее руководство, точнее, первый руководитель. Отметим также, что эффективность реализации стратегических намерений определяется тем, насколько дальновидные ориентиры находят свое подкрепление оперативными действиями.

Как стратегический (на 3, 5, 10 лет в зависимости от особенностей товарного ассортимента, технологических процессов), так и тактический (например, на год) план изменений в инновационном развитии может разрабатываться по такой структуре (разделами): маркетинг; производство и реализация продукции; технический развитие и организация производства; показатели повышения экономической эффективности производства; нормы и нормативы; капитальные вложения и капитальное строительство; материально техническое обеспечение; труд и кадры; себестоимость, прибыль и рентабельность производства; финансовый план; социальное развитие коллектива; экологический план. [10]

Выводы из проведенного исследования. Эффективное планирование стратегических изменений в условиях инновационного развития приведет к: повышению уровня конкурентоспособности предприятия и продукции; увеличению объемов производства и продаж; росту доходов; увеличению доли рынка; завоеванию новых рынков; росту денежных поступлений; более высокому и надежному положению в отрасли; более высоким дивидендам; повышению качества продукции; снижению себестоимости продукции; увеличению прибыли на вложенный капитал; расширению и улучшению номенклатуры продукции; повышению надежности облигаций и ставок по кредитам; улучшению обслуживания потребителей; повышению цены акций; более диверсифицированной базе для получения прибыли; повышении производительности труда; расширению ассортимента социальных льгот.

Перечень ссылок

1. Адизес И. Управление жизненным циклом корпорации. Санкт-Петербург, 2011. 384 с.
2. Ашмарина С. А. , Герасимов Б. Н. Управление изменениями : учеб. пособие / под ред. С. А. Ашмарина. Москва, 2011. 128 с.
3. Ковальов В. М., Яковлева Ю. В. Интегральная оценка методов экономического управления предприятиями и персоналом. *Вестник Бердянского ун-та менеджмента и бизнеса*. 2012. № 2(18). С. 84-88.
4. Коэн Д. С. Суть перемен: путеводитель. Инструменты и тактика руководства преобразованиями в компании. Москва, 2007. 320 с.
5. Люшкинов А. Н. Стратегический менеджмент : учеб. пособие для вузов. Москва, 2000. 375 с.
6. Отенко В. И., Гронь О. В. Стратегические изменения на предприятии: сущность, виды, инструментарий. *БизнесИнформ*. 2011. № 8. С. 204-207.

7. Подольчак Н., Стецов С. Формирование и использование типичных изменений на этапах ЖЦП. *Вестник ТНЕУ*. 2011. № 4. С. 84-94.

8. Старик Р. Я. Управление изменениями как фактор укрепления рыночной позиции предприятия. *Научный вестник НЛТУ Украины*. 2011. Вып. 14. С. 297-303.

9. Усик С. П. Выбор стратегии развития с учётом степени готовности предприятия к стратегическим изменениям. *Актуальные проблемы экономики*. 2009. № 6 (96). С. 142-151.

10. Хамэл Г. Стратегическая гибкость. Санкт- Петербург, 2005. 384 с.

References

1. Adizes, I. (2011), *Life cycle Management of the Corporation* [Upravlenie zhiznennym tsiklom korporatsii], St. Petersburg, 384 p.

2. Ashmarina, S. A., Gerasimov, B. N. (2011), *Change management : textbook. the allowance / under the editorship of S. A. Ashmarina* [Upravlenie izmeneniyami : ucheb. posobie / pod red. S. A. Ashmarina], Moscow, 128 p.

3. Kovalov, V. M., Yakovleva, Yu. V. (2012), Integrated assessment of methods of economic management of enterprises and personnel [Integral'naya otsenka metodov ekonomicheskogo upravleniya predpriyatiyami i personalom], *Bulletin of Berdyansk University of management and business*, No 2 (18), P. 84-88.

4. Cohen, D. S. (2007), *The essence of change: a guide. Tools and tactics of change management in the company* [Sut' peremen: putevoditel'. Instrumenty i taktika rukovodstva preobrazovaniyami v kompanii], Moscow, 320 p.

5. Lukinov, A. N. (2000), *Strategic management : textbook benefit for universities* [Strategicheskiiy menedzhment : ucheb. posob. dlya vuzov], Moscow, 375 p.

6. Otenko, V. I., Gron, O. V. (2011), Strategic changes at the enterprise: essence, types, tools [Strategicheskie izmeneniya na predpriyatii: sushchnost', vidy, instrumentariy], *Business Inform*, No. 8, P. 204-207.

7. Podolchak, N., Stec, S. (2014), Formation and use of typical changes in stages JCP [Formirovanie i ispol'zovanie tipichnykh izmeneniy na etapakh ZhTsP], *Bulletin of TNEU*, No. 4, P. 84-94.

8. Starik, R. J. (2013), Change management as a factor of strengthening the market position of the enterprise [Upravlenie izmeneniyami kak faktor ukrepleniya rynochnoy pozitsii predpriyatiya], *Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine*, Issue 14, P. 297-303.

9. Usyk, S. P. (2009), Choice of development strategy taking into account the degree of readiness of the enterprise for strategic changes [Vybor strategii razvitiya s uchetom stepeni gotovnosti predpriyatiya k strategicheskim izmeneniyam], *Actual problems of economy*, No. 6 (96), P. 142-151.

10. Hamel, G. (2015), *Strategic flexibility* [Strategicheskaya gibkost'], St. Petersburg, 384 p.

УДК 658.018 (045); JEL Classification: M 100

Муромець Н.Є., Курилова Н.М. ПЛАНУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЗМІН В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Мета: удосконалення підходів до планування та розробки стратегії змін у ситуації проведення підприємством інноваційної політики. **Методика дослідження:** Вивчення методичних і теоретичних аспектів розробки стратегії змін в умовах впровадження інновацій на підприємстві за даними спеціалізованої літератури. **Результати дослідження.** У статті розглянуто такі поняття як старатегія підприємства, інноваційна політика та стратегія змін, пов'язана з інноваціями. В результаті дослідження обґрунтовано взаємозв'язок між загальною стратегією підприємства та інноваційною стратегією. У статті показано вплив змін на діяльність підприємства, на його стратегію, зокрема вплив впровадження інновацій. Виділено риси та принципи стратегії змін в умовах інноваційного розвитку підприємства. Основну увагу приділяється процесу планування проведення стратегічних змін, що проводяться на підприємстві, в умовах здійснення інноваційної політики. Так обґрунтовано основні етапи процесу розробки стратегічного плану впровадження інноваційних змін. Виділено структуру розробки стратегічного і тактичного плану впровадження змін при інноваційному розвитку підприємства. **Наукова новизна:** виділені принципи успішного управління інноваційними змінами на сучасних підприємствах; обґрунтований план заходів щодо впровадження стратегії зміни в рамках інноваційної політики підприємства; запропоновано підходи щодо удосконалення процесу планування інноваційних змін, що сприятиме успішному і своєчасному виявленню опору змінам на підприємстві. **Практична значимість.** Практична значущість наукових результатів статті полягає в тому, що впровадження пропозицій, розроблених за результатами дослідження, сприятиме підвищенню ефективності впровадження та управління змінами на підприємстві за рахунок підвищення обізнаності, знань і мотивації співробітників в сфері інноваційної політики підприємства.

Ключові слова: стратегічні зміни; планування змін; інноваційна політика підприємства.

УДК 658.018 (045); JEL Classification: M 100

Муромець Н.Е., Курилова Н.М. ПЛАНИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Цель: совершенствование подходов к планированию и разработке стратегии изменений в ситуации проведения предприятием инновационной политики. **Методика исследования:** Изучение методических и теоретических аспектов разработки стратегии изменений в условиях внедрения инноваций на предприятии по данным специализированной литературы. **Результаты исследования.** В статье рассмотрены такие понятия как старатегия предприятия, инновационная политика и стратегия изменений, связанная с

инновациями. В результате исследования обоснована взаимосвязь между общей стратегией предприятия и инновационной стратегией. В статье показано влияние изменений на деятельность предприятия, на его стратегию, в частности влияние внедрения инноваций. Выделены черты и принципы стратегия изменений в условиях инновационного развития предприятия. Основное внимание так же уделяется процессу планирования проведения стратегических изменений, проводимых на предприятии, в условиях осуществления инновационной политики. Так обоснованы основные этапы процесса разработки стратегического плана внедрения инновационных изменений. Выделена структура разработки стратегического и тактического план внедрения изменений при инновационном развитии предприятия. **Научная новизна:** выделены принципы успешного управления инновационными изменениями на современных предприятиях; обоснован план мероприятий по внедрению стратегии изменения в рамках инновационной политики предприятия; предложены подходы по усовершенствованию процесса планирования инновационных изменений, что будет способствовать успешному и своевременному обнаружению сопротивления изменениям на предприятии. **Практическая значимость.** Практическая значимость научных результатов статьи заключается в том, что внедрение предложений, разработанных по результатам исследования, будет способствовать повышению эффективности внедрения и управления изменениями на предприятии за счет повышения осведомленности, знаний и мотивации сотрудников в сфере инновационной политики предприятия.

Ключевые слова: стратегические изменения; планирование изменений; инновационная политика предприятия.

UDC 658.018 (045); JEL Classification: M 100

Muromets N., Kurilova N. PLANNING STRATEGIC CHANGES IN THE ENVIRONMENTAL DEVELOPMENT ENTERPRISE

Purpose: to improve approaches to planning and developing a strategy for changes in the situation of the enterprise innovation policy. **Methodology of research:** the Study of methodological and theoretical aspects of the strategy of changes in the conditions of innovation in the enterprise according to specialized literature. **Findings.** The article deals with such concepts as enterprise strategy, innovation policy and change strategy related to innovation. As a result of the research the interrelation between the General strategy of the enterprise and innovative strategy is proved. In strata shows the effect of changes in the activities of the company, at its tertiary, in particular the impact of innovation. Features and principles of the strategy of changes in the conditions of innovative development of the enterprise are allocated. The main attention is also paid to the process of planning the strategic changes carried out at the enterprise in the conditions of innovation policy. So the main stages of the process of developing a strategic plan for the introduction of innovative changes. The structure of development of the strategic and tactical plan of introduction of changes at innovative development of the enterprise is allocated. **Originality:** the principles of successful management of innovative changes

in modern enterprises are highlighted; the action plan for the implementation of the strategy of change in the framework of the innovation policy of the enterprise is justified; approaches to improve the process of planning innovative changes are proposed, which will contribute to the successful and timely detection of resistance to changes in the enterprise. **Practical value.** The practical significance of the scientific results of the article lies in the fact that the implementation of proposals developed by the results of the study will improve the efficiency of implementation and management of changes in the enterprise by raising awareness, knowledge and motivation of employees in the field of innovation policy.

Key words: strategic changes; planning of changes; innovative policy of the enterprise.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Муромець Наталія Євгенівна – доктор економічних наук, доцент, Харківський торговельно-економічний інститут, завідувач кафедри менеджменту та публічного управління, м. Харків, Україна; e-mail: muromec1975@ukr.net; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0005-5898-2212>. Моб. 050-758-61-15.

Муромец Наталья Евгеньевна – доктор экономических наук, доцент, Харьковский торгово-экономический институт, заведующий кафедрой менеджмента и публичного управления, м. Харьков, Украина; e-mail: muromec1975@ukr.net; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0005-5898-2212>. Моб. 050-758-61-15.

Muromets Natalia – doctor of Economics, associate Professor, Kharkiv Institute of trade and Economics, head of the Department of management and public administration, M. Kharkiv, Ukraine; e-mail: muromec1975@ukr.net; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0005-5898-2212>. Моб. 050-758-61-15.

Курилова Наталія Михайлівна – старший викладач менеджменту та публічного управління, Харківський торговельно-економічний інститут, м. Харків, Україна; e-mail: Belevtsoff@ukr.net; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0004-8786-1004>. Моб. 099-941-37-42

Курилова Наталья Михайловна – старший преподаватель менеджмента и публичного управления, Харьковский торгово-экономический институт, г. Харьков, Украина; e-mail: Belevtsoff@ukr.net; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0004-8786-1004>. Моб. 099-941-37-42

Natalia Kurilova – senior lecturer of management and public administration, Kharkiv trade and economic Institute, Kharkiv, Ukraine; e-mail: Belevtsoff@ukr.net; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0004-8786-1004>. Моб. 099-941-37-42

СПРОЩЕНА СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ: СУЧАСНИЙ СТАН, ПЕРЕВАГИ, НЕДОЛІКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Онісіфорова В.Ю., канд. екон. наук, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Сідельнікова В.К., канд. пед. наук, доцент

Харківський національний педагогічний університет імені

Г.С. Сковороди

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку економіки України все більшої актуальності набувають питання оптимізації податкового навантаження на підприємства та стимулювання ділової активності в країні, з одного боку, та забезпечення достатнього рівня податкових надходжень до бюджетів різних рівнів та фондів соціального страхування, з іншого боку. Саме знаходження балансу в означених питаннях створює умови для розвитку економіки та достатнього рівня соціального захисту населення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам функціонування малого та середнього бізнесу, адаптації системи оподаткування України до стандартів ЄС та, зокрема, особливостям функціонування загальної та спрощеної системи оподаткування підприємств присвятили свої роботи значна кількість авторів [1-9]. Однак слід відзначити, що останнім часом, проблема набула додаткової актуальності. Зокрема, все більше уваги приділяється проблемі використання спрощеної системи як інструмента мінімізації податків та єдиного соціального внеску для роботодавців. Проводяться дослідження та порівняння «вартості» працівника за умови використання спрощеної та загальної систем [7]. Значна частина дослідників, які аналізують проблему з точки зору підприємства, зосередила свою увагу на визначенні головних аспектів, які мають визначати вибір підприємством системи оподаткування. Велика кількість авторів також присвятили свої роботи дослідженню переваг та недоліків застосування спрощеної системи оподаткування для підприємства.

Невирішені складові загальної проблеми. Не зважаючи на значну кількість досліджень, недостатньо уваги приділено аналізу спрощеної системи оподаткування підприємства з точки зору формування бюджетів різних рівнів та забезпечення ефективного функціонування систем соціального захисту населення. Також додаткового розгляду потребує процедура обрання підприємством ефективної системи та групи оподаткування та процес прийняття відповідного управлінського рішення.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження особливостей функціонування різних систем оподаткування підприємства та формування алгоритму його дій при обранні ефективної системи оподаткування відповідно до головних аспектів його діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Історія виникнення та розповсюдження спрощеної системи оподаткування в Україні налічує вже понад два десятиріччя. Першим етапом було створення в 1993 році спеціальних

умов оподаткування для працівників ринків та подальше розширення їх дії на підприємства сільського господарства. В подальшому в 1999 році виникло саме поняття «єдиного податку», який розповсюдив свою дію на велику кількість суб'єктів підприємницької діяльності. В подальшому система «єдиного податку» також мала декілька етапів розвитку, які головним чином стосувалися виокремлення певних груп підприємців відповідно до специфіки їх діяльності та обрання відповідної їм ставки оподаткування за спрощеною системою. В сучасному вигляді з розподілом підприємців на чотири групи система існує з 2018 року. Проаналізуємо сучасний вигляд спрощеної системи та проведемо її порівняння з загальною системою оподаткування (табл. 1).

Таблиця 1

Порівняльний аналіз загальної та спрощеної систем оподаткування підприємств в Україні

Ознака	Загальна система оподаткування	Спрощена система оподаткування				
		I група	II група	III група		IV група
				платники ПДВ	неплатники ПДВ	
Умови застосування	без обмежень	дохід до 300 тис. грн. на рік	дохід до 1500 тис. грн. на рік	дохід до 5 млн. грн. на рік		Сільгоспвиробники, в яких доля доходу від реалізації продукції власного виробництва за попередній період склала не менше 75% від загального обсягу доходу
Об'єкт оподаткування	прибуток	дохід				Площа сільгоспугідь
База оподаткування	прибуток у грошовій формі	дохід у грошовій формі				нормативна грошова оцінка 1га землі
Максимальна кількість працівників	без обмежень	0	10	без обмежень		
Ставка оподаткування	18%	До 10% від розміру прожиткового мінімуму для працездатних на 1 січня	До 20% від розміру мінімальної заробітної плати на 1 січня	3% від розміру доходу + ПДВ	5% від розміру доходу	Залежно від виду та розташування земель (п. 293.9 Податкового кодексу України)
Ведення обліку	доходів і витрат	доходів	доходів	доходів і витрат	доходів	доходів
Звітний період	квартал, рік	рік	рік	квартал	квартал	рік
Види діяльності	без обмежень	роздрібна торгівля на ринку та побутові послуги (за переліком)	послуги населенню, виробництво, торгівля, ресторанне господарство	обмежені п. 291.5 Податкового кодексу України		сільське господарство

Отже, на сьогодні існує досить вичерпний перелік умов застосування певної системи оподаткування відповідно до особливостей функціонування конкретного підприємства. Однак обрання підприємством загальної або

спрощеної системи оподаткування має певні переваги, недоліки та наслідки, як з боку підприємства, так і з боку функціонування економіки держави в цілому.

Проведемо аналіз переваг та недоліків загальної системи оподаткування з точки зору підприємства. До головних переваг можна віднести наступні: оподаткування фінансового результату діяльності підприємства, тобто прибутку, а не всього доходу без вирахування розміру витрат; знижена ставка податку при сплаті дивідендів; не має необхідності щоквартального контролю рівня доходу; відсутність обмежень для розширення обсягів діяльності; відсутність обмежень за кількістю найманих працівників; відсутність обмежень стосовно обрання виду діяльності.

Однак загальна система оподаткування має і значний перелік недоліків, які й стали передумовою для виникнення спрощених систем, а саме: сплата всього переліку податків відповідно до особливостей діяльності підприємства; складна система обліку, необхідність ведення обліку доходів і витрат; значний контроль з боку державних органів стосовно перевірки діяльності та правильності розрахунку прибутку.

Розглянемо переваги застосування підприємством спрощеної системи оподаткування: значне скорочення переліку податків, окрім єдиного податку, військового збору та єдиного соціального внеску мінімального розміру; значне спрощення ведення обліку та звітності; право не використовувати РРО при відповідних обсягах доходу та виді діяльності; право вибору бути чи ні платником ПДВ; сплата в першій та другій групі фіксованого розміру податку, незалежно від фактичного рівня рентабельності та обсягів доходу, якщо діяльність є високорентабельною.

Однак спрощеній системі оподаткування притаманні й наступні недоліки: необхідність сплати фіксованої суми податку незалежно від результатів діяльності в першій та другій групі, особливо для низькорентабельних підприємців; постійний контроль розміру доходу задля недопущення перевищення встановлених обсягів для обраної групи спрощеної системи, а також дозволеного відповідно до необхідності використання РРО; значні обмеження для розширення обсягів діяльності; обмеження стосовно обрання виду діяльності; обмеження при використанні найманих працівників; обмеження при роботі з юридичними особами та підприємствами на загальній системі оподаткування; забезпечення соціального захисту для самого підприємця та його найманих працівників лише в мінімальному розмірі.

Отже, при прийнятті рішення про вибір системи оподаткування власник підприємства має виконати певний алгоритм дій, щоб врахувати всі аспекти діяльності:

- проаналізувати вид діяльності стосовно потрапляння до певного переліку обмежень в певній групі спрощеної системи;
- проаналізувати використання в роботі бартерних операцій, взаємозаліків, тощо, які не припустимі в деяких групах спрощеної системи;
- проаналізувати необхідність використання найманої праці;

- проаналізувати сезонні коливання обсягу доходу, в результаті яких в певні квартали може бути перевищення максимального рівня доходу, що призведе до необхідності використання РРО, виходу до менш вигідної групи за спрощеною системою або до загальної системи оподаткування;

- проаналізувати рівень рентабельності підприємства, бо, фактично, спрощені системи оподаткування є вигідними саме для високорентабельних підприємств, для низькорентабельних вони є більш витратними за загальну систему;

- сформулювати прогноз податкового навантаження при кожній системі оподаткування.

Реалізація таких дій надасть власнику підприємства можливість чітко побачити ситуацію та зробити обґрунтований вибір системи оподаткування діяльності.

Однак слід відмітити, що проблема обрання підприємствами загальної або спрощеної системи оподаткування важлива не лише для підприємства. Існування можливості такого вибору має наслідки і для економіки держави, бо саме податкові надходження формують відповідні бюджети, а надходження коштів від сплати єдиного соціального внеску визначає можливість функціонування системи соціального захисту населення в державі.

Зрозуміло, що виникнення спрощеної системи оподаткування було вимогою часу, бо саме це дозволило активізувати ділову активність та зменшити рівень безробіття за рахунок відкриття великої кількості фізичних осіб-підприємців. Однак з часом, існування спрощеної системи стало інструментом мінімізації податкового навантаження, при чому не лише за рахунок зменшення розміру податку на прибуток, але й за рахунок економії на сплаті єдиного соціального внеску. Результатом цієї ситуації на сьогодні є:

- надходження до бюджету від податку з фізичної особи підприємця в переважній більшості випадків менші за розмір можливого податку з доходів громадян, навіть за умови отримання мінімальної заробітної плати;

- сплата єдиного соціального внеску в переважній більшості випадків лише в мінімальному розмірі, незалежно від реальних обсягів доходу підприємця;

- зловживання роботодавцями, які свідомо оформлюють трудові відносини шляхом відкриття ФОП працівникові задля мінімізації суми єдиного соціального внеску;

- неспроможність фондів соціального захисту виконувати фінансові зобов'язання без залучення коштів державного бюджету, який, в свою чергу, також недоотримує кошти через зловживання у використанні спрощеної системи оподаткування;

- загальна тенденція до збільшення рівня торгівельних націнок у зв'язку з прив'язкою розміру податку виключно до розміру доходу підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Існування спрощеної системи оподаткування є важливою умовою функціонування економіки України, однак

на сьогодні необхідним є формування системи заходів з метою недопущення зловживань у її використанні через значні негативні наслідки для економіки.

Перелік посилань

1. Дмитрієв І. А., Майборода Ю. В. Соціально-економічна сутність малого підприємництва, проблеми його розвитку в Україні. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2012. № 1. С. 35-38.
2. Doing business-2018. Україна в рейтингу світового банку легкості ведення бізнесу): сайт. URL: <http://edclub.com.ua/analitika/doing-business-2018-ukrayina-v-reytingu-svitovogo-banku-legkosti-vedennya-biznesu> (дата звернення: 17.09.2019).
3. Кириченко О. А., Ваганів К. Г. Стратегія розвитку малого та середнього бізнесу в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. №1. С. 103-126.
4. Юрій С. М. Податкова система України: становлення та розвиток. Чернівецький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету. Ч II. 2013. С. 1-5.
5. Соскін О. І. Трансформація податкової системи в контексті формування сучасної економічної моделі України. *Журнал «Економічний часопис-XXI»*. 2010. № 34. С. 7-14.
6. Крисоватий А. І., Мельник В. М. Податкові трансформації в ЄС та податкова політика України в контексті євроінтеграції : монографія. Тернопіль: ТНЕУ, 2014. 236 с.
7. Крисоватий А. І., Федосов В., Яренко Г. Оподаткування багатства: виклик для України. *Журнал європейської економіки*. 2015. № 2. Т. 14. С. 183-205.
8. Швець Ю. О., Завальнюк А. О. Податкові реформи в країнах ЄС: переваги, недоліки їх впровадження в податкову систему України. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2016. №2 (21). С. 126-134.
9. Мельник В. М., Кошук Т. В. Сучасні податкові реформи у нових країнах – учасницях ЄС. *Економіка і прогнозування*. 2012. № 3. С 102 – 117.

References

1. Dmitriev, I. A., Maiboroda, Yu. V. (2012), Socio-economic essence of small business, problems of its development in Ukraine [Sotsialno-ekonomichna sutnist maloho pidpriemnytstva, problemy yoho rozvytku v Ukraini], *Problems and prospects of entrepreneurship development*, No 1, P. 35-38.
2. Doing business-2018. Ukraine in the ranking of the World Bank for ease of doing business), available at: <http://edclub.com.ua/analitika/doing-business-2018-ukrayina-v-reytingu-svitovogo-banku-legkosti-vedennya-biznesu> (last accessed 17.09.2019).
3. Kirichenko, O. A., Vaganov, K. G. (2008), Strategy of development of small and medium business in Ukraine [Stratehiia rozvytku maloho ta serednoho biznesu v Ukraini], *Actual problems of the economy*, No 1, P. 103-126.
4. Yurii, S. M. (2013), *The Tax System of Ukraine: Establishment and Development* [Podatkova systema Ukrainy: stanovlennia ta rozvytok], Chernivtsi

Trade and Economic Institute of Kyiv National Trade and Economic University, Ch. II, P. 1-5.

5. Soskin, O. I., (2010), Transformation of the tax system in the context of the formation of a modern economic model of Ukraine [Transformatsiia podatkovoi systemy v konteksti formuvannia suchasnoi ekonomichnoi modeli Ukrainy], *Journal "Economic Journal-XXI"*, No 34, P. 7-14.

6. Krysovatyi, A. I., Melnyk, V. M. (2014), *Tax Transformations in the EU and Ukraine's Tax Policy in the Context of Eurointegration* [Podatkovi transformatsii v YeS ta podatkova polityka Ukrainy v konteksti yevrointehratsii], Monograph, Ternopil: TNEU, 236 p.

7. Krysovatyi, A. I., Fedosov, V., Yarenko, H. (2015), Taxation of wealth: a challenge for Ukraine [Opodatkuvannia bahatstva: vyklyk dlia Ukrainy], *Journal of the European Economy*, No 2, T. 14, P. 183-205.

8. Shvets, Yu. O., Zavalniuk, A. O. Shvets, Yu. O., Zavalniuk, A. O. (2016), Tax reforms in EU countries: advantages, disadvantages of their introduction into the tax system of Ukraine [Podatkovi reformy v krainakh YeS: perevahy, nedoliky yikh vprovadzhennia v podatkovu systemu Ukrainy], *European vector of economic development*, No 2 (21), P. 126-134.

9. Melnyk, V. M., Koshchuk, T. V. (2012), Modern tax reforms in the new EU member states [Suchasni podatkovi reformy u novykh krainakh – uchasnytsiakh YeS], *Economics and Forecasting*, No 3, P. 102-117.

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 336.2; JEL Classification: H 30

Онісіфорова В.Ю., Сідельнікова В.К. СПРОЩЕНА СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ: СУЧАСНИЙ СТАН, ПЕРЕВАГИ, НЕДОЛІКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Мета. Дослідження особливостей функціонування різних систем оподаткування підприємства та формування алгоритму його дій при обранні ефективної системи оподаткування відповідно до головних аспектів діяльності. **Методика дослідження.** В ході дослідження використовувалися методи аналізу і синтезу, метод логічного аналізу. Інформаційними ресурсами дослідження є електронні інформаційні ресурси і матеріали періодичних видань. **Результати.** На сьогодні існує досить вичерпний перелік умов застосування різних систем оподаткування відповідно до особливостей функціонування конкретного підприємства. Однак обрання підприємством загальної або спрощеної системи оподаткування має певні переваги, недоліки та наслідки. До головних переваг загальної системи оподаткування можна віднести наступні: оподаткування виключно фінансового результату діяльності підприємства; знижена ставка податку при сплаті дивідендів; відсутність необхідності щоквартального контролю рівня доходу; відсутність обмежень для розширення обсягів діяльності; відсутність обмежень за кількістю найманих

працівників; відсутність обмежень стосовно обрання виду діяльності. Перевагами застосування підприємством спрощеної системи оподаткування є значне скорочення переліку податків; значне спрощення ведення обліку та звітності; право не використовувати РРО; право вибору бути чи ні платником ПДВ; сплата в першій та другій групі фіксованого розміру податку, незалежно від фактичного рівня рентабельності та обсягів доходу, якщо діяльність є високорентабельною. Отже, при прийнятті рішення про вибір системи оподаткування власник підприємства має проаналізувати вид діяльності, необхідність використання в роботі бартерних операцій, взаємозаліків, необхідність використання найманої праці, сезонні коливання обсягу доходу, рівень рентабельності підприємства, сформулювати прогноз податкового навантаження при кожній системі оподаткування. **Наукова новизна.** Визначено перелік недоліків та переваг різних систем оподаткування підприємства. Сформовано алгоритм дій підприємства при обранні оптимальної системи оподаткування. **Практична значущість.** Запропоновані висновки можуть бути використані дослідниками, власниками та керівниками підприємств при обранні ефективної системи оподаткування.

Ключові слова: загальна система оподаткування; спрощена система оподаткування; податок на прибуток; єдиний податок; єдиний соціальний внесок.

УДК 336.2; JEL Classification: H 30

Ониси́форова В.Ю., Сидельникова В.К. УПРОЩЕННАЯ СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРЕИМУЩЕСТВА, НЕДОСТАТКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Цель. Исследование особенностей функционирования различных систем налогообложения предприятия и формирование алгоритма его действий при выборе эффективной системы налогообложения в соответствии с главными аспектами деятельности. **Методика исследования.** В ходе исследования использовались методы анализа и синтеза, метод логического анализа. Информационными ресурсами исследования являются электронные информационные ресурсы и материалы периодических изданий. **Результаты.** Сегодня существует достаточно исчерпывающий перечень условий применения различных систем налогообложения в соответствии с особенностями функционирования конкретного предприятия. Однако избрание предприятием общей или упрощенной системы налогообложения имеет определенные преимущества, недостатки и последствия. К главным преимуществам общей системы налогообложения можно отнести следующие: налогообложение исключительно финансового результата деятельности предприятия; сниженная ставка налога при выплате дивидендов; отсутствие необходимости ежеквартального контроля уровня дохода; отсутствие ограничений для расширения объемов деятельности; отсутствие ограничений по количеству наемных работников; отсутствие ограничений относительно выбора вида деятельности. Преимуществами применения предприятием упрощенной

системы налогообложения является значительное сокращение перечня налогов; значительное упрощение ведения учета и отчетности; право не использовать РРО; право выбора быть или плательщиком НДС; уплата в первой и второй группе фиксированного размера налога, независимо от фактического уровня рентабельности и объемов дохода, если деятельность является высокорентабельной. Следовательно, при принятии решения о выборе системы налогообложения владелец предприятия должен проанализировать вид деятельности, необходимость использования в работе бартерных операций, взаимозачетов, необходимость использования наемного труда, сезонные колебания объема дохода, уровень рентабельности предприятия, сформировать прогноз налоговой нагрузки при каждой системе налогообложения. **Практическая значимость.** Предложенные выводы могут быть использованы исследователями, собственниками и руководителями предприятий при выборе эффективной системы налогообложения.

Ключевые слова: общая система налогообложения; упрощенная система налогообложения; налог на прибыль; единый налог; единый социальный взнос.

UDC 336.2; JEL Classification: H 30

Onisiforova V.Yu., Sidelnikova V. R. SIMPLIFIED SYSTEM OF TAXATION: MODERN STATE, ADVANTAGES, DISADVANTAGES AND PROSPECTS

Purpose. Investigation of the peculiarities of the enterprise different taxation systems functioning. Formation of actions algorithm for enterprise when choosing an effective taxation system in accordance with the main activity aspects. **Methodology of research.** Analysis and synthesis methods, logical analysis method were used during the study. Research information resources were electronic information resources and periodical material. **Results.** Today there is a rather exhaustive list of applying conditions of different taxation systems according to the peculiarities of a enterprise functioning. However, the choice a general or simplified tax system has certain advantages, disadvantages, and consequences. The main advantages of the general system of taxation: taxation solely the financial result of the enterprise; reduced tax rate at dividend payment; no need for quarterly income control; lack of restrictions for expansion of activities; no restrictions on the number of employees; no restrictions at the choice of activity kind. The benefits of applying a simplified tax system are a significant reduction in the tax list; significant simplification of accounting and reporting; the right not to use RST; the right to choose whether or not to pay VAT; payment of the fixed tax in the first and second group, regardless of the actual level of profitability and income, if the activity is highly profitable. Therefore, at choice of taxation system, the business owner should analyze the type of activity, the need to use barter operations, netting, the need to use hired labor, seasonal fluctuations in the income volume, the level of enterprise profitability, should formulate a tax burden forecast for each taxation system. **Originality.** The list of disadvantages and advantages of different systems of enterprise taxation is determined. The algorithm of the enterprise actions at the choice of the optimum tax

system is formed. **Practical value.** The findings will be able to use by researchers, business owners, and executives at selection of an effective tax system.

Key words: general tax system; simplified tax system; income tax; single tax; single social contribution.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Ониси́форова Валентина Юріївна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: valentinaonisiforova@gmail.com; ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0001-9899-8427>. Моб. 099-499-14-28.

Онисифорова Валентина Юрьевна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина.

Onisiforova Valentyna – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Kharkov National Automobile and Highway University, Associate Professor at the Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.

Сідельнікова Владислава Костянтинівна – кандидат педагогічних наук, доцент, Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди, доцент кафедри економічної теорії, фінансів і обліку, м. Харків, Україна; e-mail: vldasid09@gmail.com; ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-3851-6067>. Моб. 067-701-43-43

Сидельникова Владислава Константиновна – кандидат педагогических наук, доцент, Харьковский национальный педагогический университет имени Г.С. Сковороды, доцент кафедры экономической теории, финансов и учета, г. Харьков, Украина.

Sidelnikova Vladyslava – Candidate of Sciences (Pedagogical Sciences), Associate Professor, Kharkiv National Pedagogical University named after G.S. Skovoroda, Kharkiv, Ukraine.

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ЗАСАД ІНКЛЮЗИВНОСТІ У ЗАКЛАДАХ РОЗМІЩЕННЯ ТА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРІНДУСТРІЇ

Писаревський І.М., докт. екон. наук, професор

Давидов Є.О., магістр

Черкас Я.В., магістр

*Харківський національний університет міського господарства ім. О.М.
Бекетова*

Постановка проблеми. Сьогодні питання про розвиток і підтримання умов інклюзивного туризму набуває все більшого значення, адже дотримання засад рівноправності та загальнодоступності стає рушійною силою у подальшому розвитку кожного здорового суспільства. Для забезпечення сталого розвитку такого туризму інфраструктура має відповідати всім вимогам доступності та безпеки. Сучасний стан інклюзивного туризму в Україні знаходиться на дуже низькому рівні – більшість географічних локацій залишається недоступною для населення із особливими потребами.

В умовах створення рівноправного суспільства поширення засад інклюзивності є невід’ємною частиною розвитку будь-якої держави із високим рівнем соціальної відповідальності. У зв’язку із вектором розвитку української держави виникає необхідність визначення фундаментальних засад інклюзії. Це обумовлює дослідження основних принципів безбар’єрності, особливостей їх запровадження, а також всіх визначення всіх суб’єктів, що приймають участь у наданні туристських та супутніх послуг.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблема інклюзивного туризму в Україні займалися Л.А. Слатвінська, М.В. Бойко, А.І. Войтовська, Н. Є. Гусак, Л. Ю. Науменко, В. В. Лепський, С. В.Макаренко [1]. Крім того В.В. Лепський, С.М. Каштан та О.І. Безлюдний за підтримки народних депутатів розробили законопроект та заснували асоціацію «Інклюзивний реабілітаційно-соціальний туризм» [2].

Невирішені складові загальної проблеми. Сталий розвиток інклюзивного туризму в Україні потребує створення нових, сучасних нормативно-правових актів, які дадуть змогу ініціювати впровадження якомога комфортніших умов для осіб з обмеженими фізичними можливостями під час подорожей, адаптувати всі елементи інфраструктури під потреби даної верстви туристів, забезпечити вільний та повноцінний доступ до всіх туристичних об’єктів, так само, як і до об’єктів готельно-ресторанного сегмента. Крім того важливим завданням є адаптація законів та встановлення відповідності між можливостями та цілями. Також не менш важливою невирішеною складовою проблеми, що розглядається, є гостра необхідність формування рекомендацій готельно-ресторанному сегменту щодо встановлення відповідності їх функціонування з потребами інклюзивного туризму.

Формування цілей статті. Основною метою написання статті є формування інструментарію щодо сприяння поширенню інклюзивного туризму серед суб'єктів туристської індустрії – агентств, страхових та транспортних компаній, закладів що надають послуги харчування та тимчасового розміщення. Поставленими завданнями є визначення правових засад інклюзивності, деталізований аналіз кожної галузі, що приймає участь у наданні послуг щодо туризму та їх існуючий стан, визначення основних проблем, а також розробка рекомендацій щодо усунення цих недоліків, адаптації інфраструктури та більшої соціальної орієнтованості серед суб'єктів діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Світ має багато прикладів успішного приділення уваги до питань подорожування людей з інвалідністю, і всі найважливіші рішення щодо розв'язання цієї проблеми мають правове підґрунтя. У свою чергу головним правовим актом, що регулює туристичну діяльність в Україні є Закон України «Про туризм» [3], в якому передбачено, що зважаючи на категорію осіб, а також на цілі та об'єкти подорожей, чи інші ознаки виділяються наступні види туризму: дитячий, молодіжний, сімейний, для осіб похилого віку, культурно-пізнавальний, спортивний, релігійний, екологічний, підводний, гірський, пригодницький, мисливський, автомобільний, самодіяльний та для людей з інвалідністю. Наявність останнього пункту у переліку видів туризму відкриває широку низку можливостей для подальшого розвитку інклюзивного туризму, спираючись на чинні нормативні акти, а також документи, що знаходяться в розробці.

Але крім Закону України «Про туризм» регулювання питань щодо інклюзивного подорожування регулюється багатьма іншими нормативними документами. В них передбачається модернізація нормативно-правового підґрунтя, активне впровадження інновацій та здобутків науково-технічного прогресу, усунення бар'єрів у сфері здобуття освітніх знань для осіб з інвалідністю, а також створення необхідних умов з боку архітектурної доступності. Всі перелічені засади передбачені такими нормативно-правовими документами, як Закони України «Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні», «Про соціальні послуги» та «Про реабілітацію інвалідів в Україні», Указ Президента України N 1845/2005 «Про заходи щодо створення сприятливих умов для забезпечення соціальної, медичної та трудової реабілітації інвалідів», Стандартні правила забезпечення рівних можливостей для інвалідів, План дій Ради Європи щодо сприяння правам і повній участі людей з обмеженими в суспільстві: покращення якості життя людей з обмеженими можливостями в Європі, Принципи універсального дизайну прийняті у 1997 р., Конвенція про права інвалідів та інші.

Підґрунтям для створення відповідних норм та правил в українському законодавстві може стати Конвенція ООН про права осіб з інвалідністю (від 16 грудня 2009 року), яка була прийнята до виконання 6 березня 2010 року і на території України [4]. Її основними положеннями є беззаперечна повага та

рівність щодо становища людей з інвалідністю, повне залучення даного сегменту осіб у всі сфери життєдіяльності соціуму.

Отже, чинні нормативно-правові акти щодо інклюзивного туризму, а також ті, що знаходяться на стадії проектування мають великий потенціал для використання у готельно-ресторанній сфері й в туризмі в цілому. Спираючись на досвід країн Європейського Союзу, державна політика України повинна бути спрямована на забезпечення всіх необхідних умов осіб з фізичними обмеженнями у сфері реабілітаційного та соціального інклюзивного туризму для забезпечення сталого розвитку здорового соціуму та об'єднання різних туристичних та соціальних верств.

Інклюзія — це процес реального включення осіб з інвалідністю в активне суспільне життя і однаковою мірою необхідна для всіх членів суспільства [5]. Однією із задач впровадження норм інклюзивності є припинення дискримінації маломобільних груп населення та створення єдиного пристосованого простору і сервісу. Враховуючи європейський напрям розвитку держави, створення безбар'єрного простору для людей з інвалідністю є пріоритетним напрямом у зв'язку з ратифікацією Конвенції ООН про права людей з інвалідністю та Угоди про Асоціацію з ЄС.

Міністерством регіонального розвитку, будівництва і житлово-комунального господарства був розроблений новий нормативний документ, а саме ДБН В.2.2-40:2018. Інклюзивність будівель і споруд, що був прийнятий у квітні 2019 року. Ці державні будівельні норми розроблені для створення безбар'єрного простору для всіх категорій людей з інвалідністю: з порушеннями опорно-рухового апарату, зору, слуху, розумової діяльності та інших маломобільних груп: людей похилого віку, вагітних жінок, батьків з дітьми та інших.

Розглядаючи інклюзивність у сфері туризму варто розуміти, що цей сектор трактується як комплекс послуг підприємств різних галузей, що надають супутні послуги. У чинному законодавстві до туристичних відносять наступні послуги: харчування, перевезення, тимчасового розміщення, екскурсійного, спортивного, курортного, розважального та іншого обслуговування [1, 6]. Якщо розглядати більшість туристичних поїздок, вони обов'язково включатимуть наступні елементи: придбання квитків та оформлення страхування (окремо або комплексно, у випадку із придбанням тур. пакету), перевезення, послуги харчування та розміщення. Такі послуги, як екскурсії, розваги, лікування та інші в залежності від мети мандрівки є скоріше опціональними.

При досліджуванні вищеназваних послуг в їх актуальному стані отримані двозначні результати. З одного боку спостерігається стрімкий прогрес щодо створення безбар'єрного простору, всі новобудови відповідають визначеним вимогам, обладнані пандусами та іншими засобами доступності, при проведенні ремонтних робіт або реконструкцій приводять до відповідності дорожні об'єкти, організовують з'їзди з тротуарів, проводять роботи щодо обладнання тактильної підлогової плитки, інформаційних таблиць та позначень шрифтом Брайля, інших візуальних елементів і аудіопокажчиків для людей з

порушеннями зору. З іншого боку, більшість будівель не відповідає вимогам безбар'єрності, в тому числі навіть в ході реконструкцій можливе лише часткове створення необхідних умов.

Завдяки виходу більшості послуг до мережі Інтернет, більшість проблем доступу для отримання певної послуги зникають. Отримати консультацію, забронювати та придбати квитки чи житло, страховий та медичні поліси, замовити доставку їжі можна не виходячи із дому. Міські адміністрації сприяють можливості вільного пересування, так наприклад у місті Харків є спеціальна соціальна служба, що надає послуги перевезення. Проте навіть такі служби мають обмежений автомобільний парк, певні бюрократичні труднощі і можуть відмовити у наданні такої послуги.

Інклюзивним туризм в Україні можна буде вважати лише тоді, коли однією послугою можуть скористатися абсолютно всі громадяни у рівній мірі. Також, однією з ознак ефективної інклюзивності було виділено самостійність – здатність людей з обмеженими можливостями скористатись будь-якою послугою без сторонньої допомоги.

Деталізуючи кожен із визначених елементів туристичної подорожі, отримано наступні результати. Як було зазначено вище, для отримання деяких послуг відсутня необхідність очного відвідування офісу, проте це варто розглядати скоріше як альтернативу, оскільки більшість офісів непристосовані для відвідування мало мобільних груп населення. В ході дослідження ринку перевезень було виявлено, що авіакомпанії можуть надавати свої послуги, але це здійснюється зазвичай за додаткову плату та потребує додаткового узгодження щодо реєстрації на рейс, оформлення багажу та інших послуг.

Укрзалізниця, як монополіст на ринку залізничних перевезень, пропонує послугу спеціалізованого вагону. Він обладнаний гідравлічними підіймачами для інвалідних візків, розширеними проходами та тамбурами, а також спеціальним туалетом. Заявки на включення до складу поїзда спеціального вагона можна подати письмово або за телефоном начальника залізничного вокзалу у міста. Під час оформлення місць у спеціально обладнаний вагон залізничники попереджають станції відправлення, призначення, а також вагонне депо приписки вагону. Для зручності людей з особливими потребами на вокзалах створені і постійно діють групи допомоги [7, 10].

Більшість міжміських та міждержавних автоперевізників не мають у своєму автопарку спеціалізованих транспортних засобів, але посадка у такі можлива за допомогою водія. Пересування по місту також можливе звичайними службами таксі, проте завжди є необхідність інформувати перевізника.

Міський транспорт має найбільші проблеми щодо пристосованості до умов максимальної безбар'єрності. Станції метро, що будувались у 2000х роках, обладнані тактильною плиткою, звуковими пристроями, а деякі з них навіть мають вбудовані ліфти для осіб на візках. Проте виникає проблема, бо таких станцій одиниці у загальній структурі метрополітену, і пересуватись по місту використовуючи цей вид транспорту самостійно неможливо.

Трамвайний парк більшості міст України не оновлювався з 1980х років, тобто повністю непристосований для перевезення. На відміну від трамваїв, інший вид електротранспорту – тролейбус, має на 80% оновлений парк із пандусами, звуковим супроводженням та спеціально обладнаними місцями. Концепція муніципального автобусу майже відсутня на території України, автомобільні перевезення у режимі автобусів та маршрутних таксі виконують приватні компанії. Найпоширенішими моделями автобусів залишаються представники компаній корпорація «БОГДАН», Львівського автобусного заводу (скор. ЛАЗ), а також малогабаритні засоби «Ataman» від Черкаського автозаводу. Нажаль лише у містах Київ та Львів автобусний парк складається на 75% з крупногабаритних моделей, пристосованих для перевезення людей на візках.

Ринок послуг щодо тимчасового розміщення зазнав останнього значного зростання в період 2010-2012 років. Більшість новозбудованих або таких, що зазнали капітальної реконструкції готелів повністю пристосовані до концепції безбар'єрного простору. Державні будівельні норми щодо будівництва готелів також регламентують обов'язкове проектування спеціалізованих номерів для всіх нових споруд. Винятком залишаються історичні архітектурні пам'ятки, в яких неможливо за законом кардинально змінювати планування або якщо такі зміни можуть нашкодити цілісності споруди.

Варто зазначити, що пересування мало мобільних груп населення у засобах розміщення можливе лише з використанням ліфтів, тому зазвичай для зручності використання інклюзивні номери розташовують на перших поверхах, облаштовують розширеними проходами, поручнями а також використовують спеціальне покриття для підлоги. Якщо розглядати статистику найпопулярніших міст України (Київ, Львів, Одеса, Харків, Дніпро), більше 67% засобів розміщення пристосовані до розміщення людей з особливими потребами. Проте лише кожен десятий заклад розміщення у зоні гірських курортів зможе фізично прийняти таких клієнтів [8].

Заклади харчування при готелях у більшості випадків можна вважати інклюзивними, проте також варто враховувати відстані розміщення столиків, основних та додаткових проходів. У більшості випадків скористатись послугою харчування можливо на літніх відкритих терасах, які на відміну від основної будівлі, можуть проектуватись більш просторими. Зберігається наступна тенденція на ринку послуг харчування: заклади розміщують на перших або підвальних поверхах, в центральній частині міста в старих будівлях. Таким чином, через архітектурні особливості унеможлиблюється створення абсолютного безбар'єрного простору, в тому числі з точки зору безпеки гостей закладів [9, 10].

Винятком є ті заклади харчування, що розташовані в окремих спорудах та будівлях або на організованих просторах у публічних місцях – торговельних центрах, вокзалах, аеропортах, ярмарках, тощо. Нажаль вирішити проблему доступності закладів харчування майже неможливо, оскільки це потребує значних витрат та інвестувань.

Метою написання статі була визначена розробка рекомендацій для закладів готельно-ресторанного господарства щодо поширення засад інклюзивності і створення безбар'єрного простору. Насамперед відзначимо, що в першу чергу виникає проблема інформативного характеру, а саме відсутності інформації або поширення дезінформації. Заклади, в свою чергу, або не актуалізують інформацію на власних сайтах та рекламних матеріалах, або вказують неправдиві дані.

Для вирішення проблем розвитку та поширення інклюзивного туризму було розроблено рекомендації двох рівнів – міського та локального. На міському рівні адміністраціями можуть бути розроблені посібники, що за своїм принципом нагадуватимуть туристські збірники. Такий збірник, наприклад «Безбар'єрний Київ», включатиме в себе інформацію про всі заклади, що пристосовані до вимог людей на візках, контактні дані спеціальних служб, перелік транспорту, яким можна скористатись, музеї, театри, екскурсії та всю релевантну інформацію [10]. Доступ до подібних збірників має бути розташований на сайтах міських адміністрацій, туристичних компаній, а сам матеріал подаватись як в електронному, так і друкованому вигляді.

Щодо локального рівня, це скоріше пам'ятки для власників закладів або для проектувальних компаній щодо відповідності параметрам, переліченим нижче.

У зв'язку з вищезазначеними складнощами щодо забезпечення всіх необхідних умов для людей з обмеженими можливостями, доцільним вважається розробка основних рекомендацій для закладів готельно-ресторанного комплексу, які займають одне із ключових місць в організації подорожей в усіх напрямках туризму, в тому числі й інклюзивному.

Данні рекомендації рекомендуються до використання як власникам готелів і ресторанів, так і організаціям, що забезпечують туристичні об'єкти всіма вимогами інклюзивності. Отже, необхідним та доцільним вважається:

1. Облаштування території та будівлі згідно з сучасними будівельними нормами у сфері інклюзивності, забезпечити вільне пересування людей з інвалідністю. Якщо таке обладнання частково неможливо реалізувати, необхідно зазначити види інвалідності, для яких придатний заклад.

2. Поширювання якомога детальнішої інформації щодо закладу проживання або харчування, указуючи всі особливості та ступінь доступності, а також надання необхідної інформаційної підтримки за вимогою.

3. Налагодження задовільного рівня безпеки незахищеним особам під час їх взаємодії з певними предметами або устаткуванням, піклування про стан технічних засобів та допоміжних конструкцій у закладах, забезпечення можливості надання невідкладної допомоги людям з інвалідністю.

4. Взаємодія з закладами, що надають супутні послуги, які можуть підвищити комфорт та безбар'єрність під час подорожі інклюзивних туристів.

5. Забезпечення проінформованості всіх гостей закладу проживання або харчування щодо можливого перебування осіб з фізичними вадами. Дане

рішення дозволить уникнути будь-яких непорозумінь та підвищити соціальну адаптивність з точки зору прийняття засад рівності.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, Україна тільки починає крокувати назустріч високим європейським вимогам щодо забезпечення умов для ефективного впровадження засад інклюзивності. На правовому рівні прийнято релевантні закони та проекти, розроблені відповідні документи – будівельні норми, постанови. Проте в ході дослідження було виявлено, що новим вимогам пристосовані в більшості лише нові будівлі та споруди, а міська інфраструктура лише розпочинає період оновлення та модернізації існуючої структури. Для поліпшення ситуації в існуючих умовах були розроблені рекомендації, які направлені на розширення інформаційного поля та створення додаткових зручностей для суспільства в цілому.

Запропоновані рекомендації охоплюють більшість аспектів розвитку інклюзивного туризму, зокрема інформаційний, соціальний та предметний. Приймаючи ці поради до уваги, заклади готельно-ресторанного сегменту отримують цілу низку переваг, адже питання інклюзивності все більше поширюється з кожним роком в багатьох сферах діяльності держави. Також досягаються економічний та соціальний ефекти від впровадження запропонованих рішень.

Перелік посилань

1. Науменко Л. Ю., Лепський В. В., Макаренко С. В. Інклюзивний туризм як вид реабілітації: сучасні потреби інвалідів. *Вісник ВДНЗУ «Українська медична стоматологічна академія»*. 2017. № 1. С. 134-138.

2. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо запобігання та протидії дискримінації в Україні». URL: <http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc34?id=&pf3511=45813&pf35401=251094> (дата звернення: 20.09.2019).

3. Закон України «Про туризм». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 20.09.2019).

4. Конвенція про права осіб з інвалідністю. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_g71 (дата звернення: 22.09.2019).

5. Якименко А. А. Нормативно-правові проблеми регулювання інтеграції осіб з інвалідністю у вищому навчальному закладі. *Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету «Україна»*. 2016. №12.

6. Лепський В. В., Науменко Л. Ю., Борисова І. С. Інклюзивний туризм як вид реабілітації: наукове обґрунтування та перші кроки втілення у життя. *Український вісник медико-соціальної експертизи*. 2016. № 4. С. 47-52.

7. Наказ Міністерства транспорту України «Про затвердження "Правил перевезень пасажирів, багажу, вантажобагажу та пошти залізничним транспортом України»». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0620-98> (дата звернення: 25.09.2019).

8. Аніщенко А. П., Яріко М. О. Розвиток інфраструктури інклюзивного туризму як результат трансформацій менталітету суспільства (XX – XXI ст.). 2016. URL: <http://socsvit.org/node/61> (дата звернення: 27.09.2019).

9. Давиденко Г. В. Включення людей з інвалідністю в суспільне життя та освітній процес: шляхи оптимізації. *Наукові записки: збірник наукових праць*. Кіровоград, РВВ КДПУ ім. В. Винниченка. 2015. № 135. С. 93–96.

10. Сварник М. Г., Грибальський Я. І. Посібник з активного відпочинку та туризму для неповносправних. Товариство «Зелений Хрест». 2015. 150 с.

References

1. Naumenko, L. Y., Lepsky, V. V., Makarenko, S. V. (2017), Inclusive tourism as a type of rehabilitation: current needs of disabled people [Inklyuzyvnyi turyzm yak vyd reabilitatsii: suchasni potreby invalidiv], *Bulletin of VDNZU "Ukrainian Medical Dental Academy"*, No 1, P. 134-138.

2. Law of Ukraine «On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine on Prevention and Combating Discrimination in Ukraine» [Zakon Ukrainy «Pro vnesennia zmin do deiakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo zapobihannia ta protydii dyskryminatsii v Ukraini»], available at: <http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc34?id=&pf3511=45813&pf35401=251094>.

3. Law of Ukraine «On Tourism». [Zakon Ukrainy «Pro turyzm»], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>.

4. Convention on the Rights of Persons with Disabilities [Konventsiiia pro prava osib z invalidnistiu], available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_g71.

5. Yakimenko, A. A. (2016), Regulatory problems of regulation of integration of persons with disabilities in higher education [Normatyvno-pravovi problemy rehuliuвання intehtatsii osib z invalidnistiu u vyshchomu navchalnomu zakladi], *Proceedings of the Khmelnytsky Institute of Social Technologies, University of Ukraine*, No.12.

6. Lepsky, V.V., Naumenko, L. Y., Borisova, I. S. (2016), Inclusive tourism as a type of rehabilitation: scientific substantiation and first steps of implementation [Inklyuzyvnyi turyzm yak vyd reabilitatsii: naukovе obgruntuvannia ta pershi kroky vtilennia u zhyttia], *Ukrainian Bulletin of medical and social expertise*, No 4, P. 47-52.

7. Order of the Ministry of Transport of Ukraine "On approval" of the Rules of carriage of passengers, luggage, cargo and mail by rail of Ukraine [Nakaz Ministerstva transportu Ukrainy «Pro zatverdzhennia "Pravyl perevezen pasazhyriv, bahazhu, vantazhobahazhu ta poshty zaliznychnym transportom Ukrainy»], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0620-98>.

8. Anishchenko, A. P. (2016), The development of inclusive tourism infrastructure as a result of transformations of the mentality of the society (XX - XXI centuries) [Rozvytok infrastruktury inklyuzyvnoho turyzmu yak rezultat transformatsii mentalitetu suspilstva (XX – XXI st.)], available at: <http://socsvit.org/node/61>.

9. Davydenko, G. V. (2015), Inclusion of people with disabilities in public life and the educational process: ways of optimization [Vkliuchennia liudei z invalidnistiu v suspilne zhyttia ta osvittii protses: shliakhy optymizatsii], *Scientific notes: Coll. Sciences. Ave, Kirovohrad, RVV of the KSPU*, No 135, P. 93-96.

10. Swarnyk, M. G., Gribalsky, Y. I. (2015), *Guide to active recreation and tourism for the disabled* [Posibnyk z aktyvnoho vidpochynku ta turyzmu dlia nepovnospravnykh], Lviv: Green Cross Society, 150 p.

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 379.8.092; JEL Classification: Z31/32

Писаревський І.М., Давидов Є.О., Черкас Я.В. ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ЗАСАД ІНКЛЮЗИВНОСТІ У ЗАКЛАДАХ РОЗМІЩЕННЯ ТА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРІНДУСТРІЇ

Мета дослідження полягає в поширенні соціального усвідомлення щодо потреб людей з інвалідністю, ініціації створення можливостей для забезпечення вільної взаємодії фізично обмежених верств населення з соціумом та всіма елементами громадської інфраструктури. Крім того метою є впровадження низки рекомендацій стосовно адаптації готельно-ресторанного сегменту до потреб осіб з інвалідністю. **Методика дослідження.** Досягнення поставленої мети здійснюється за допомогою загальнонаукових та спеціальних методів дослідження, як аналіз нормативно-правових засад, що регулюють поставлені науковою роботою питання, системний і комплексний підходи до визначення економічних показників в розрізі імплементації безбар'єрного середовища, аналіз показників щодо можливостей пересування осіб з інвалідністю в туріндустрії, а також поглиблена робота з діючими засобами тимчасового розміщення і харчування стосовно формування зводу порад та рекомендацій, що передбачені темою наукової роботи. **Результати дослідження.** Проведений авторами статті аналіз нормативно-правової бази та наукової літератури дозволив визначити та конкретизувати існуючі проблеми як сучасного стану елементів взаємодії інклюзивних туристів з оточуючим громадським середовищем, так і перешкоди на шляху до активної імплементації засад інклюзивності у сферу, що розглядається. Було визначена та систематизована інформація, яка дозволила обрати найбільш раціональні шляхи розв'язання існуючих задач. На основі поглибленого аналізу доведена необхідність удосконалення елементів інфраструктури, в тому числі транспорту, що гарантовано підвищить здатність малорухомих груп туристів до здійснення подорожей та користування послугами сегменту готельно-ресторанних послуг. Керуючись результатами багатосторонніх досліджень в рамках наукової статті була розроблена низка рекомендацій для представників сфери готельно-ресторанного господарства та туріндустрії в цілому. Рішення проблем інклюзивності в туризмі потребує комплексного підходу, тому розроблені рекомендації не можна вважати єдиним універсальним методом,

проте вони є важливою та діючою складовою в процесі імплементації засад інклюзивності в індустрію туризму та суспільство загалом. **Наукова новизна** полягає в поглибленому аналізі проблем та перешкод інклюзивних туристів, удосконаленні принципів відповідності туристської інфраструктури до потреб відповідних осіб з інвалідністю, а також у запропонованому списку рекомендацій щодо впровадження засад інклюзивності. Крім того переглянуто підходи різних фахівців щодо обраної теми та внесено деякі зміни з огляду на особливості сьогодення. **Практичне значення отриманих результатів.** Розроблені рекомендації в рамках даної наукової статті дають змогу підприємствам готельно-ресторанного сегменту та туріндустрії використовувати найновіші дослідження для активізації процесу імплементації засад інклюзивності в межах підконтрольних відомств. Результати проведених досліджень можуть використовуватися для безпосереднього розвитку індустрії та досягнення найбільш можливої соціальної адаптивності.

Ключові слова: інклюзивність; особи з інвалідністю; інклюзивний туризм; готельно-ресторанний сегмент; імплементація; розробка рекомендацій.

УДК 379.8.092; JEL Classification: Z31/32

**Писаревский И.М., Давыдов Е.А., Черкас Я.В. ИМПЛЕМЕНТАЦИЯ
ОСНОВ ИНКЛЮЗИВНОСТИ В УЧРЕЖДЕНИЯХ РАЗМЕЩЕНИЯ И
ПРЕДПРИЯТИЯХ ТУРИНДУСТРИИ**

Цель исследования заключается в распространении социального осознания относительно потребностей людей с инвалидностью, инициации создания возможностей для обеспечения свободного взаимодействия физически ограниченных слоев населения с социумом и всеми элементами общественной инфраструктуры. Кроме того целью является внедрение ряда рекомендаций по адаптации гостинично-ресторанного сегмента к потребностям лиц с инвалидностью. **Методика исследования.** Достижение поставленной цели осуществляется с помощью общенаучных и специальных методов исследования, как анализ нормативно-правовых основ, регулирующих поставленные научной работой вопрос, системный и комплексный подходы к определению экономических показателей в разрезе имплементации безбарьерной среды, анализ показателей относительно возможностей передвижения лиц с инвалидностью в туриндустрии. А также углубленная работа с действующими средствами временного размещения и питания по формированию свода советов и рекомендаций, которые предусмотрены темой научной работы. **Результаты исследования.** Проведенный авторами статьи анализ нормативно-правовой базы и научной литературы позволил определить и конкретизировать существующие проблемы как современного состояния элементов взаимодействия инклюзивных туристов с окружающим общественным средой, так и препятствия на пути к активному имплементации принципов инклюзивности в сферу, которая рассматривается. Была собрана и систематизирована информация, которая позволила выбрать наиболее рациональные пути решения существующих задач. На основе углубленного

анализа доказана необходимость совершенствования элементов инфраструктуры, в том числе транспорта, что гарантированно повысит способность малоподвижных групп туристов к путешествию и использованию услуг сегмента гостинично-ресторанных услуг. Руководствуясь результатами многосторонних исследований в рамках научной статьи был разработан ряд рекомендаций для представителей сферы гостинично-ресторанного хозяйства и туристической индустрии в целом. Решение проблем инклюзивности в туризме требует комплексного подхода, поэтому разработанные рекомендации нельзя считать единственным универсальным методом, однако они являются важной и действующей составляющей в процессе имплементации принципов инклюзивности в индустрию туризма и общество. **Научная новизна** заключается в углубленном анализе проблем и препятствий инклюзивных туристов, совершенствовании принципов соответствия туристской инфраструктуры с потребностями соответствующих лиц с инвалидностью, а также в предложенном списке рекомендаций по внедрению принципов инклюзивности. Кроме того пересмотрены подходы различных специалистов по выбранной теме и внесены некоторые изменения учитывая особенности настоящего. Практическое значение полученных результатов. Разработанные рекомендации в рамках данной научной статьи позволяют предприятиям гостинично-ресторанного сегмента и туристической индустрии использовать самые новые исследования для активизации процесса имплементации принципов инклюзивности в пределах подконтрольных ведомств. Результаты проведенных исследований могут использоваться для непосредственного развития индустрии и достижения наиболее возможной социальной адаптивности.

Ключевые слова: инклюзивность; лица с инвалидностью; инклюзивный туризм; гостинично-ресторанный сегмент; имплементация; разработка рекомендаций.

UDC 379.8.092; JEL Classification: Z31/32

Pisarevsky I.M., Davydov Y.A., Cherkas Y.V. IMPLEMENTATION OF INCLUSIVITY PRINCIPLES IN ACCOMMODATION AND TOURISM ENTERPRISES

Purpose is to spread social awareness of the needs of people with disabilities, to initiate the creation of opportunities for the free interaction of physically disabled people with society and all elements of public infrastructure. In addition, the aim is to introduce a number of recommendations regarding the adaptation of the hotel and restaurant segment to the needs of persons with disabilities. **Methodology of research.** Achievement of this goal is carried out by means of general scientific and special methods of research, such as analysis of normative and legal bases governing scientific work, systematic and complex approaches to determining economic indicators in the context of barrier-free environment implementation, analysis of indicators on the mobility of persons with disabilities in the travel industry, as well as in-depth work with existing temporary accommodation and catering facilities to formulate a set of tips and recommendations seen in the topic of scientific work.

Findings. The article's analysis of the legal framework and scientific literature made it possible to identify and specify the existing problems of the current state of elements of interaction of inclusive tourists with the surrounding public environment, and obstacles to the active implementation of the principles of inclusivity in the sphere under consideration. Information has been identified and systematized to select the most rational ways of solving existing tasks. On the basis of in-depth analysis the necessity of improving the elements of infrastructure, including transport, has been proved, which will guarantee the ability of low-mobility groups of tourists to make trips and use the services of the segment of hotel and restaurant services. Based on the results of multilateral research, a number of recommendations have been developed within the framework of the scientific paper for representatives of the hotel and restaurant industry and the tourism industry as a whole. Tackling inclusivity in tourism requires a comprehensive approach, so the recommendations developed cannot be considered as the only universal method, but they are an important and valid component in the process of implementing the principles of inclusivity in the tourism industry and society in general. **Originality** lies in the in-depth analysis of the problems and obstacles of inclusive tourists, the improvement of the principles of compliance of tourism infrastructure to the needs of persons with disabilities, as well as the proposed list of recommendations for the implementation of inclusive principles. In addition, the approaches of different specialists on the chosen topic were reviewed and some changes were made in view of the peculiarities of the present. **Practical value.** The recommendations developed in the framework of this scientific article allow the enterprises of the hotel and restaurant segment and the tourism industry to use the latest research to intensify the process of implementation of the principles of inclusivity within the controlled departments. The results of the research can be used to directly develop the industry and achieve the greatest possible social adaptability.

Key words: inclusiveness; persons with disabilities; inclusive tourism; hotel and restaurant segment; implementation; development of recommendations.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Писаревський Ілля Матвійович – доктор економічних наук, професор, Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова, декан факультету менеджменту, м. Харків, Україна; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3999-0860>. Моб. 050-769-0492.

Писаревский Илья Матвеевич – доктор экономических наук, профессор, Харьковский национальный университет городского хозяйства им. А.Н. Бекетова, декан факультета менеджмента, г. Харьков, Украина.

Pisarevskyi Ilya – Doctor of Sciences (Economics), Professor, Kharkiv National University of Urban Economics, Dean of the Management Faculty, Kharkiv, Ukraine.

Давидов Євген Олександрович – магістр кафедри туризму та готельного господарства за напрямом готельно-ресторанна справа, Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова, м. Харків, Україна; e-mail: eizens.davidovs@gmail.com; Моб. 063-020-4206.

Давыдов Евгений Александрович – магистр кафедры туризма и гостиничного хозяйства по направлению отельно-ресторанное дело, Харьковский национальный университет городского хозяйства им. А.Н. Бекетова., Г. Харьков, Украина.

Davydov Yevhen – Master of Tourism and Hospitality Department by specialty Hotel and Restaurant Business, Kharkiv National University of Urban Economics, Kharkiv, Ukraine.

Черкас Ярослав Володимирович – магістр кафедри туризму та готельного господарства за напрямом готельно-ресторанна справа, Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова, м. Харків, Україна; e-mail: rickcherkas@gmail.com; Моб. 066-681-4024.

Черкас Ярослав Владимирович – магистр кафедры туризма и гостиничного хозяйства по направлению гостинично-ресторанное дело, Харьковский национальный университет городского хозяйства им. А.Н. Бекетова, г. Харьков, Украина.

Cherkas Yaroslav – Master of Tourism and Hotel Management Department by specialty Hotel and Restaurant Business, Kharkiv National University of Urban Economics, Kharkiv, Ukraine.

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ТРЕНДІВ РОЗВИТКУ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Погасій С. О., канд. техн. наук, доцент

Краснокутська Ю. В. канд. екон. наук, доцент

Нікітіна І. В., магістрант

Харківський національний університет міського господарства імені О.

М. Бекетова

Постановка проблеми. Розвиток інтеграційних процесів в економіці та посилення взаємозв'язків між територіями передбачають високий рівень розвитку сфери послуг як елемента господарського механізму. Перспективи зростання обсягів надання послуг додають цьому сектору привабливості для бізнесу. Аналіз розвитку економічної ситуації на українському ринку та закордонний досвід свідчать про стійкий характер посилення конкуренції в готельному бізнесі. Незважаючи на прискорене впровадження в експлуатацію нових та реконструкцію існуючих готелів, попит на якісні готельні послуги постійно зростає. В цих умовах істотно зростає роль управління готельними організаціями, яке повинне забезпечувати розвиток соціальної інфраструктури ринку, високу ефективність функціонування, конкурентоспроможність та стійке положення на ринку. Динамічність змін зовнішньої середовища, ускладнення бізнес-процесів та зростаюча конкуренція на ринку готельних послуг вимагають від керівників організацій вміння бачити перспективу розвитку та приймати стратегічні рішення, засновані на комплексному та системному підході, на аналізі факторів зовнішньої та внутрішньої середовища, ефективному управлінні ресурсами та потенціалом організації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями розвитку ринку готельних послуг займалися такі вчені: М. Амірова, Г. Амосова, І. Андренко, Д. Боуен, Р. Броймер, Г. Вітавська, В. М. Тупкало, Ю. Я. Опанащук, С. Байлик, Р. Ладиженська, Дж. Мейкенз, І. Балабанов, Ю. Волков, В. Герасименко, В. Гуляєв, А. Дурович, І. Зорін, Л. Нечаюк, М. Мальська, Г. Мунін, Г. Папирян, П. Пуцентейло, Х. Роглев, Н. Телеш, Дж. Уокер, В. Цибух, С. Цьохла, О. Шаблій, А. Шатрова, І. Школа, Л. Шматько та ін.

Невирішені складові загальної проблеми. Незважаючи на велику кількість праць, присвячених функціонуванню готельного господарства, питання аналізу сучасних трендів розвитку галузі та існуючих проблем враховуючи зовнішні впливи на різних рівнях неможливо назвати достатньо розробленими.

Формування цілей статті. Метою дослідження є дослідження закордонного досвіду розвитку індустрії гостинності, а також вивчення системи факторів, що визначають розвиток ринку готельних послуг на основі вивчення тенденцій та проблем його розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Індустрія гостинності історично сформувалася із сектору засобів розміщення, представленого різними

типами готельних підприємств. Готель – це підприємство, що дозволяє людям, що знаходяться поза місцем свого постійного перебування, комплекс послуг, важливішими з яких є послуги розміщення та харчування. Сучасне готельне підприємство надає споживачам не тільки послуги розміщення та харчування, але й широкий спектр послуг зв'язку, розваг, екскурсійне обслуговування, медичні, оздоровчі та спортивні послуги, послуги салонів краси тощо. Фактично готельні підприємства в структурі індустрії туризму та гостинності виконують ключові функції, оскільки формують та пропонують споживачам розширений готельний продукт, в формування та просуванні якого приймають участь усі сектори та елементи індустрії туризму та гостинності.

Сучасні готельні послуги характеризуються наступними особливостями:

- їх якість в значному ступені визначається персоналом готелів, особливо тією її частиною, яка безпосередньо контактує з туристом;
- продаж готельних послуг залежить не тільки від персоналу готелю, але й від внутрішньої якості готельного господарства (зручностей, матеріально-технічної бази), а також іміджу готелю, його місце розташування, навколишнього середовища, наявності транспортних комунікацій, культурно-історичних можливостей регіону, іміджу території та рівня конкуренції;
- попит на готельні послуги мінливий, залежить від пори року та сезонних коливань [1].

На сучасному етапі основними інструментами при формуванні ефективної системи управління готельним комплексом є використання нових технологій (в тому числі Інтернет-технологій), енергоефективність, адаптація до попиту споживачів, багатофункціональність, гнучкість, соціальна та екологічна відповідальність, регулювання операційних витрат. Розвиток мережі Інтернет приносить готельному та туристському бізнесу такі переваги як зниження витрат, зростання ефективності, легкий доступ до споживачів навіть для невеликих компаній. Електронний маркетинг розвивається особливо швидко. Серед останніх тенденцій слід виділити розвиток соціальних мереж. Наразі як готельні, так і туристські компанії приймають участь в просуванні свого продукту через соціальні мережі.

Ефективний готельний менеджмент включає в себе однаковий облік економічних, екологічних та функціональних аспектів, а також капіталовкладень, витрат виробництва та якості процесів разом з комфортом, здоров'ям та задоволенням потреб.

Однією з розповсюджених світових тенденцій готельного бізнесу для готелів класів бізнес та люкс є залучення бізнес-туристів предметами мистецтва. Готельні оператори співпрацюють з відомими галереями та музеями, декоруючи холи, ресторани та номери предметами мистецтва та антикваріату, пропонуючи своїм гостям білети на модні виставки. Деякі готельні комплекси виставляють в своїх приміщеннях унікальні роботи Енді Уорхола, Сальвадора Далі та Пабло Пікассо, а також витворами місцевих художників. Подібна практика спрямована на підвищення лояльності зі сторони клієнтів.

Наряду з залученням бізнес-туристів витворами мистецтва, розповсюдженою світовою практикою з просування готельних послуг преміум-класу є концентрація на вузькому сегменті клієнтів для створення оригінального готельного продукту. Наприклад, по всьому світу зростає кількість готелів Women Only. Перший подібний готель Barbizon Hotel for Women з'явився на початку XX ст. в Нью-Йорку. Цей готель «тільки для жінок» повинен був сприйматися як символ фемінізму. З 80-х рр. радикальні правила було пом'якшено, в готелі розміщувалися усі бажаючі. На сьогодні цей готель внесено до Національного реєстру історичних місць США [2].

Слід відмітити, що одне з найбільш значущих жіночих вимог – гарантія абсолютної чистоти та гігієнічності. Деяким жінкам, що залишаються в готелі, необхідно знати, що до них в номері жили виключно жінки та убирати номер також тільки жінки. Враховуючі ці побажання в готелі Bella Sky Comwell (Копенгаген) відкрили поверх виключно для дам з великими душевими кімнатами, міні-барами з шампанським, шоколадом та коктейлями, а також багатьма додаткових елементів вжитку. Інший варіант рішення питання гігієни пропонується готелем Lady's First Hotel (Цюрих). Розташований в будівлі XIX ст. приймає усіх, однак SPA-салон є особливою територією, відвідування якої дозволяється лише жінкам.

Вивчення думок та ідей гостей призвело до початку змін в готелях, завдяки яким гості можуть отримувати послуги з урахуванням індивідуальних потреб. Оскільки жінки стають все більше подорожувати, мережа Hyatt сфокусувалася на створенні умов, враховуючи саме ці інтереси. Так, вони запустили програму «У Hyatt це є», завдяки якій в готелі можна взяти напрокат або придбати усі необхідні предмети туалету або ужитку. Незважаючи на те, що нові послуги обумовлені потребами жінок, усі гості можуть використовувати переваги від нововведення.

Сучасний ринок готельних послуг знаходиться в постійній динаміці, відповідаючи на запити клієнтів. Бізнес-туристи, яким необхідно зняти номер на декілька годин протягом дня, призвели до виникнення на ринку нової послуги – денних готелів. Ділові люди, що приїхали в інше місце, мають потребу привести себе в порядок перед важливою зустріччю або просто відпочити після тривалого перельоту, а потім залишити готель. Вже багато років таку послугу пропонують готелі при аеропортах, але наразі цю ідею було розповсюджено серед міських готелів. Денних гостей зазвичай просять виїхати до 18-19.00 для того, щоб встигнути підготувати номери до вечірнього в'їзду наступних гостей. При цьому гість сплачує не погодинно, а фіксовану вартість номеру за день. Незважаючи на те, що таку послугу пропонують багато готелів, а також крупних готельних мереж, на інтернет-сайтах засобів розміщення можливість денного розміщення не афішується. Деякі готелі також пропонують використовувати готельні номери в якості тимчасових офісів або для зберігання багажу.

Альтернативний варіант бюджетного та короткотривалого розміщення в мегаполісах пропонують туристам капсульні готелі, які вперше з'явилися в

Японії (Осака) в 1979 р. Капсульні готелі складаються з невеликих за площею номерів. Простір в готелі поділяється на два типи: громадське та індивідуальне. Загальною вимогою капсульних готелів такого типу є великий громадський простір. Хол, кімната відпочинку, бар, сауна, басейн, існують для спілкування. Інтер'єр капсул в усіх готелях витримано в карамельному кольорі, що заспокійливо діє на нервову систему людини, яка знаходиться в маленькому закритому просторі.

Початкова японська концепція капсульних готелів зазнала змін в сторону покращення, сьогодні в капсульних готелях зупиняються респектабельні туристи. При чому основною метою візиту для японців в капсульний готель є відвідування онсену – оздоровчого центру, оснащеного великими ваннами з гарячою водою.

В Європі ідея «капсул для життя» трансформувалася із мінімалістичної в дизайнерську. Європейські капсульні готелі, на відміну від японських готелів даного типу, схожі не на капсули, а на каюти сучасних круїзних лайнерів. Таким чином, капсульний готель стає прямим конкурентом хостелів, які складаються з багатомісних номерів. За думкою маркетологів, приймаючи до уваги вартість розміщення, в Європі у капсульних готелів є перспективи.

Слід відмітити, що поява великої кількості бюджетних готелів у світі пов'язаний з розвитком дешевих авіаперевезень (Low Cost): незаможні пасажери перетворилися в потенційних туристів. При цьому задовільними запити клієнтів з невеликим статком можливо тільки двома способами: або звести до мінімуму набір послуг, або максимально зменшити площу номеру.

Разом з капсульними готелями до готелів з унікальною концепцією та дизайном слід віднести й Bubble-готелі. У місці Руб (Франція) з'явився ряд прозорих палаток, призначених для проживання та відпочинку туристів. Новий шарообразний готель, що нагадує мильний пупир, відкрито й на околиці Парижу. Це місце приваблює подорожуючих спокійним та затишним розташуванням, що дозволяє відчути себе ближче до природи, далеко від міста та суєти. В якості основної ідеї для відкриття подібного готелю стало намагання дизайнера створити місце для сучасного відпочинку. Проект нового готелю ґрунтується на наступних принципах: мінімум енергії, мінімум матеріалу, максимальний комфорт та максимальний вплив на оточуюче середовище.

Усі ці характеристики дозволяють готелю претендувати на звання екологічного готелю, заснованого на принципах бережного відношення до природи та оптимального використання її ресурсів. Таке відношення споживачів стимулює готелі до розвитку технологій роботи, що не наносять шкоди навколишньому середовищу або в значному ступені знижують його. Все частіше в засобах масової інформації з'являються дані про те, що представники верхнього цінового готельного сегменту проявляють ініціативну в даному напрямку та зосереджують свої зусилля на екології.

Якщо раніше готельна сфера було орієнтовано переважно на туристів, які диктували готелям умови роботи, то сьогодні ставка робиться на представників

бізнесу – як крупного, так і невеликого. Їх вимоги до комфортного розміщення навіть на порядок вище, ніж у туристів, оскільки готель для ділової людини – це не тільки місце проживання, але й місце роботи. Саме тому сучасні готелі все частіше пропонують своїм гостям організацію бізнес-конгресів, зали для прес-конференцій, допомогу в організації переговорів з клієнтами та партнерами. Для цих цілей створюються не тільки конференц-зали, але й лобі-бари та просто вестибюлі, де можливо організувати кофе-брейк. При цьому ділові готелі ще й обирають особливе розташування, зручне з точки зору транспортних розв'язок.

Інші тенденції готельного бізнесу враховують намагання все більшої кількості гостей вести здоровий образ життя. Саме тому багато готелів роблять ставку на відкриття басейнів, фітнес-центрів та СПА. Більш того, в багатьох з них відкриваються додаткові ресторани (або створюється додаткове меню) з дієтичними блюдами. Також широко розповсюджено відкриття ресторанів з національною кухнею. Національне питання дуже важливе – сучасні готелі намагаються враховувати його, розміщаючи гостей: в залежності від вподобань тієї чи іншої нації пропонуються номери з певним температурним режимом, особливим меблюванням, наявністю тих чи інших предметів, що відповідають культурі гостя. Найбільш яскрава тенденція на сучасному ринку – появлення бутік-готелів. Це особливі готелі з акцентом на ексклюзивність, які мають безліч дивовижних особливостей – наприклад, кімнати мають не номери, а назви, меблі групуються за кольорами, в номерах є власний обслуговуючий персонал, який працює тільки на конкретних гостей тощо.

Провідними лідерами готельної індустрії вважаються Італія, Німеччина, Франція, Іспанія, Англія, Австрія, Греція, Швейцарія. Аналіз досвіду розвитку європейської готельної індустрії дозволяє виявити наступні особливості:

- поглиблення спеціалізації готельних підприємств;
- створення і зростання міжнародних готельних мереж;
- активне використання інформаційних технологій;
- розвиток електронної комерції в індустрії гостинності;
- політика збереження навколишнього середовища.

Саме для європейських готелів є характерними значні інвестиції в енергозберігаючі технології і послуги. Такі інвестиції здійснюються завдяки зростанню вартості енергії, запровадженню додаткових екологічних вимог, збільшенню очікувань клієнтів, технічним досягненням тощо. Європейський ринок готельних послуг наразі знаходиться в постійній динаміці, відповідаючи на нові запити гостей [3].

Розвиток масового туризму, в першу чергу внутрішнього туризму, породжує попит на засоби розміщення, розташовані ближче до привабливих об'єктів (заміські готелі, приватні пансіонати, туристичні села тощо). Масовий туризм і його розвиток обумовлюється насамперед внутрішнім туризмом у кожній із країн, а кількість міжнародних подорожей на порядок менше кількості внутрішніх подорожей. Відповідно це відображується у зростанні попиту на дешевші готельні місця в кожній країні.

Різноманітність інтересів та потреб інших мандрівників породжує попит на засоби розміщення інших типів засобів розміщення, таких як готелі для спортивного туризму, спеціалізовані готелі, в т.ч. мотелі. Державна підтримка індустрії гостинності є одним з міцніших важелів впливу на розвиток готельних послуг. В Туреччині готельно-туристський комплекс на 40% датується державою, що дозволяє встановлювати конкурентоспроможні ціни. Крім того, прийнятий зручний для туристів вільний обіг іноземної валюти разом з місцевою. В Ізраїлі до 30% інвестицій в готельну сферу повертається інвестору державою у вигляді прямих відрахувань та податкових пільг за умови досягнення певних обсягів залучення туристів. В Мексиці створені зони франко, вільні від оподаткування, біля відомих курортів Акапулько та Канкун.

В Іспанії прийнятий план підвищення конкурентоспроможності іспанського турпродукту, де в якості пріоритетного напрямку виділені реконструкція та модернізація готелів в основних курортних зонах, розвиток сільського туризму в районах, що не мають доступу до пляжів (Валенсія). Острів Тенерифе оголошено зоною франко, що не тільки знижує ціни на туристські послуги (в тому числі готелів), але й відображується на вартості інших продуктів, зокрема, бензину. Уряд інвестує великі кошти в розвиток інфраструктури острова. В Марокко прийнято план розвитку туризму, що передбачає бюджетні інвестиції (20-40%) в пріоритетні проекти розвитку (крупні парки розваг, готельні комплекси тощо). В Індонезії острів Балі визнано вільною економічною зоною, що знижує ціни на туристську пропозицію. Також практикуються прямі бюджетні інвестиції в розвиток інфраструктури.

Аналіз закордонного досвіду організації та просування готельних послуг дозволяє виявити наступні тенденції в розвитку галузі:

- посилення конкуренції зумовлює необхідність пропозиції нових послуг;
- інтеграція готельних підприємств з підприємствами інших галузей, що передбачає підвищення різноманіття послуг, що пропонуються;
- масовість, демократизація послуг гостинності, зростання сегменту «бюджетного» відпочинку;
- поглиблення спеціалізації готелів, спрямоване на інтенсифікацію сегментування ринку, диференціацію спектру споживачів;
- глобалізація готельного бізнесу;
- розвиток автоматизації робочого процесу;
- зростаюча увага до якості (багато категорійних засобів розміщення намагається не тільки відповідати вимогам галузевих стандартів, а й розробляють власні системи управління якістю);
- посилення маркетингових зусиль у просуванні готельних послуг;
- підвищена увага до факторів безпеки та попередження виникнення форс-мажорних обставин в засобах розміщення [4].

Розвиток готельного господарства має велике значення для забезпечення високого рівня зайнятості, позитивного впливу на функціонування суміжних секторів державної економіки. Крім того, активізація підприємництва в

індустрії гостинності сприяє вільному доступу до міжнародного інвестиційного капіталу, поглиблення інтеграції в світову економічну систему.

Особливостями та тенденціями розвитку готельного господарства в теперішній час є наступні:

- дестабілізація зовнішньої середовища готельного бізнесу у зв'язку зі зміною суспільно-економічної ситуації;
- зниження ефективності традиційних заходів державного регулювання готельного бізнесу у зв'язку з низьким рівнем координації та системності управлінських рішень та надмірним ступенем їх централізації;
- урахування інтересів переважно крупних учасників ринку при розробці та реалізації заходів державного регулювання сфери готельного бізнесу, в області стандартизації;
- зростання конкурентної боротьби за клієнта, що призводить до розвитку готельних мереж, франчайзингу, а також ускладнення зовнішньої середовища діяльності підприємств малого готельного бізнесу;
- суперечливі тенденції розвитку організаційних форм готельного бізнесу, пов'язані, з одного боку, з експансією крупних підприємств, інтеграційними процесами при розвитку мережеских та франчайзингових форм взаємодії; з іншого боку, з підвищенням значущості індивідуалізації послуг та зростанням затребуваності діяльності малих підприємств;
- всебічна інформатизація процесів надання готельних послуг, перетворення інформації у важливіший ресурс діяльності, який дозволяє отримати конкурентні переваги;
- ускладнення процесів надання послуг, пов'язане зі зростання різноманітності потреб в готельних послугах, а також супутніх послуг, та кількості суб'єктів, що приймають участь в їх наданні;
- глобалізація процесів надання готельних послуг, що зумовлює можливість передачі інформації на великі відстані без прив'язки до конкретного місця надання послуги [5, 6, 7].

Впливаючи на функціонування різних сфер суспільного життя, готельне господарство суттєво залежить як від міжнародних, так і національних чинників різного рівня впливу. Тобто формування й ефективність реалізації потенціалу галузі залежить від умов і тенденцій навколишнього середовища, для якого притаманні складність, невизначеність і важка прогнозованість, що часто призводить до кризових явищ [8].

Висновки з проведеного дослідження. Розвиток готельного господарства стримується рядом проблем, причини та прояви яких виникають на різних рівнях господарювання: макро-, мезо- та мікрорівнях.

Сукупність обмежень в залежності від рівня їх впливу включає:

- національні (проявляються на макрорівні: наявність застарілих стандартів, що не відповідають світовим нормам, рівень інвестиційної привабливості галузі та країни);
- територіальні (проявляються на мезорівні: експансія закордонних більш конкурентоспроможних готелів);

- приватні (проявляються на мікрорівні: дефіцит кваліфікованих кадрів, неготовність до формування та розвитку готельних комплексів, маркетингових та управлінських труднощів, відсутність мотивації до підвищення ефективності функціонування немережевих готелів) [9].

Результати дослідження тенденцій розвитку готельної галузі показали, що її ефективність значною мірою залежить від зовнішніх чинників функціонування галузі. Для успішного розвитку готельного господарства України необхідна реалізація наступних заходів: удосконалення нормативно-правової бази у відповідності до міжнародних вимог до засобів розміщення; формування регіональних програм розвитку готелів; розвиток туристської інфраструктури; формування гнучкої системи стимулювання розвитку готельного бізнесу; посилення ролі саморегулювання в сфері готельного господарства; створення можливостей для будівництва та роботи малих готелів; створення сприятливих умов для залучення інвестицій.

Однак в ряді випадків в сучасних умовах українським готелям необхідні ресурси та продуманість маркетингової політики для досягнення ефективного управління готельним бізнесом. Реалізація запропонованих заходів сприятиме підвищенню конкурентоспроможності готельного господарства України на міжнародному ринку готельних послуг.

Перелік посилань

1. Ткаченко Т. Управление качеством гостиничных услуг: методологические и практические аспекты. *Гостиничный и ресторанный бизнес*. 2005. №7. С. 24-27.

2. Fyfe D. A., Holdsworth D. W. Signatures of commerce in small-town hotel guest registers. *Social science history*. 2009. Vol. 33. No 1. P. 17-45.

3. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу: міжнародний та національний досвід : колективна монографія / за заг. ред. А. Ю. Парфіненка. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. С. 75-86.

4. Орлова О. М. Актуальні проблеми готельно-туристичного бізнесу в Україні. *Бізнес-інформ*. 2007. №1. С. 153-159.

5. Єрмаченко В. Є., Журавльова С. М. Стратегії розвитку підприємств готельного господарства. *Молодий вчений*. 2015. № 5(1). С. 138-141.

6. Опанащук Ю. Я. Развитие гостиничного хозяйства в Украине: тенденции и перспективы. *Гостиничный и ресторанный бизнес*. 2004. № 3. С. 70–72.

7. Скобелєва Г. С., Єлісеєнко О. В. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного господарства України. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2015. № 4. С. 45-48.

8. Смольнякова Н. М., Волосов А. М. Тенденції формування та реалізації економічного потенціалу вітчизняного готельного господарства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2011. Вип. 1. С. 340-348.

9. Погасій С. О., Стешенко О. Д., Краснокутська Ю. В. Проблеми та перспективи розвитку готельного господарства України. *Збірник наукових*

праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. 2017. №3 (18), том 1. С. 92-97.

References

1. Tkachenko, T. (2005), Quality management of hotel services: methodological and practical aspects [Upravlenie kachestvom gostinichnykh uslug: metodologicheskie i prakticheskie aspekty], *Hotel and restaurant business*, No 7, P. 24-27.
2. Fyfe, D. A., Holdsworth, D. W. (2009), Signatures of commerce in small-town hotel guest registers, *Social science history*, No 33, No 1, P. 17-45.
3. Parfinenko, A. Iu. (2017), Modern trends in hotel business: international and national experience: monograph [Suchasni tendencziyi rozvitku gotelno-restorannogo biznesu: mizhnarodnij ta naczionalnij dosvid: monografiia], V. N. Karazin KNU, Kharkiv, P. 75-86.
4. Orlova, O. M. (2007), Actual problems of tourism business in Ukraine [Aktualni problemi gotelno-turistichnogo biznesu v Ukrayini], *Business-inform*, No 1, P. 153-159.
5. Iermachenko, V. I., Zhuravlev, S. M. (2015), Development strategy of enterprises of hotel economy [Strategiyyi rozvitku pidpriyemstv gotel'nogo gospodarstva], *Young scientist*, No 5(1), P. 138-141.
6. Opanashuk, Iu. Ia. (2004), Development of the hotel industry in Ukraine: trends and prospects [Razvitie gostinichnogo khozyajstva v Ukraine: tendenczii i perspektivy], *Hotel and restaurant business*, No 3, P. 70-72.
7. Skobeleva, G. S., Eliseenko, O. V. (2015), Current state and prospects of development of hotel economy of Ukraine [Suchasnij stan ta perspektivi rozvitku gotelnogo gospodarstva Ukraini], *Bulletin of Berdyansk University of management and busines*, No 4, P. 45-48.
8. Smolnyakova, N. M. Volosov, A. M. (2011), Tendencies of formation and realization of economic potential of the domestic hotel industry [Tendencziyi formuvannya ta realizacziyi ekonomichnogo potenczialu vitchiznyanogo gotelnogo gospodarstva], *Economic strategy and prospects of development of sphere of trade and services*, No 1, P. 340-348.
9. Pohasii, S. O., Steshenko, O. D., Krasnokutska, Iu. V. (2017), Problems and prospects of development of hotel economy of Ukraine [Problemi ta perspektivi rozvitku gotelnogo gospodarstva Ukrayini], *Scientific works of the Kharkiv national automobile and highway University*, No 3 (18), tom 1, P. 92-97.

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 338.46:640.4, JEL Classification: L 830

Погасій С. О., Краснокутська Ю. В. Нікітіна І. В. АНАЛІЗ
ОСНОВНИХ ТРЕНДІВ РОЗВИТКУ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Мета дослідження є дослідження закордонного досвіду розвитку індустрії гостинності, а також вивчення системи факторів, що визначають розвиток ринку готельних послуг на основі вивчення тенденцій та проблем

його розвитку. **Методика дослідження.** Використано методи порівняння та аналогій при виявленні основних трендів розвитку готельного господарства. Аналіз тенденцій розвитку галузі показав, що її ефективність значною мірою залежить від зовнішніх чинників функціонування галузі. Було узагальнено основні напрямки реалізації заходів для успішного розвитку готельної індустрії України. **Результати дослідження.** Виявлено проблеми розвитку готельного господарства, а також існуючі обмеження в залежності від рівня їх впливу на функціонування галузі. Розроблена низка заходів для успішного розвитку готельного господарства України. **Наукова новизна.** Запропоновано заходи для успішного розвитку готельного господарства України: удосконалення нормативно-правової бази у відповідності до міжнародних вимог до засобів розміщення, формування регіональних програм розвитку готелів, розвиток туристської інфраструктури, формування гнучкої системи стимулювання розвитку готельного бізнесу, посилення ролі саморегулювання в сфері готельного господарства, створення можливостей для будівництва та роботи малих готелів, створення сприятливих умов для залучення інвестицій, що дозволить підвищити конкурентоспроможність готельного господарства України на міжнародному ринку готельних послуг. **Практична значущість** полягає у можливості використання вітчизняними підприємствами сфери готельно-ресторанного бізнесу провідного закордонного досвіду функціонування підприємств готельного господарства та впровадження інновацій в їх діяльність.

Ключові слова: готельне господарство; тенденції розвитку; ринок готельних послуг.

УДК 338.46:640.4, JEL Classification: L 830

Погасий С. А., Краснокутская Ю. В. Никитина И. В. АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Цель исследования заключается в исследовании зарубежного опыта развития индустрии гостеприимства, а также изучение системы факторов, определяющих развитие рынка гостиничных услуг на основе анализа тенденций и проблем его развития. **Методика исследования.** Используются методы сравнения и аналогий при выявлении основных трендов развития гостиничного хозяйства. Анализ тенденций развития отрасли показал, что ее эффективность в значительной степени зависит от внешних факторов функционирования отрасли. Обобщены основные направления реализации мероприятий для успешного развития гостиничной индустрии Украины. **Результаты** исследования. Выявлены проблемы развития гостиничного хозяйства, а также существующие ограничения в зависимости от уровня их влияния на функционирование отрасли. Разработан ряд мероприятий для успешного развития гостиничного хозяйства Украины. **Научная новизна.** Предложены мероприятия для успешного развития гостиничного хозяйства Украины: усовершенствование нормативно-правовой базы в соответствии с международными требованиями к средствам размещения, формирование

региональных программ развития гостиниц, развитие туристической инфраструктуры, формирование гибкой системы стимулирования развития гостиничного бизнеса, усиления роли саморегулирования в сфере гостиничного хозяйства, создание возможностей для строительства и работы малых отелей, создание благоприятных условий для привлечения инвестиций, что позволит повысить конкурентоспособность гостиничного хозяйства Украины на международном рынке гостиничных услуг. **Практическая значимость** заключается в возможности использования отечественными предприятиями сферы гостинично-ресторанного бизнеса ведущего зарубежного опыта функционирования предприятий гостиничного хозяйства и внедрение инноваций в их деятельность.

Ключевые слова: гостиничное хозяйство; тенденции развития; рынок гостиничных услуг.

UDC 338.46:640.4, JEL Classification: L 830

Pohasii S., Krasnokutska Iu., Nikitina I. THE ANALYSIS OF THE MAIN TRENDS OF THE DEVELOPMENT OF HOTEL SERVICES MARKET

The purpose of the research is to study the foreign experience in the development of the hospitality industry, as well as the study of the factors determining the development of the market of hotel services on the basis of analyzing tendencies and problems of its development. **Methodology of the research.** The methods of comparison and analogies have been used when identifying the main trends in the development of the hotel industry. Analysis of trends showed that its effectiveness largely depends on external factors of functioning of the industry. It generalizes main directions of implementation measures for the successful development of the hotel industry of Ukraine. **Findings.** The problems of development of the hotel industry have been identified, as well as current limitations depending on the level of their influence on the functioning of the sector. Developed a number of activities for the successful development of the hotel industry of Ukraine. **Originality.** The activities for the successful development of the hotel industry of Ukraine have been offered: improvement of normative legal base in accordance with international standards for accommodation facilities, the formation of regional programs of development of hotels, development of tourism infrastructure, the formation of a flexible system of promoting development of hotel business, to strengthen the role of self-regulation in the sphere of hospitality industry, creating opportunities for the construction and operation of small hotels, creation of favorable conditions for attracting investments that will enhance the competitiveness of hotel economy of Ukraine on the international hotel market. **Practical value** comprises the possibility of usage for domestic enterprises of the sphere of hotel and catering business of the leading foreign experience of functioning of enterprises of hotel economy and innovation in their activities.

Key words: hotel industry; trends of development; hotel services market.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Погасій Сергій Олександрович – кандидат технічних наук, доцент, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, доцент кафедри туризму і готельного господарства, м. Харків, Україна; e-mail: POHASII07@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7241-1237>. Моб. 050-747-40-65.

Погасий Сергей Александрович – кандидат технических наук, доцент, Харьковский национальный университет городского хозяйства имени А. Н. Бекетова, доцент кафедры туризма и гостиничного хозяйства, г. Харьков, Украина.

Pohasii Serhii – Candidate of Sciences (Technical Sciences), Associate Professor, O. M. Beketov National University of Municipal Economy in Kharkov, Associate Professor at the Department of Tourism and Hospitality Management, Kharkiv, Ukraine.

Краснокутська Юлія Вадимівна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, доцент кафедри туризму і готельного господарства, м. Харків, Україна; e-mail: y0506180284@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7241-1237>. Моб. 050-618-02-84.

Краснокутская Юлия Вадимовна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный университет городского хозяйства имени А. Н. Бекетова, доцент кафедры туризма и гостиничного хозяйства, г. Харьков, Украина.

Krasnokutska Iuliia – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, O. M. Beketov National University of Municipal Economy in Kharkov, Associate Professor at the Department of Tourism and Hospitality Management, Kharkiv, Ukraine.

Нікітіна Ірина Вячеславівна – магістрант, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, магістрант кафедри туризму і готельного господарства, м. Харків, Україна;. Моб. 099-008-15-43.

Никитина Ирина Вячеславовна – магістрант, Харьковский национальный университет городского хозяйства имени А. Н. Бекетова, магістрант кафедры туризма и гостиничного хозяйства, г. Харьков, Украина.

Nikitina Iryna – undergraduate, O. M. Beketov National University of Municipal Economy in Kharkov, undergraduate at the Department of Tourism and Hospitality Management, Kharkiv, Ukraine.

МІСЦЕ ПІДРОЗДІЛУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В УМОВАХ ТИПОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ АВТОТРАНСПОРТНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Поясник Г.В., канд. техн. наук, доцент

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

Постановка проблеми. Питання створення та ефективного існування організаційної структури будь-якого підприємства полягає у її спроможності діяти і функціонувати як одне ціле та підтримувати нерозривний зв'язок. Будь-яка посада або підрозділ в організаційній структурі підприємства має вкрай важливу функцію для створення сприятливого клімату існування суб'єкта господарської діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливу увагу питанням управління економічною безпекою підприємства приділяли такі вітчизняні та закордонні науковці як Г. Козаченко, В. Пономарьов, О. Ляшенко, Л. Донець, Н. Ващенко, А. Іванов, В. Шликов, М. Єрмоленко, С. Ільяшенко, М. Тумар, А. Охріменко, Л. Федулова, І. Сокирник, В. Стадник [1-8] та інші. Дослідження цих авторів дозволяють розглянути і проаналізувати теоретичні та практичні аспекти управління економічною безпекою підприємства, однак не зважаючи на їхній вагомий внесок все ще існують невивчені аспекти поставленої проблеми.

Невирішені складові загальної проблеми. Усі дослідження в області управління економічною безпекою на підприємстві детально розглянуті сучасними науковцями, однак ще залишається багато питань щодо ефективного управління, тому правильне визначення місця підрозділу з управління економічною безпекою в організаційній структурі дасть змогу здійснювати більш ефективне управління підприємством.

Формулювання цілей статті. Метою статті є обґрунтування доцільності інтеграції відособленого структурного підрозділу з управління економічною безпекою на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Необхідність забезпечення економічної безпеки підприємства вимагає перегляду його організаційної структури та створення нового відповідного підрозділу. Однак на великій кількості вітчизняних підприємств на сьогодні вже існують підрозділи, що гарантують їх безпеку – це так звані «служби безпеки». Тому в умовах їх наявності на підприємстві виникає питання доцільності створення нового структурного підрозділу [1]. Проаналізуємо цю проблему більш ретельно з точки зору необхідності управління саме економічною безпекою підприємства.

Відповідно до того, що поняття економічної безпеки підприємства на сьогодні вже не розглядається як досить вузьке явище, яке асоціюється насамперед з фізичним захистом персоналу та майна підприємства, а також комерційної таємниці, а ототожнюється зі станом підприємства, в якому забезпечується стабільність його функціонування, ефективність використання

корпоративних ресурсів та забезпечується сприятлива ймовірність настання негативних змін під впливом факторів середовища, виникає необхідність внесення суттєвих змін в порядок функціонування служб та підрозділів підприємства, метою яких є гарантування його безпеки. Суб'єктом управління будь-яким процесом на підприємстві, і економічної безпеки у тому числі, є власник та топ-менеджмент підприємства. Однак інструментом управлінської дії у випадку управління економічною безпекою має бути певний організаційний підрозділ суб'єкта господарювання. Проведемо аналіз організаційних відмінностей у функціонуванні поширеної на підприємствах України служби безпеки та підрозділу управління економічною безпекою підприємства. Ціллю такого аналізу є обґрунтування необхідності створення спеціальних організаційних ланок на підприємствах, метою функціонування яких є моніторинг економічного стану, а не силовий захист. Проведемо аналіз сутності та ознак, що формують принципову відмінність між організаційними аспектами функціонування служби безпеки підприємства та підрозділу з гарантування його економічної безпеки. Отже, існують ключові ознаки, які визначають різницю у функціонуванні служби безпеки й підрозділу управління економічною безпекою підприємства. По-перше, різними є об'єкти, на управління якими спрямована діяльність досліджуваних підрозділів. Якщо для служби безпеки це силова безпека й захист інформації, то для підрозділу економічної безпеки - це економічний стан підприємства, який він повинен підтримувати на задовільному з погляду власника рівні. По-друге, різною є ієрархічна підпорядкованість підрозділів. Якщо служба безпеки підконтрольна власникові й найвищій керівній ланці, то підпорядкованість підрозділу економічної безпеки буде визначатися видом організаційної структури підприємства. Відрізняються також і підрозділи підприємства, що перебувають у підпорядкуванні досліджуваних служб: на більшості досліджуваних підприємств немає прямого лінійного зв'язку між службою безпеки й іншими підрозділами. Підрозділ же економічної безпеки повинен бути інтегрованим в організаційну структуру підприємства так, щоб забезпечувався потік інформації й досягався стабільний стан функціонування різних складових діяльності підприємства. Тобто підрозділу економічної безпеки повинні бути підпорядковані відповідні структурні підрозділи підприємства. По-третє, різним для служб є й ступінь інтеграції в господарський і виробничий процеси: на відміну від підрозділу економічної безпеки, служба безпеки характеризується організаційною відособленістю від них. Додатковою відмінністю є також і персонал, що необхідний для функціонування підрозділів. Якщо для служби безпеки - це насамперед працівники з юридичною освітою і досвідом роботи переважно в органах внутрішніх справ, то для підрозділу економічної безпеки - це працівники з економічною освітою і досвідом управлінської роботи в різних виробничих підрозділах. Різним для служб є також і методичне забезпечення діяльності. Для служби безпеки - це нормативно-правова база, що регулює діяльність підприємства, для підрозділу економічної безпеки - це внутрішній документообіг підприємства і результати

спеціалізованих досліджень. Як відомо, формування організаційної структури підприємства має відбуватися з врахуванням функціонального, елементного та організаційного аспектів [7]. Відповідно до розглянутих аспектів формування організаційної структури підприємства необхідність забезпечення економічної безпеки підприємства вимагає перегляду його організаційної структури та створення нового відповідного підрозділу [9]. Впровадження підрозділу економічної безпеки підприємства має проводитися у чіткій відповідності до типу та виду організаційної структури підприємства з метою недопущення її порушення в наслідок дій нового структурного елементу [10].

Як вже зазначалося на попередніх етапах дослідження, поява нової функції з управління економічною безпекою спричиняє необхідність створення нового функціонального підрозділу з її реалізації, або поширення на виконання цієї функції повноважень одного з вже існуючих підрозділів підприємства. Висновок стосовно інтеграції такого підрозділу слід робити залежно від існуючої системи управління та масштабів діяльності підприємства. Тому проаналізуємо до якого виду за системою управління та організаційною структурою належать досліджувані підприємства. Слід відзначити, що специфіка діяльності автомобільного транспорту та переважно спадкова з часів заснування в радянські часи система управління підприємством визначають механістичний тип їх організаційної структури. Результати аналізу організаційних структур досліджуваних підприємств наведені у попередніх дослідженнях [11]. Аналіз показав, що на підприємствах автомобільного транспорту переважає лінійно-функціональний вид організаційної структури управління, який передбачає наявність функціональних підрозділів обслуговуючого характеру та підрозділу, що є безпосереднім виконавцем з точки зору реалізації основної діяльності. Елементарний тип організаційної структури ВАТ «Херсонське АТП-16560» пояснюється чисельністю персоналу на ньому і є єдиним, ефективним для нього на сьогодні.

Розглянемо необхідність створення підрозділу управління економічною безпекою та його місце в ієрархії управління на підприємствах автомобільного транспорту. Зрозуміло, що досліджувані функції в умовах елементарної структури має додатково виконувати вже існуючий єдиний лінійний керівник. Інша ситуація є не можливою через неминучу появу надмірної кількості управлінських працівників при незмінній обмеженій кількості виконавчих працівників та виробничого персоналу. Розглянемо підприємства, що належать до лінійно-функціонального виду. В попередніх етапах дослідження запропоновано два варіанти інтеграції підрозділу економічної безпеки підприємства (ПЕБП) в таких умовах, а саме розміщення його на середньому рівні ієрархії, як одного з обслуговуючих підрозділів з повноваженнями рівними іншим функціональним підрозділам, або розміщення ПЕБП на вищому над іншими функціональними та лінійними підрозділами рівні. Отже, типова організаційна структура підприємства автомобільного транспорту в умовах наявності системи управління економічною безпекою повинна мати вигляд, який відображено на рис. 1.

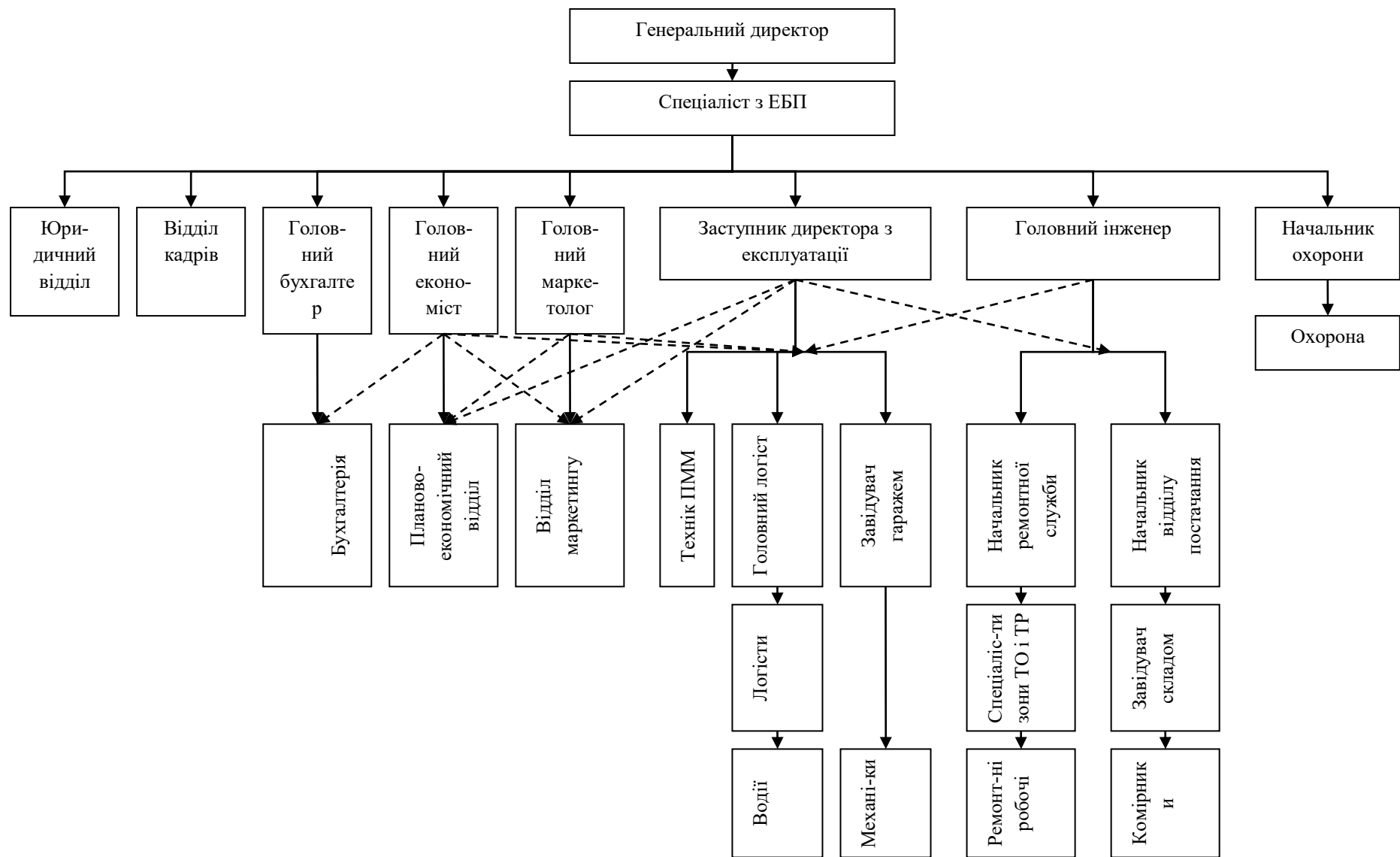


Рис. 1. ПЕБП в умовах типової організаційної структури управління АТП

В дослідженні обґрунтовано, що економічна безпека підприємства є комплексним результатом співпраці усіх підрозділів підприємства, всіх наявних в нього ресурсів. Це обумовлює вищий над іншими рівень відповідного підрозділу в силу необхідності впливу на діяльність усіх елементів підприємства, які разом, шляхом виробничої та інформаційної взаємодії формують кінцевий рівень економічної безпеки.

Висновок або наукова новизна. Запропонована організаційна структура дозволяє автотранспортному підприємству здійснювати свою виробничу діяльність, а обслуговуючим функціональним підрозділам створювати умови для її ефективної реалізації. Місце підрозділу економічної безпеки на вищому рівні ієрархії дозволяє отримувати своєчасну та повну інформацію про функціонування підрозділів та результати діяльності підприємства в цілому, а також надає спеціалісту підрозділу повноваження для прямого керівного впливу на головних спеціалістів обслуговуючих та виробничих підрозділів в напрямку корегування їх діяльності з метою підвищення рівня економічної безпеки, який визначено генеральним керівником та власником.

Перелік посилань

1. Козаченко Г. В., Пономарев В. П., Ляшенко О. М. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення: монографія. К.: Лібра, 2003. 280 с.
2. Донець Л.І., Ващенко Н. В. Економічна безпека підприємства: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2008. 240 с.
3. Иванов А. , Шлыков В. Экономическая безопасность предприятия. М., 2003. 265 с.
4. Єрмоленко М. М. Фінансова безпека держави: національні інтереси, реальні загрози, стратегія забезпечення. К., 2001. 309 с.
5. Ильяшенко С. Н. Составляющие экономической безопасности предприятия и подходы к их оценке. *Актуальные проблемы экономики*. 2003. №3. С. 12-19.
6. Тумар М. Б. Основи економічної безпеки підприємства: навч. посібник. К.: «Хай-Тек Прес», 2008. 232 с.
7. Охріменко А. Г. Основи менеджменту: навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 130 с.
8. Федулова Л. І., Сокирник І. В., Стадник В. В. Менеджмент організацій. К.: «Либідь», 2004. 446 с.
9. Дмитрієв І. А., Близнюк А. О. Особливості інтеграції підрозділу управління економічною безпекою в організаційну структуру підприємства. *Бізнес-Інформ*. 2012. № 8. С. 184-186.
10. Близнюк А. О. Методичні рекомендації щодо інтеграції підрозділу управління економічною безпекою в організаційну структуру підприємства. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва* : зб. наук. пр. Харк. нац. автомоб.-дор. ун-т. Х. : ХНАДУ, 2014. № 2 (7), т.1. С. 83-87.
11. Близнюк А. О. Аналіз стану системи управління економічною безпекою підприємств автотранспортної галузі. *Проблеми і перспективи*

розвитку підприємництва : зб. наук. пр. Харк. нац. автомоб-дор. ун-т. Х. : ХНАДУ, 2015. № 3 (10), т.2. С. 121-125.

References

1. Kozachenko, G. V., Ponomarev, V. P., Lyashenko, O. M. (2003), *Economic safety of the enterprise: essence and mechanism of providing* [Ekonomichna bezpeka pidpriemstva: sutnist ta mekhanizm zabezpechennia], a monograph, K. : Libra, 280 p.
2. Donetsk, L. I., Vashchenko, N. V. (2008), *Economic security of the enterprise* [Ekonomichna bezpeka pidpriemstva], textbook manual, K., Center for Educational Literature, 240 p.
3. Ivanov, A., Shlykov, V. (2003), *Economic safety of the enterprise* [Ekonomicheskaya bezopasnost' predpriyatiya], M., 265 p.
4. Yermolenko, M. M. (2001), *Financial security of the state: national interests, real threats, security strategy* [Finansova bezpeka derzhavy: natsionalni interesy, realni zahrozy, stratehiia zabezpechennia], K., 309 p.
5. Ilyashenko, S. N. (2003), Components of economic security of the enterprise and approaches to their assessment [], *Current problems of the economy*, No 3, P. 12-19.
6. Tumar, M. B. (2008), *Fundamentals of economic security of the enterprise* [Osnovy ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva], textbook manual, K., High-tech Press, 232 p.
7. Okhrimenko, A. G. (2006), *Fundamentals of management* [Osnovy menedzhmentu], textbook manual, K., Center for Educational Literature, 130 p.
8. Fedulova, L. I., Sokirnik, I. V., Stadnik, V. V. (2004), *Management of organizations* [Menedzhment orhanizatsii], K., Libid, 446 p.
9. Dmitriev, I. A., Blyznyuk, A. A. (2012), Features of integration of economic security management unit in the organizational structure of the enterprise [Osoblyvosti intehratsii pidrozdilu upravlinnia ekonomichnoiu bezpekoiu v orhanizatsiinu strukturu pidpriemstva], *Business Inform*, No 8, P. 184-186.
10. Bliznyuk, A. (2014), Methodical recommendations for integration of the economic security management unit into the organizational structure of the enterprise [], *Problems and prospects of entrepreneurship development*, Kharkiv, KhNADU, No 2 (7), vol.1, P. 83-87.
11. Bliznyuk, A. O. (2015), Analysis of the state of the system of management of economic safety of the enterprises of the motor transport industry [Analiz stanu systemy upravlinnia ekonomichnoiu bezpekoiu pidpriemstv avtotransportnoi haluzi], *Problems and prospects of entrepreneurship development*, Kharkiv, KhNADU, No 3 (10), vol.2, P. 121-125.

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 338.47+656.1; JEL Classification M 190

Поясник Г.В. МІСЦЕ ПІДРОЗДІЛУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В УМОВАХ ТИПОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ АВТОТРАНСПОРТНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Мета. Метою даного дослідження є обґрунтування доцільності інтеграції відособленого структурного підрозділу з управління економічною безпекою на підприємстві. **Методика дослідження.** Методичною основою роботи є наукові праці видатних вчених та матеріали періодичних видань. Під час дослідження у роботі використано метод логічного аналізу при встановленні місця підрозділу з управління економічною безпекою в організаційній структурі підприємства. **Результати.** В роботі проаналізований процес створення та ефективного існування організаційної структури автотранспортного підприємства. Визначена необхідність забезпечення економічної безпеки підприємства, яка вимагає перегляду його організаційної структури щодо створення нового відповідного підрозділу. Проведений аналіз стосовно появи нової функції з управління економічною безпекою спричиняє необхідність створення нового функціонального підрозділу з її реалізації, або поширення на виконання цієї функції повноважень одного з вже існуючих підрозділів підприємства. **Наукова новизна.** Запропонована організаційна структура дозволяє автотранспортному підприємству здійснювати свою виробничу діяльність, а обслуговуючим функціональним підрозділам створювати умови для її ефективної реалізації. Місце підрозділу економічної безпеки на вищому рівні ієрархії дозволяє отримувати своєчасну та повну інформацію про функціонування підрозділів та результати діяльності підприємства в цілому, а також надає спеціалісту підрозділу повноваження для прямого керівного впливу на головних спеціалістів обслуговуючих та виробничих підрозділів в напрямку корегування їх діяльності з метою підвищення рівня економічної безпеки, який визначено генеральним керівником та власником. **Практична значущість.** В статті визначено місце підрозділу з управління економічною безпекою в організаційній структурі автотранспортного підприємства. Проведений аналіз організаційних структур управління підприємствами автотранспортної галузі, також обґрунтована доцільність створення підрозділу з управління економічною безпекою підприємства.

Ключові слова: економічна безпека; структурний підрозділ; організаційна структура; автотранспортне підприємство.

УДК 338.47+656.1; JEL Classification M 190

Поясник Г.В. МЕСТО ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В УСЛОВИЯХ ТИПОВОЙ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ АВТОТРАНСПОРТНЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Цель. Целью данного исследования является обоснование целесообразности интеграции обособленного структурного подразделения по

управлению экономической безопасностью на предприятии. **Методика исследования.** Методической основой работы являются научные труды выдающихся ученых и материалы периодических изданий. Во время исследования в работе использован метод логического анализа для обоснования места подразделения по управлению экономической безопасностью в организационной структуре предприятия. **Результаты.** В работе проанализирован процесс создания и эффективного функционирования организационной структуры автотранспортного предприятия. Определена необходимость обеспечения экономической безопасности предприятия, что потребует пересмотра его организационной структуры по созданию нового соответствующего подразделения. Проведенный анализ относительно появления новой функции по управлению экономической безопасностью выявил необходимость создания нового функционального подразделения для ее реализации, или распространение полномочий на выполнение этой функции одному из уже существующих подразделений предприятия. **Научная новизна.** Предложенная организационная структура позволяет автотранспортному предприятию осуществлять свою производственную деятельность, а обслуживающим функциональным подразделениям создавать условия для ее эффективной реализации. Место подразделения экономической безопасности на высшем уровне иерархии позволяет получать своевременную и полную информацию о функционировании подразделений и результаты деятельности предприятия в целом, а также предоставляет специалисту подразделения полномочия для прямого руководящего влияния на главных специалистов обслуживающих и производственных подразделений в направлении корректировки их деятельности с целью повышения уровня экономической безопасности, который определен генеральным управляющим и собственником. **Практическая значимость.** В статье определено место подразделения по управлению экономической безопасностью в организационной структуре автотранспортного предприятия. Проведен анализ организационных структур управления предприятиями автотранспортной отрасли, а также обоснована целесообразность создания подразделения по управлению экономической безопасностью предприятия.

Ключевые слова: экономическая безопасность; структурное подразделение; организационная структура; автотранспортное предприятие.

UDC 338.47+656.1; JEL Classification M 190

Poyasnik G.V. DEPARTMENTS OF ECONOMIC SECURITY IN THE CONDITIONS OF A TYPICAL ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF MANAGING A MOTOR TRANSPORT COMPANY

Purpose. The purpose of this study is to justify the feasibility of integrating a separate structural unit for managing economic security at the enterprise. **Methodology of research.** The methodological basis of the work is the scientific works of outstanding scientists and materials from periodicals. During the study, a logical analysis method was used to substantiate the place of the economic security

management unit in the organizational structure of the enterprise. **Findings.** The paper analyzes the process of creation and effective functioning of the organizational structure of a motor transport enterprise. The need to ensure the economic security of the enterprise is determined, which will require a review of its organizational structure to create a new relevant unit. The analysis regarding the emergence of a new function for managing economic security revealed the need to create a new functional unit for its implementation, or to extend the authority to perform this function to one of the existing units of the enterprise. **Originality.** The proposed organizational structure allows the trucking company to carry out its production activities, and the serving functional units to create conditions for its effective implementation. The place of the economic security unit at the highest level of the hierarchy allows you to receive timely and complete information about the functioning of the units and the results of the enterprise as a whole, as well as empowers the unit's specialist to directly influence the main specialists of the service and production units in the direction of adjusting their activities in order to increase their level economic security, which is determined by the general manager and owner. **Practical value.** The article defines the place of the economic security management unit in the organizational structure of a motor transport enterprise. The analysis of organizational structures for managing enterprises in the automotive industry, as well as the feasibility of creating a unit for managing the economic security of the enterprise.

Key words: economic security; structural subdivision; organizational structure; trucking company.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Поясник Георгій Володимирович – кандидат технічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: royasnik1958@ukr.net; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7776-9932>. Моб.050-401-31-82.

Поясник Георгий Владимирович – кандидат технических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина.

Poyasnik Georgiy – PhD (Engineering Sciences), Associate Professor, Kharkov National Automobile and Highway University, Associate Professor at the Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.

«ЗЕЛЕНІ» ІНВЕСТИЦІЇ ЯК ПРИКЛАД СОЦІАЛЬНО- ПЕРЕТВОРЮВАЛЬНОГО ВПЛИВУ У ФУНКЦІОНУВАННІ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ

Солопун Н.М., канд. екон. наук, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Пономарьова Н.В., канд. техн. наук, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Постановка проблеми. Серед сучасних тенденцій розвитку світового співтовариства важливе місце посідає Концепція сталого розвитку економіки, яка передбачає такий розвиток, при якому задоволення потреб нинішніх поколінь здійснюється без шкоди для можливостей майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби [1]. У рамках зазначеної концепції серед ключових задач розвитку певної економічної системи постає створення умов для сталого економічного розвитку, який може бути забезпечений шляхом ефективного використання економічного потенціалу зі значним збільшенням обсягів інвестицій та збільшенням обсягів впровадження інноваційних проектів, спрямованих на забезпечення подальшого зменшення показника углеродомісткості національної економіки. Величезну роль у цьому процесі відіграють енергетична і транспортні галузі.

Серед основних засада державної екологічної політики України є, зокрема, досягнення Україною Цілей сталого розвитку (ЦСР), які саме були затверджені на Саміті Організації Об'єднаних Націй зі сталого розвитку у 2015 році [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання впровадження елементів «зеленої» економіки є у сфері наукових інтересів багатьох вітчизняних та закордонних вчених, а також низки міжнародних та наднаціональних організацій. Зокрема, Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) [3], Всесвітній банк [4], міжнародна юридична компанія Baker McKenzie [5] тощо. Крім того, вітчизняні вчені, такі як Аніщенко В.О. [6], Пімоненко Т. В. [7], Люльов О., Чигрин О.Ю. [8] також звертають увагу на важливість зазначеного питання та підкреслюють недостатній рівень теоретичного висвітлення вказаної проблеми та необхідність подальшої її розробки.

Невирішені складові загальної проблеми. Трансформація галузей національної економіки з точки зору зменшення показника вуглецемісткості має відбуватися з урахуванням основних міжнародних тенденцій у цій площині. Сьогодні країни Європейського співтовариства прагнуть максимально скоротити викиди парникових газів, збільшуючи частку відновлюваної енергії. Зокрема, загальновідомим є той факт, що Європейська комісія запропонувала до 2050 року заборонити використання в містах автомобілів з бензиновим

двигуном. деякі європейські країни визначили кордон по забороні автомобілів з бензиновим двигуном до 2030 року.

Показник вуглецемісткості – це кількість діоксиду вуглецю, який викинуто у атмосферу пр. виробництві однієї одиниці валового внутрішнього продукту [9].

Середня вуглецемісткість світового виробництва в 2018 році знизилася на 10 % у порівнянні з 2010 роком [10], незважаючи на рекордне за десятиліття зростання попиту на енергію. Але поступовий перехід на альтернативні та поновлювані джерела енергії все ж таки дозволив отримати вищезазначені показники зменшення шкідливих викидів.

Величина показнику енергоемності первинної енергії в Україні складає 12 мегаджоулів на один долар США ВВП країни [11].

Рівень енергоемності первинної енергії – це співвідношення між пропозицією енергії до валового внутрішнього продукту, виміряним за паритетом купівельної спроможності за постійними цінами. Енергоемність – це показник того, скільки енергії використовується для виробництва однієї одиниці економічної продукції. Більш низьке відношення вказує на те, що для виробництва однієї одиниці продукції використовується менше енергії [11].

Формулювання цілей статті. Стан використання вуглецевих джерел енергії в Україні дуже «важкий». Тому постає нагальне питання переходу України до «зеленої» економіки, зокрема у галузі автотранспорту з використанням засад соціально-перетворювального впливу, тобто «зелених» інвестицій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Спрямовання вектору розвитку бізнес-моделі у «зелений» бік завжди достатньо тісно пов'язано з економією енергоносіїв (вуглецевого походження), і, як наслідок, з економією коштів. Зменшити власний «вуглецевий відбиток» можливо у різний спосіб – перехід на альтернативне паливо, створення новітніх енергоефективних логістичних схем тощо.

Спираючись на засади Концепції сталого розвитку звернемо увагу на соціально-відповідальні або соціально-перетворювальні інвестиції. Саме вони мають потенціал до створення істотного впливу на сучасний стан енергоспоживання на автомобільному транспорті.

Сьогодні у сфері соціально-відповідальних інвестицій спостерігається швидке зростання. Спеціалісти у сфері управління інвестиційними портфелями сьогодні визнають, що впровадження інвестування на засадах соціальної відповідальності може зробити істотний вплив на рентабельність, вартість і ціну компаній. Соціально-перетворювальні або соціально-відповідальні інвестиції все більшою мірою стають нормою в області інвестицій, оскільки все більше інвесторів цікавляться екологічно чистими і «зеленими» продуктами, зокрема на автомобільному транспорті. Зокрема, певний інтерес представляють «зелені облігації» (green bonds) як інструмент залучення інвестиційних коштів у сучасні енергозберігаючі проекти, яких дуже потребує наша автотранспортна галузь.

«Зелені облігації» – це боргові інструменти, при випуску яких емітент-позичальник отримує від інвесторів фіксовану суму капіталу і направляє її на свої потреби, виплачуючи капітал інвестору, коли облігація погашається, а також узгоджену суму відсотків протягом терміну її звернення. Відмінною рисою «зелених облігацій» є те, що залучені кошти використовуються для проектів, пов'язаних саме з впровадженням використання відновлюваної енергії, підвищенням енергоефективності, екологічно чистим транспортом або з подальшою побудовою низьковуглецевої економіки [12].

Пропонується наступне визначення, яке відображує сутність сучасного екологічного інвестування: «зелені» інвестиції – це такий прояв соціально-перетворювального впливу, який надає змогу дотримуватися вимог до функціонування сучасного транспортного підприємства в умовах декарбонізації світового виробництва.

Нагальною задачею, що постає перед пошукувачами інвестиційних коштів, зокрема транспортними підприємствами, є пошук надійних партнерів для здійснення емісії «зелених облігацій». Сьогодні такими партнерами на макрорівні слугуватимуть міжнародні організації, такі як Європейський інвестиційний банк, Всесвітній банк, національний уряд тощо. На макрорівні такими партнерами можуть бути трастові товариства, регіональна влада у рамках децентралізаційного процесу тощо.

Однією з задач пошукувачів інвестиційних коштів, тобто емітентів «зелених» облігацій, є забезпечення впевненості інвестора у дійсній екологічній спрямованості власної діяльності. Природоохоронне інвестування – це продукт, який до цих пір доводиться «нав'язувати» місцевим банкам з огляду на те, що активний попит на нього не формується природним чином. Зазначимо, що на сьогоднішній день не існує єдиного стандарту, що застосовується до моніторингу виконання засад, які продиктовані екологічною спрямованістю соціально-перетворювальних інвестицій. Але існують так звані Green Bonds Principles (GBPs), встановлені Міжнародною асоціацією ринку капіталу, є прийнятими еталонами, яким слід більшість світових емітентів «зелених облігацій» [12]. Дотримання GBPs означає завірення інвесторів (як правило, покладаючись на незалежного експерта), що емітент відповідає певним стандартам щодо того, куди спрямовуються кошти від облігацій, як вибираються проекти і які звітності надаються інвесторам. Отже, незважаючи на відсутність чітких вимог до емісії «зелених облігацій», емітенти у будь-якому випадку мають докладати значних зусиль для демонстрації потенційним інвесторам прагнення дотримання соціально-перетворювальної орієнтації і таким чином залучати інвестиційні кошти для подальшого впровадження інвестицій позитивного соціального впливу.

У свою чергу, стимулом для вкладання коштів у соціально-перетворювальні інвестиції для місцевих фінансових інститутів, можуть бути

– збільшення частки ринку – деякі місцеві фінансові інституції можуть вбачати в екологічному інвестуванні чи кредитуванні реальні можливості для розвитку бізнесу, тому що саме за умов посилення природоохоронного «тиску»

та необхідності зниження вуглецемісткості національної економіки соціально-перетворювальне (зокрема, екологічне) інвестування може стати прибутковим ринком.

– позиціонування на ринку і позитивний імідж фінансових інститутів (потенційних інвесторів) – багатьма організаціями такого роду вже розроблено власні соціальні та екологічні програми, які вказують на дотримання етичних принципів та екологічних ідей тощо, які, зокрема, підвищують і рівень довіри до таких інституцій.

– ліквідність – використання екологічних кредитних ліній стало доброю нагодою для підтримки ліквідності через певну проблему з доступом до обмежених фінансових ресурсів. Саме соціально-перетворювальні інвестиційні проекти сьогодні мають більше шансів отримати фінансування та, як наслідок, збільшити рівень ліквідності для джерела інвестицій.

Висновки з проведеного дослідження. Сучасний напрямок екологічних інвестицій – перспективний вектор, який пов'язаний з виникненням нових видів економічної діяльності або навіть нових галузей економіки. Розвиток, соціально-перетворювальних інвестицій, наявним проявом яких є екологічне інвестування та проекти зі зниження вуглецемісткості економіки представляє нове «вікно можливостей» для «зеленого» економічного зростання і вкладу країни в глобальний процес сталого розвитку людства. Використовуючи вже існуючий досвід соціально-перетворювального інвестування Європи та світу, ми вже сьогодні маємо можливість перейти до побудови енергетичних систем та систем надання транспортних послуг на принципах діджиталізації, децентралізації і найголовніше – декарбонізації. Однак, для такого переходу необхідно мати чіткий фокус на створенні «зеленого» ВВП як загальнонаціональної мети.

Перелік посилань

1. Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. URL : <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf> (дата звернення 03.11.19).

2. Закон України «Про основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-19#n14> (дата звернення 04.11.19).

3. Экологическое кредитование в странах восточного партнерства европейского союза. URL : <https://www.oecd.org/env/outreach/Environmental-lending-EU-EaP-countries-Russian.pdf>. (дата звернення 03.11.19).

4. Всесвітній банк. URL : <http://documents.worldbank.org/curated/en/699051540925687477/pdf/131516-RUSSIAN-PN-P168296-P164837-PUBLIC-Green-finance-Note.pdf> (дата звернення 04.11.19).

5. Юридична компанія Baker McKenzie. URL : <https://www.bakermckenzie.com> (дата звернення 05.11.19).

6. Аніщенко В.О. До питання щодо вдосконалення теоретико-методологічних засад екологічного інвестування. *Актуальні проблеми економіки*. 2007. Вип. 8. С. 175-183.

7. Пімоненко Т. В., Лущик К. В. Зелене інвестування: досвід ЄС для України. *Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка*. 2017. № 4. С. 121-127.

8. Пімоненко Т. В., Люльов О. В., Чигрин О. Ю. Маркетинг зелених інвестицій: Механізм колаборації между основними стейкхолдерами. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки*. 2018. Вип. 36. С. 214-220. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDTU_ek_2018_36_33 (дата звернення 05.11.19).

9. Сайт компанії Enerdata. URL : www.enerdata.net. (дата звернення 06.11.19).

10. Інформаційне агентство Уніан. Викиди вуглекислого газу від світової енергетики вирости з-за зростання попиту на енергію. URL : www.unian.net/ecology/reduction/10495095-vybrosy-uglekislogo-gaza-ot-mirovoy-energetiki-vyrosli-iz-za-rosta-sprosa-na-energiyu.html (дата звернення 04.11.19).

11. Світовий атлас даних. Енергетика. URL : <https://knoema.ru/atlas/Украина/Энергоемкость> (дата звернення 04.11.19).

12. Гутброд М., Храплива Ю. И., Володин С. Н. «Зеленые облигации» как новый финансовый инструмент и перспективы их внедрения в России. *Валютное регулирование. Валютный контроль*. 2017. Вип. 9. С. 44-52. URL : <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/direct/209317793> (дата звернення 07.11.19).

References

1. Report from the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf> (last accessed 03.11.19).

2. The Law of Ukraine «On the Fundamental Principles (Strategy) of the State Environmental Policy of Ukraine for the Period up to 2030» [Zakon Ukrayiny` «Pro osnovni zasady` (strategiyu) derzhavnoyi ekologichnoyi polity`ky` Ukrayiny` na period do 2030 roku»], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-19#n14>(last accessed 04.11.19).

3. Environmental lending in the Eastern Partnership countries of the European Union [Ekology`cheskoe kredy`tovany`e v stranax vostochnogo partnerstva evropejskogo soyuza], available at: <https://www.oecd.org/env/outreach/Environmental-lending-EU-EaP-countries-Russian.pdf> (last accessed 03.11.19).

4. The World Bank, available at: <http://documents.worldbank.org/curated/en/699051540925687477/pdf/131516-RUSSIAN-PN-P168296-P164837-PUBLIC-Green-finance-Note.pdf> (last accessed 04.11.19).

5. Baker McKenzie Law Firm, available at: <https://www.bakermckenzie.com> (last accessed 05.11.19).

6. Anishchenko, V. A. (2007), «The question of improving the theoretical and methodological principles of environmental investment» [Do py'tannya shhodo vdoskonalennya teorety'ko-metodologichny'h zasad ekologichnogo investuvannya], *Current problems of the economy*, No. 8, P. 175-183.

7. Pimonenko, T. V., Lushchik, K. V. (2017), «Green investing: EU experience for Ukraine» [Zelene investuvannya: dosvid YeS dlya Ukrayiny'], *Bulletin of Sumy State University. Economy series*, No. 4, P. 121-127.

8. Pimonenko, T. V., Lyulyov, O. V., Chigrin, O. Yu. (2018), «Green Investment Marketing: A Collaboration Mechanism Between Major Stakeholders» [Markety'ng zeleny'h investiciy: Mexanizm kolaboraciyi mezhdu osnovny'my`stejkholderamy'], *Bulletin of the Azov State Technical University. Series: Economic Sciences*, No. 36, P. 214-220, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDTU_ek_2018_36_33 (last accessed 05.11.19).

9. Enerdata website, available at: www.enerdata.net (last accessed 06.11.19).

10. Unian news agency. Carbon dioxide emissions from global energy have grown due to rising energy demand [Vy'ky'dy`vugleky`slogo gazu vid svitovoyi energety'ky`vy'rosly`iz-za zrostannya popy'tu na energiyu], available at: www.unian.net/ecology/reduction/10495095-vybrosy-uglekislogo-gaza-ot-mirovoy-energetiki-vyrosli-iz-za-rosta-sprosa-na-energiyu.html (last accessed 06.11.19).

11. World Data Atlas. Energy [Svitovy`j atlas dany`h. Energety`ka], available at: [https://knoema.ru/atlas/Ukraine/Energy intensity](https://knoema.ru/atlas/Ukraine/Energy%20intensity) (last accessed 04.11.19).

12. Gutbrod, M., Khrapliva, Yu. I., Volodin, S. N. (2017), «Green bonds» as a new financial instrument and prospects for their implementation in Russia [Zelenye obligatsii] kak novyy finansovyy instrument i perspektivy ikh vnedreniya v Rossii], *Currency regulation. Currency control*, No. 9, P. 44-52, available at: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/direct/209317793> (last accessed 07.11.19).

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 658+330.322.4+330.322.54+330.59; JEL D64:E220:I3

Солопун Н.М., Пономарьова Н.В. «ЗЕЛЕНІ» ІНВЕСТИЦІЇ ЯК ПРИКЛАД СОЦІАЛЬНО-ПЕРЕТВОРЮВАЛЬНОГО ВПЛИВУ У ФУНКЦІОНУВАННІ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ

Мета: Метою статті є подальша розгляд питання переходу України до «зеленої» економіки, зокрема у галузі автотранспорту з використанням засад соціально-перетворювального впливу, тобто «зелених» інвестицій. **Методика дослідження:** в роботі використано наступні методи наукового дослідження: систематичний та порівняльний аналіз для наукових джерел на основі методів порівняння, систематизації та узагальнення; абстрактно-логічного аналізу – для обґрунтування сутності «зеленого» інвестування та необхідності впровадження соціально-перетворювальних інвестицій; узагальнення результатів аналізу і

логічної генерації висновків. **Результати:** Розвиток, соціально-перетворювальних інвестицій, наявним проявом яких є екологічне інвестування та проекти зі зниження вуглецемісткості економіки представляє нове «вікно можливостей» для «зеленого» економічного зростання і вкладу країни в глобальний процес сталого розвитку людства. Використовуючи вже існуючий досвід соціально-перетворювального інвестування Європи та світу, ми вже сьогодні маємо можливість перейти до побудови енергетичних систем та систем надання транспортних послуг на принципах діджіталізації, децентралізації і найголовніше – декарбонізації. Однак, для такого переходу необхідно мати чіткий фокус на створенні «зеленого» ВВП як загальнонаціональної мети. **Наукова новизна:** Отримано подальший розвиток теоретичних аспектів впровадження соціально-перетворювальних інвестицій у транспортну галузь за допомогою впровадження засад «зеленого» інвестування та емісії «green bonds»; запропоновано авторське визначення поняття «зелені» інвестиції. **Практична значущість** результатів проведеного дослідження полягає у тому, що удосконалені теоретичні аспекти нададуть змогу приймати більш обґрунтовані рішення у процесі інвестиційної діяльності.

Ключові слова: «зелені» інвестиції; соціально-перетворювальний вплив; «green bonds»; декарбонізація; транспорт.

УДК 658+330.322.4+330.322.54+330.59; JEL D64:E220:I3

Солопун Н.М., Пономарева Н.В. «ЗЕЛЕННЫЕ» ИНВЕСТИЦИИ КАК ПРИМЕР СОЦИАЛЬНО-ПРЕОБРАЗУЮЩЕГО ВЛИЯНИЯ НА ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА

Цель: Целью статьи является дальнейшее рассмотрение вопроса перехода Украины к «зеленой» экономике, в частности в области автотранспорта, с использованием принципов социально-преобразующего воздействия, то есть «зеленых» инвестиций. **Методика исследования:** в работе использованы следующие методы научного исследования: систематический и сравнительный анализ для изучения научных источников на основе методов сравнения, систематизации и обобщения; абстрактно-логического анализа – для обоснования сущности «зеленого» инвестирования и необходимости внедрения социально-преобразующих инвестиций; обобщения результатов анализа и логической генерации выводов. **Результаты:** Развитие социально-преобразующих инвестиций, проявлением которых является экологическое инвестирование и проекты по снижению углеродоемкости экономики, представляет новое «окно возможностей» для «зеленого» экономического роста и вклада страны в глобальный процесс устойчивого развития человечества. Используя существующий опыт социально-преобразующего инвестирования Европы и мира, мы уже сегодня должны перейти к построению энергетических систем и систем предоставления транспортных услуг на принципах диджитализации, децентрализации и самое главное – декарбонизации. Однако, для такого перехода необходимо иметь четкий фокус на создании «зеленого» ВВП как общенациональной цели. **Научная новизна:** Получено дальнейшее

развитие теоретических аспектов внедрения социально-преобразующих инвестиций в транспортную отрасль посредством внедрения принципов «зеленого» инвестирования и эмиссии «green bonds»; предложено авторское определение понятия «зеленые» инвестиции. **Практическая значимость** результатов проведенного исследования заключается в том, что усовершенствованные теоретические аспекты предоставят возможность принимать более обоснованные решения в процессе инвестиционной деятельности транспортного предприятия.

Ключевые слова: «зеленые» инвестиции; социально-преобразующее влияние; «green bonds»; декарбонизация; транспорт.

UDC 658+330.322.4+330.322.54+330.59; JEL D64:E220:I3

Solopun N.M., Ponomaryova N.V. GREEN INVESTMENT AS AN EXAMPLE OF SOCIAL-TRANSFORMING INFLUENCE IN THE FUNCTIONING OF MOTOR VEHICLES

Purpose: The purpose of the article is to further consider the transition of Ukraine to the «green» economy, in particular in the field of motor transport using the principles of social and transformative influence, namely «green» investments.

Methodology of Research: in the article the following research methods are used: systematic and comparative analysis for scientific sources based on methods of comparison, systematization and generalization; abstract-logical analysis – to substantiate the essence of «green» investment and the need to introduce social-transformative investments; generalization of results of analysis and logical generation of conclusions. **Findings:** The development of socially-transformative investments, the manifestation of which is environmental investment and carbon reduction projects, represents a new «window of opportunity» for «green» economic growth and the country's contribution to the global process of sustainable human development. Using already existing experience of social and transformative investing of Europe and the world, today we have the opportunity to move to the construction of energy systems and systems of rendering transport services on the principles of digitalization, decentralization and most importantly – decarbonisation. However, such a transition requires a clear focus on creating green GDP as a nationwide goal. **Originality:** The further development of theoretical aspects of the introduction of social-transformative investments in the transport industry was obtained through the introduction of the principles of green investment and green bonds; The author definition of green investments were proposed.

Practical value of the results of the study is that advanced theoretical aspects will allow for more informed decisions in the investment process.

Key words: «green» investments; social-transformative influence; «green bonds»; decarbonisation; transport.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Солопун Наталія Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: solopunnataliya@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8958-9303>. Моб. 066-049-09-17.

Солопун Наталья Николаевна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина.

Solopun Nataliya – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Kharkov National Automobile and Highway University, Associate Professor at the Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.

Пономарьова Надія Володимирівна – кандидат технічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри транспортних систем і логістики, м. Харків, Україна; e-mail: nadin_tt@ukr.net; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3972-173>. Моб. 067-577-19-81.

Пономарева Надежда Владимировна – кандидат технических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры транспортных систем и логистики, г. Харьков, Украина.

Ponomaryova Nadiya – Candidate of Sciences (Technics), Associate Professor, Kharkov National Automobile and Highway University, Associate Professor at the Department of Transport Systems and Logistics, Kharkiv, Ukraine.

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Стещенко О.Д., канд. екон. наук, доцент

Український державний університет залізничного транспорту

Гамора В.О., магістр

Український державний університет залізничного транспорту

Постановка проблеми. За останній час процеси реформування економіки все більш орієнтовані на євроінтеграцію. За умови захисту соціальних і майнових інтересів юридичних та фізичних осіб, страхування повинне стати нормою сучасної життєдіяльності. Це стосується всього різноманіття страхових послуг, зокрема тих, що надаються у добровільній формі. Зростання уваги громадян до страхування життя свідчить про підвищення фінансової культури населення України, більш свідомого розпорядження особистими фінансами і, як наслідок, зняття соціальної напруженості з держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Узагальнення та аналіз праць вітчизняних і зарубіжних науковців свідчать про відсутність у них єдиного підходу до визначення сутності «страхування життя». Це пов'язано з особливостями цього виду страхування і його відмінностями у порівнянні з ризиковим страхуванням. Так, зокрема, сутність страхування життя досліджували Артюх Т.М. [1], Базилевич В. Д, Філонюк О. Ф., Базилевич К. С. [2], Осадець С. С. [3], Криклій А. С., Пікус Р. В. [4], Тарасова Н. А. [5] та інші.

Невирішені складові загальної проблеми. Проведені науковцями дослідження присвячені у значній мірі теоретичним основам загального особового страхування, в той час, як багато питань у сфері страхування життя в умовах євроінтеграції висвітлена недостатньо. У зв'язку з цим необхідні додаткові дослідження, спрямовані на аналіз стану вітчизняного страхового ринку з позицій стандартів Євросоюзу.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження сучасного стану ринку страхування життя та обґрунтування факторів, що впливають на його розвиток в умовах євроінтеграції.

Виклад основного матеріалу дослідження. В процесі євроінтеграції економіки все більшого значення набувають питання конкурентоздатності українського страхового ринку. На діяльність вітчизняних страхових компаній впливають як зовнішні, так і внутрішні фактори, серед яких невизначеність щодо економічних перетворень та ускладнення доступу до ринку світового капіталу.

Страхування життя є одним з основних механізмів забезпечення соціальної стабільності країні, тому що: гарантує фінансову стабільність громадянам при настанні таких страхових випадків як втрата працездатності, довгострокове лікування, отримання інвалідності, досягнення пенсійного віку

тощо; є потужним джерелом отримання довгострокових інвестицій. Головною особливістю цього виду страхування є поєднання дії ризикової і накопичувальної функції страхування, що забезпечує повний страховий захист людини. У табл. 1 розглянуті основні позитивні та негативні риси накопичувальної функції послуг зі страхування життя.

Таблиця 1

Характерні риси накопичувального страхування життя

Позитивні риси	Негативні риси
незмінність умов договору	відсутність гарантії повернення внесків у разі відкликання ліцензії страхової компанії
гарантована річна прибутковість з додатковим нарахуванням інвестиційного доходу	порівняно низька прибутковість вкладень
захист від непередбачених ситуацій, збереження і накопичення коштів	
довгостроковий період дії договору	
грошові кошти, внесені за таким договором, не розглядаються як майно страхувальника і не можуть бути конфісковані, арештовані або стягнені у судовому порядку	
договір може бути укладений на користь будь-якої особи (вигодонабувача), який отримає виплату, у т. ч. у разі смерті застрахованого, не чекаючи вступу в спадок	

Аналіз сучасного стану ринку страхування життя в Україні показав, що він ще недостатньо розвинений для того, щоб у повній мірі виконувати свої завдання в умовах євроінтеграції.

Незважаючи на зростання показників надання страхових послуг з накопичувального страхування життя, його розвиток стримується низькою факторів:

- 1) відносно високим розміром страхових внесків (у річному вираженні) у порівнянні з рівнем середньої заробітної плати;
- 2) слабкою поточною схильністю до заощадження і низькою інвестиційно-страховою культурою;
- 3) стереотипами мислення і поведінки щодо особистих фінансів.

В Україні сьогодні застраховані 5-7 відсотків населення. Для порівняння, у Європі – близько 85%, у США – 80%. При цьому окремі громадяни мають кілька програм на різні терміни у різних страхових компаній. В Україні на страхування життя однієї особи витрачається від 1,5 до 2 долл., у той час, як у сусідній Польщі – 102 долл., Угорщині – 148, Німеччині – 1042, США – 1750, а у Великій Британії аж 3300 долл. [10].

Звісно, у цих країнах асортимент послуг зі страхування життя набагато ширший, ніж в Україні. Як і кількість та надійність компаній, що їх пропонують. Вітчизняний ринок страхування не дуже стабільний: одні припиняють діяльність, їх замінюють нові. Станом на 31.12.2018 р. у нашій державі було зареєстровано 281 страхових компаній, з яких 30 – зі страхування життя (СК «Life») та 281, що здійснювали види страхування, інші, ніж страхування життя (СК «non-Life»). За 2016-2018 рр. кількість страхових компаній зменшилась на 29, у т.ч. СК «Life» на 9. Кількість страховиків протягом 2018 року скоротилося на три – до 30 компаній (рис. 1).

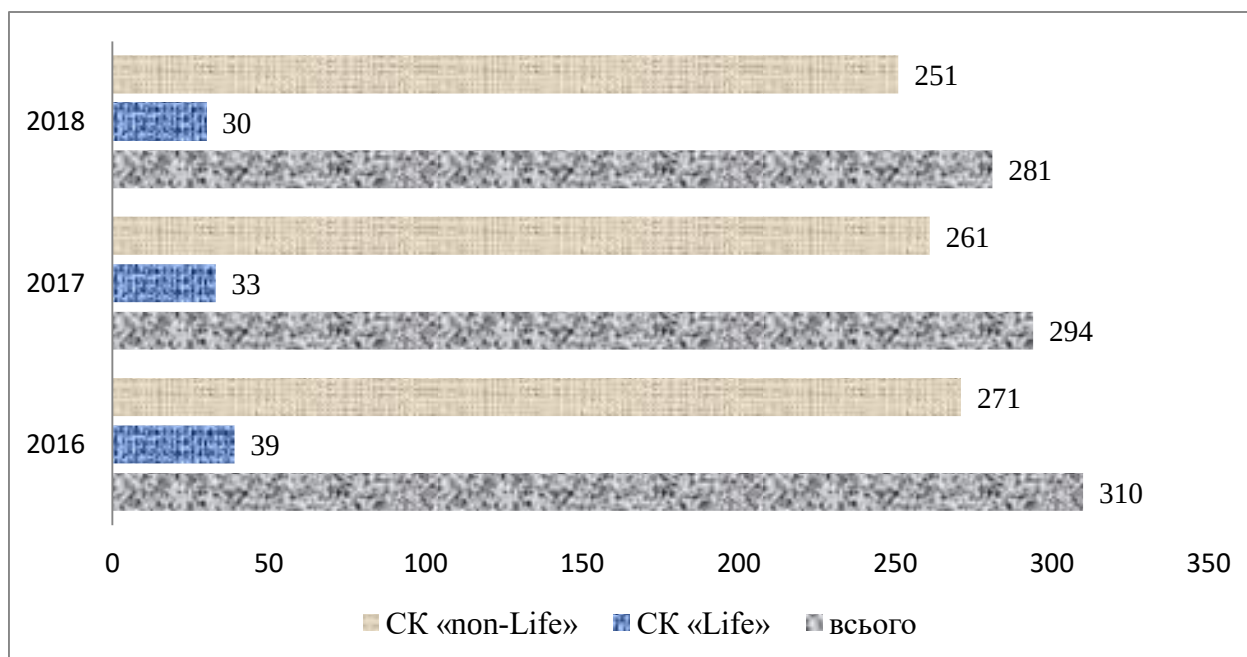


Рис.1. Кількість страхових компаній за 2016-2018 рр.

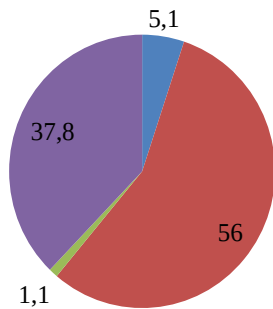
Джерело: складено авторами за [6]

Умовно ринок страхування життя в Україні можна розділити його на два основних сектора: до першого слід віднести фізичних осіб, які є безпосередніми користувачами цих послуг, а до другої – юридичних осіб в особі роботодавців, які турбуються про своїх співробітників. Але останній сектор буде найменшим, тому що вітчизняна корпоративна культура ще не дуже розвинута, хоча це повинно стати невід’ємною складовою соціального захисту робітників.

За 2018 р. збільшилася кількість застрахованих фізичних осіб зі страхування життя на 9,7% або на 397193 особи (станом на 31.12.2017 застраховано 4076718 фізичних осіб, станом на 31.12.2018 – 4 473911 фізичних осіб). Протягом 2018 р. застраховано 3016611 фізичних осіб, що на 96,8% або на 1483790 осіб більше проти відповідного періоду 2017 р. (за 2017 р. застраховано 1 532 821 фізичні особи) [7].

В Україні основні показники розвитку українського ринку страхування життя в десятки разів нижчі за відповідні показники розвинутих країн світу. Але все ж спостерігається позитивна тенденція. Ринок страхування життя в Україні увійшов до ТОП-3 динамічних ринків країн світу, продемонструвавши одну з кращих динамік (зростання – 22,2%) надходження страхових премій по страхуванню життя в валютному еквіваленті з урахуванням інфляції за 2018 р. Страхові платежі за договорами страхування життя за 2018 р. склали 3,9 млрд грн, що на 34,1% більше, ніж за 2017 р. При цьому 97,1% надходжень страхових платежів здійснено фізичними особами (в 2017 р. – 96,6%). За 2018 р. страховики здійснили страхові виплати з страхування життя на суму 704,9 млн грн, що на 26,7% більше, ніж за 2017 р. При цьому було врегульовано 32,6 тис. страхових випадків (на 16,8% більше). Структура валових страхових премій та виплат. із страхування життя за 2018 р. зображена на рис. 2 та 3.

Одним з показників зростання довіри населення до довгострокових соціальних накопичувальних програм є також скорочення обсягів дострокових розірвань договорів страхування життя, яке спостерігається, починаючи з 2015 р. Так, викупні суми в 2018 р. склали 192,5 млн грн, що на 9,1% менше показника попереднього року і майже в два рази менше, ніж в 2014 р. [8].



- страхування життя лише на випадок смерті
- накопичувальне страхування
- до досягнення пенсійного віку
- інші види страхування життя

Рис. 2. Структура валових страхових премій із страхування життя за 2018 р.

Джерело: складено авторами за [7]

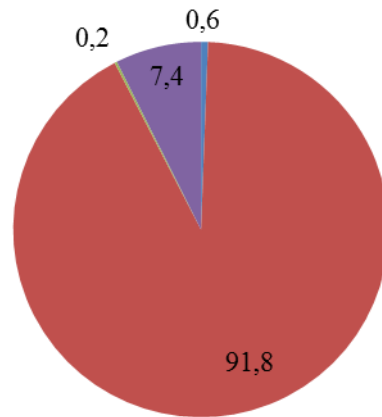


Рис. 3. Структура валових страхових виплат із страхування життя за 2018 р.

Джерело: складено авторами за [7]

Слід зазначити, що потенціал розвитку страхування життя залежить від багатьох демографічних факторів, зокрема:

- 1) підвищення тривалості життя громадян;
- 2) зростання демографічного навантаження;
- 3) збільшення фактичного періоду утримання поколінь дітей по відношенню до поколінням батьків, які тягнуть зростання інтересу до фінансових інструментів, здатного забезпечити гарантії фінансової стабільності домогосподарств при втраті основного джерела доходів.

Розвиток вітчизняного ринку страхування життя тісно пов'язано з рівнем платоспроможності населення, інфляційними очікуваннями і розвитком національної економіки, оскільки дозволяє акумулювати значні довгострокові інвестиційні ресурси. Так, на кінець 2018 р. сформовані страхові резерви в розмірі 9,3 млрд грн, що на 11,3% більш, ніж станом на 31.12.2017 р. Значна їх частка припадає на ОВДП (55,3%) і депозити у найбільш надійних банках (34,1%). За 2018 р. страховики отримали інвестиційний дохід від розміщення

страхових резервів із страхування життя у розмірі 711,1 млн грн, що на 10,4% більш, ніж в 2017 р. [8].

Незважаючи на те, що у 2018 р. український ринок страхування життя дещо поліпшив свої позиції в світовому рейтингу, який складає Swiss Re [9], піднявшись з 84-го на 83-є місце, він ще не дотягує до результатів 2013 року, коли Україна за цим показником займала 69-е місце. Але це не означає, що страхові послуги вже найближчим часом будуть надаватися так само, як в європейських країнах. Процес євроінтеграції страхування життя вимагає реформування його нормативно-правової бази, тобто визначення й запровадження відповідних принципів державного регулювання страхового ринку.

Також не слід нехтувати дотриманням умов добросовісної конкуренції та необхідністю захисту від монополізації деяких видів страхування й окремих галузей. Страховикам слід брати активну участь у вдосконаленні профільного законодавства, а вивчення досвіду реформування страхового сектору європейських країн дасть змогу не повторювати чужі помилки й ефективно впроваджувати нові страхові продукти, безболісно (наскільки це можливо) адаптуватися до європейського законодавства [11].

Отже позитивні тенденції розвитку ринку страхування життя в Україні забезпечуються підвищенням конкурентоспроможності вітчизняних страхових компаній, зокрема через збільшення їх доходів від інвестиційної діяльності. Для цього потрібно: на макрорівні – реформування економіки у цілому відповідно до вимог євроінтеграції і глобалізації; на мікрорівні – формування збалансованої структури страхового портфеля страхових компаній, ефективна маркетингова політика щодо страхових послуг, підвищення кваліфікації співробітників тощо.

Висновки з проведеного дослідження. Страхування життя є важливим інструментом в забезпеченні соціального захисту населення та важливим джерелом надходження інвестицій в економіку країни. За останні роки спостерігається динаміка підвищення показників діяльності вітчизняного ринку страхування життя. Разом з тим посиленої уваги вимагають фактори, що стримують розвиток цього ринку, зокрема:

- недовіра населення до діяльності вітчизняних фінансових установ;
- відсутність підтримки страхування життя на державному рівні;
- мала кількість потужних конкурентоспроможних українських страхових компаній;
- низький рівень кваліфікації страхових посередників;
- надання клієнтам неповної і недостовірної інформації про умови договору страхування життя.

Сучасні процеси євроінтеграції сприяють появі нових видів страхування і якісної трансформації існуючих видів страхового захисту. При цьому розвитку ринку страхування життя сприяють не тільки зміни в попиті юридичних та фізичних осіб, але і зміни з боку державного регулювання. Тому основним завданням з розвитку вітчизняного ринку страхування життя є розробка та

впровадження заходів щодо підвищення інвестиційної привабливості ринку страхових послуг для світових лідерів. Такі заходи повинні включати в себе визначення єдиної державної стратегії в галузі страхування, зокрема питань лібералізації, сприяючи тим самим підвищенню прозорості та передбачуваності ринку.

Перелік посилань

1. Артюх Т. М. Страхування життя в умовах сучасного страхового ринку України. *Фінанси, облік і аудит*. 2011. № 18. С. 9-15.
2. Базилевич В. Д., Філонюк О. Ф., Базилевич К. С. Страхування: підручник / за ред.: В. Д. Базилевич. Київ : Знання, 2008. 1019 с.
3. Страхування : підручник / за ред. С. С. Осадець. Вид. 2-ге, перероб. і доп. К.: КНЕУ, 2002. 599 с.
4. Криклій А. С., Пікус Р. В. Ринок страхування життя в Україні: тенденції та європейський досвід. URL: <http://www.economy.in.ua/index.php?iid=7&operation=9> (дата звернення: 12.09.2019).
5. Тарасова Н. А. Аналіз розвитку ринку страхування життя в Україні. URL: http://docs.google.com/gview?a=v&q=cache:ek6Doh0YHJYJ:www.nbuv.gov.ua/Articles/Kultnar/knp73/knp73_117 (дата звернення: 17.09.2019).
6. Страхування життя : Ліга страхових організацій України. URL: <http://uainsur.com/stats/life> (дата звернення: 15.09.2019).
7. Підсумки діяльності страхових компаній. URL : <https://nfp.gov.ua/files/DepFinMon/sk>
8. Универсальное страхование жизни. URL : <http://www.fin-advice.com/universalnoe-strahovanie-zhizniprimenenie-dlya-sebya-i-dlya-biznesa.html>
9. S&P. URL : http://www.standardandpoors.com/en_US/web/guest/home
10. World International Insurance Fact Book 2017. International Insurance Institute, 2017. 110 p. URL : http://www.iii.org/si-tes/default/files/docs/pdf/international_insurance_factbook_2017.pdf.
11. Волохова Л. Ф., Захаренко В. В. Зарубіжний досвід розвитку ринку страхування життя як чинник впливу на українські реалії. URL : <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2019/35-2019/20.pdf> (дата звернення: 22.09.2019).

References

1. Artiukh, T. M. (2011), Life insurance in today's insurance market in Ukraine [Strakhuvannia zhyttia v umovakh suchasnoho strakhovoho rynku Ukrainy], *Finansy, oblik i audit, Finance, accounting and auditing*, No 18, P. 9-15.
2. Bazylevych, V. D., Filoniuk, O. F., Bazylevyc, K. S. (2008), Insurance [Strakhuvannia], Kyiv : Znannia, 1019 p.
3. Osadets, S. S. (Ed.) (2002), Insurance [Strakhuvannia] (2nd ed., rev.), Kyiv.: KNEU, 599 p.
4. Kryklii, A. S., Pikus, R. V. Life insurance market in Ukraine: Trends and European experience [Rynok strakhuvannia zhyttia v Ukraini: tendentsii ta

yevropeiskyi dosvid], available at : www.economy.in.ua/index.php?iid=7&operation=9

5. Tarasova, N. A. Analysis of the life insurance market in Ukraine [Analiz rozvytku rynku strakhuvannia zhyttia v Ukraini], available at : http://docs.google.com/gview?a=v&q=cache:ek6Doh0YHJYJ:www.nbu.gov.ua/Articles/Kultnar/knp73/knp73_117

6. Life insurance [Strakhuvannia zhyttia], available at : uainsur.com/stats/life

7. The results of insurance companies [Pidsumky diialnosti strakhovykh kompanii], available at: nfp.gov.ua/files/DepFinMon/sk.Pdf

8. Universa life insurance [Unyversalnoe strakhovanye zhyzny], available at : <http://www.fin-advice.com/universalnoe-strakhovanie-zhizni-primenenie-dlya-sebya-i-dlyabiznesa.html>

9. S & P, URL: http://www.standardandpoors.com/en_US/web/guest/home

10. World International Insurance Fact Book (2017), International Insurance Institute, 110 p., available at : http://www.iii.org/sites/default/files/docs/pdf/international_insurance_factbook_2017.pdf

11. Volokhova, L., Zakharenko, V. (2019), Foreign experience of life insurance market development as a factor of influence on Ukrainian realities, available at : <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2019/35-2019/20.pdf>

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 368; JEL: G22. Стешенко О.Д., Гамора В.О. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Метою є аналіз сучасного стану ринку страхування життя та обґрунтування факторів, що впливають на його розвиток в умовах євроінтеграції. *Методика дослідження:* метод логічного узагальнення та синтезу – для дослідження теоретико-методологічних основ розвитку ринку страхування життя; системного аналізу – для визначення факторів, що впливають на розвиток вітчизняного ринку страхування життя, для виявлення основних проблем, що стримують його розвиток в умовах євроінтеграції та розроблення комплексної системи заходів націлених на їх вирішення; метод математичної статистики – для виявлення тенденцій та закономірностей в зміні показників, що аналізуються, обґрунтування отриманих результатів. *Результати дослідження:* розглянуто сутність страхування життя, його значимість для громадян України в забезпеченні їх добробуту. На основі аналізу основних показників розвитку ринку страхування життя висвітлено як позитивні, так і негативні фактори, які негативно впливають на розвиток ринку страхування життя в Україні. Визначено попит населення на страхування життя в Україні. Розглянуто динаміку розвитку страхування життя в Україні протягом періоду дослідження. Проаналізовано динаміку та структуру страхових премій та страхових виплат за основними видами страхування життя. Вивчення практичного досвіду діяльності страхових компаній дозволило визначити основні напрями подальшого розвитку вітчизняного ринку страхування життя в умовах євроінтеграції. *Наукова новизна:* виявлено ключові фактори, що

впливають на розвиток українського ринку страхування життя в умовах євроінтеграції. **Практична значущість:** Результати дослідження можуть бути використані страховиками та страховими посередниками, а також їх об'єднаннями для покращення показників їх діяльності.

Ключові слова: страхування життя; страховий ринок; ринок страхування життя; соціальний захист; страхові премії; страхові виплати.

УДК 368; JEL: G22. Стешенко Е.Д., Гамора В.А. ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА СТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ В УКРАИНЕ В УСЛОВИЯХ ЕВРОИНТЕГРАЦИИ

Целью является анализ современного состояния рынка страхования жизни и обоснование факторов, влияющих на его развитие в условиях евроинтеграции. **Методика исследования:** метод логического обобщения и синтеза - для исследования теоретико-методологических основ развития рынка страхования жизни; системного анализа - для определения факторов, влияющих на развитие отечественного рынка страхования жизни, для выявления основных проблем, сдерживающих его развитие в условиях евроинтеграции и разработка комплексной системы мероприятий нацеленных на их решение; метод математической статистики - для выявления тенденций и закономерностей в изменении анализируемых показателей, обоснование полученных результатов. **Результаты исследования:** рассмотрены сущность страхования жизни, его значимость для граждан Украины в обеспечении их благосостояния. На основе анализа основных показателей развития рынка страхования жизни освещены как положительные, так и отрицательные факторы, которые негативно влияют на развитие рынка страхования жизни в Украине. Определен спрос населения на страхование жизни в Украине. Рассмотрена динамика развития страхования жизни в Украине в течение периода исследования. Проанализирована динамика и структура страховых премий и страховых выплат по основным видам страхования. Изучение практического опыта деятельности страховых компаний позволило определить основные направления дальнейшего развития отечественного рынка страхования жизни в условиях евроинтеграции. **Научная новизна:** выявлены ключевые факторы, влияющие на развитие украинского рынка страхования жизни в условиях евроинтеграции. **Практическая значимость:** Результаты исследования могут быть использованы страховщиками и страховыми посредниками, а также их объединениями для улучшения показателей их деятельности.

Ключевые слова: страхование жизни; страховой рынок; рынок страхования жизни; социальная защита; страховые премии; страховые выплаты.

UDC 368:911; JEL Classification: G22. Steshenko O., Gamora V. RESEARCH OF THE LIFE INSURANCE MARKET IN UKRAINE IN THE CONDITIONS OF EUROPEAN INTEGRATION

The purpose of the work is to analyze the current state of the life insurance market and justify the factors influencing its development in the context of European integration. **Methodology of research.** The method of logical generalization and

synthesis - to study the theoretical and methodological foundations of life insurance market development; systematic analysis - to determine the factors influencing the development of the domestic life insurance market, to identify the main problems that hinder its development in the context of European integration and to develop a comprehensive system of measures aimed to solve them; method of mathematical statistics - to identify trends and patterns of the analyzed indicators changing, to justify of the results. **Findings:** the essence of life insurance, its importance for the citizens of Ukraine in ensuring their welfare was reviewed. On the basis of the main indicators analysis of the life insurance market development, both positive and negative factors that negatively influence the life insurance market development in Ukraine were highlighted. The demand for life insurance in Ukraine has been determined. The dynamics of life insurance development in Ukraine during the study period was reviewed. The dynamics and structure of insurance payments and insurance premiums by main types of life insurance were analyzed. The analysis of the practical experience of insurance companies' activity allowed determining the main directions of further development of the domestic life insurance market in the context of European integration. **Originality:** Key factors influencing the development of the Ukrainian life insurance market in the context of European integration have been identified. **Practical value:** Research results can be useful for insurers and insurance brokers, their associations, to improve the indicators of their activity.

Key words: life insurance; insurance market; life insurance market; social protection; insurance premiums; insurance payments.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Стешенко Олена Дамирівна – кандидат економічних наук, доцент, Український державний університет залізничного транспорту, доцент кафедри управління державними і корпоративними фінансами, м. Харків, Україна; e-mail: EDStesh@ukr.net, ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0001-5117-0585>, моб. 050-66-906-26.

Стешенко Елена Дамировна – кандидат экономических наук, доцент, Украинский государственный университет железнодорожного транспорта, доцент кафедры управления государственными и корпоративными финансами, г. Харьков, Украина.

Steshenko Olena – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Ukrainian State University of Railway Transport, Senior Lecturer at Department of Management of State and Corporate Finances, Kharkiv, Ukraine.

Гамора Вікторія Олександрівна – магістр, Український державний університет залізничного транспорту, м. Харків, Україна.

Гамора Виктория Александровна – магистр, Украинский государственный университет железнодорожного транспорта, г. Харьков, Украина.

Gamora Victoria – Master, Ukrainian State University of Railway Transport, Kharkiv, Ukraine.

УРАХУВАННЯ БАЛАНСУ ІНТЕРЕСІВ КЛЮЧОВИХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ ПРИ ФОРМУВАННІ СУЧАСНОГО БІЗНЕС СЕРЕДОВИЩА ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Третяк В.П. докт. екон. наук, доцент

Чупова Д.Р.

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Постановка проблеми. В умовах глобалізації інноваційність і розвиток конкурентоспроможності економіки можливо підтримувати лише за наявності якісної системи освіти та високої якості людського капіталу. Сучасній економіці притаманні такі риси як всебічне посилення конкуренції, високий рівень невизначеності та глобалізаційних ризиків. А це означає, що для відтворення в життя своєї суспільної та економічної ролі заклади вищої освіти (далі – ЗВО) повинні спрямовувати діяльність на підготовку фахівців, кваліфікація яких повною мірою відповідає вимогам національного та світового ринків праці, що в майбутньому забезпечить підвищення їх конкурентного статусу. Наразі за Індексом людського розвитку ООН Україна – держава з високим рівнем розвитку завдяки масовості та доступності освіти. Однак у глобальних світових рейтингах, таких як Times Higher Education Ranking, QS Rankings та Best Global Universities Rankings ми поступаємося позиціями. До вказаних рейтингів із 289 закладів вищої освіти України потрапили лише шість українських університетів[1]. Очолюють світові рейтинги найкращих закладів вищої освіти такі університети як Гарвардський університет, Оксфордський університет, Массачусетський технологічний інститут, Кембриджський університет, Стенфордський університет та ін., що знаходяться переважно в США та Великобританії. Позиції українських університетів у зазначених глобальних освітніх рейтингах можемо прослідкувати у таблиці 1 (для перших 500 університетів є власний номер у рейтингу, інші ЗВО включаються до груп).

Таблиця 1

Позиції українських університетів у глобальних освітніх рейтингах

(складено автором на основі [2], [3], [4])

Заклади вищої освіти	Times Higher Education Ranking (2019)	QS Rankings (2019) (of 1000)	Best Global Universities Rankings (2018) (of 1240)
Харківський національний університету ім. В.Н. Каразіна	1001+	481	-
Київський національний університет ім. Т.Г.Шевченка	1001+	531-540	1023
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені І. Сікорського»	1001+	601-650	-
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»	-	701-750	-
Львівський національний університет І. Франка	1001+	751-800	-
Сумський державний університет	-	751-800	-

Аналізуючи дані зображені у таблиці 1 стає очевидною потреба у формуванні сучасної політики діяльності закладів вищої освіти, охоплюючи спектр питань від державного управління всією системою ЗВО України, до створення локального бізнес-клімату в кожному закладі вищої освіти країни.

Направленість закладу вищої освіти на ринок і споживача вимагає від нього поглиблення та вдосконалення якості наданих освітніх послуг, формування привабливого іміджу університету на місцевому, всеукраїнському та світовому просторі, застосування маркетингових заходів для залучення якомога більшої кількості студентів. Окрім цього в сьогоденних економічних умовах оцінюючи конкурентоспроможність ЗВО необхідно враховувати як результативність механізмів організаційно-економічного, фінансового, та стратегічного управління, так і ступінь повноцінності ресурсного потенціалу, який демонструє здатність вузу формувати власні цінності та філософію, відображену у діях у майбутньому.

Таким чином, усе вищезазначене може бути досягнуто завдяки управлінню узгодженням інтересів стейкхолдерів вищих навчальних закладів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням специфіки будування взаємовідносин між закладами вищої освіти та стейкхолдерами займалися як вітчизняні так і іноземні вчені, цьому було присвячено велика кількість наукових праць. Щодо зарубіжних вчених можна виділити К. Сіммс, К. Чаплео[5], Е. Майндардес, Х. Алвеш, М. Рапозо[6], Д. Шюллер, В. Чалупський[7] І. Маріч[8] та ін. Серед українських вчених слід зазначити роботи А. Шарова[9], І. Тимошенкова, О. Нащекіна[10], Н. Сментина, Р. Хусаїнова[11], Н. Савицької[12], С. Панчишина, О. Гринькевича[13] та ін.

А. Шаровим була проведена оцінка впливу різних груп стейкхолдерів на вищу освіту в нашій країні в результаті якої він визначив, що цілі стейкхолдерів університету в цілому мають стабільний характер, тому що вони як правило обумовлені будь-якими життєвими, законодавчими або програмними установками тих чи інших фізичних чи юридичних осіб, їх об'єднань. Але в той же час їх поведінка зазвичай має тенденцію бути схильними до актуальних на даний момент цінностей та стимулів більш низького рівня, які безпосередньо впливають на оцінку життєспроможності освітніх будь-яких проєктів[9].

Вчені І. Тимошенков та О. Нащекіна вважають, що завдяки ранжируванню стейкхолдерів відповідно до їхньої значущості для університету як для організації і розстановці чітких пріоритетів їх інтересів можна зрозуміти та пояснити загальні тенденції розвитку освіти в цілому в країні і в результаті мати змогу визначити причини можливого погіршення якості фундаментальної або професійної підготовки студентів у закладах вищої освіти взагалі[10].

Як вважають Н. Сментина та Р. Хусаїнов, беручи до уваги швидкоплинність та високу динаміку сучасного глобального освітнього середовища, підвищення конкуренції та боротьба між різними закладами вищої освіти за ресурси, студентів, абітурієнтів, висококваліфікованих викладачів, вчених, дослідників – усе це безумовно вимагає від закладу вищої освіти дуже інтенсивно взаємодіяти з усіма групами наявних стейкхолдерів з метою

досягнення позитивних результатів, поліпшення тієї чи іншої сфери діяльності в ЗВО та підвищення конкурентоспроможності задля отримання більшої долі ринку в боротьбі за ресурси та студентів[11].

Невирішені складові загальної проблеми. Серед проблем сучасного закладу вищої освіти має місце пошук сучасних шляхів взаємодії між ключовими стейкхолдерами ЗВО, особливо це стосується визначення портрету студентів сучасного покоління, їхніх особливостей та відмінностей від попереднього покоління та зацікавлення молоді до навчання.

Формулювання цілей статі. Основною ціллю статті є визначення ключових стейкхолдерів ЗВО, виділення категорії «студент» як однієї з найважливіших категорій стейкхолдерів, пошук шляхів ефективної їх взаємодії з метою налагоджування та підтримки довгострокових взаємовідносин та виокремлення принципово нових можливостей для формування ефективного бізнес середовища та підвищення конкурентного статусу закладу вищої освіти.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах господарювання актуальним стає питання модернізації освіти та формування ефективного бізнес середовища, яке могло б сприяти формуванню тісних взаємовідносин між ЗВО та колами зацікавлених в його розвитку осіб.

Бізнес-середовище в економічній літературі визначається як комплексна, багатофункціональна система. Під бізнес-середовищем зазвичай мають на увазі набір усіх внутрішніх та зовнішніх аспектів функціонування організації, які в той чи інший спосіб мають вплив на її діяльність. До цих аспектів належать такі категорії постачальники, споживачі, конкуренти, державне регулювання, соціальні, політичні, технологічні, правові та екологічні та інші умови[14]. Тож можемо сказати, що складовими бізнес-середовища є зацікавлені (або не зацікавлені) у розвитку організації суб'єкти, тобто стейкхолдери.

Стейкхолдер – це особа, група осіб або організація, що може впливати, на яку можуть впливати або яка може бути піддана впливу щодо рішення, операції, проекту або результату діяльності організації[15].

Така група стейкхолдерів як студенти, випускники та їхні батьки мають безпосередній вплив на успіх університету, оскільки вони подаючи документи та навчаючись у тому чи іншому закладі формують масу студентів задля якої існує та функціонує цей заклад.

Наступна група стейкхолдерів – підприємства, організації (в т.ч. суспільні союзи), міжнародні установи та організації виступають у взаємодії з ЗВО споживачами продукту вузу, наймаючи на роботу студентів випускників, споживачами освітніх послуг для свого персоналу або ж споживачами консалтингових послуг і науково-технічних розробок, які ЗВО може надати комерційним організаціям. Сутність взаємодії ЗВО з представниками ЗМІ зазвичай полягає у тому, що завдяки засобам масової інформації сьогодні будь-яку подію чи досягнення можна висвітлити для великої аудиторії дуже швидко та ефективно. Тож ЗМІ також є частими споживачами послуг, які надає університет. Щодо інших навчальних закладів (вітчизняних та зарубіжних) – вони можуть виступати як партнерами для обміну інформацією та досвідом,

приймати участь у спільній науковій діяльності, здійснювати підвищення кваліфікації за рахунок одне одного, так і виступати конкурентами та «приводом» зростати швидше, ніж інші. Громадські організації зазвичай виступають своєрідною платформою для діяльності вузів, дозволяючи їм проводити різноманітні дослідження, видавати ліцензії, гранти, проводити атестації. Взаємодія вузів з центральними та місцевими органами державної влади, Міністерством освіти України полягає у плануванні, фінансуванні, систематизації діяльності ЗВО, виробленні освітніх стандартів та норм, завдяки яким може існувати університет. Керівництво ЗВО, адміністративний персонал, науково-педагогічний персонал та інші робітники закладів учасниками, які безпосередньо займаються передаванням знань та умінь від викладача до студента, формують наукові надбання та імідж ЗВО.

Перейдемо безпосередньо до виокремлення категорій стейкхолдерів з якими взаємодіє заклад вищої освіти, що допоможе нам більш детально розглянути питання формування бізнес середовища в ЗВО (схема зображена на рисунку 1).

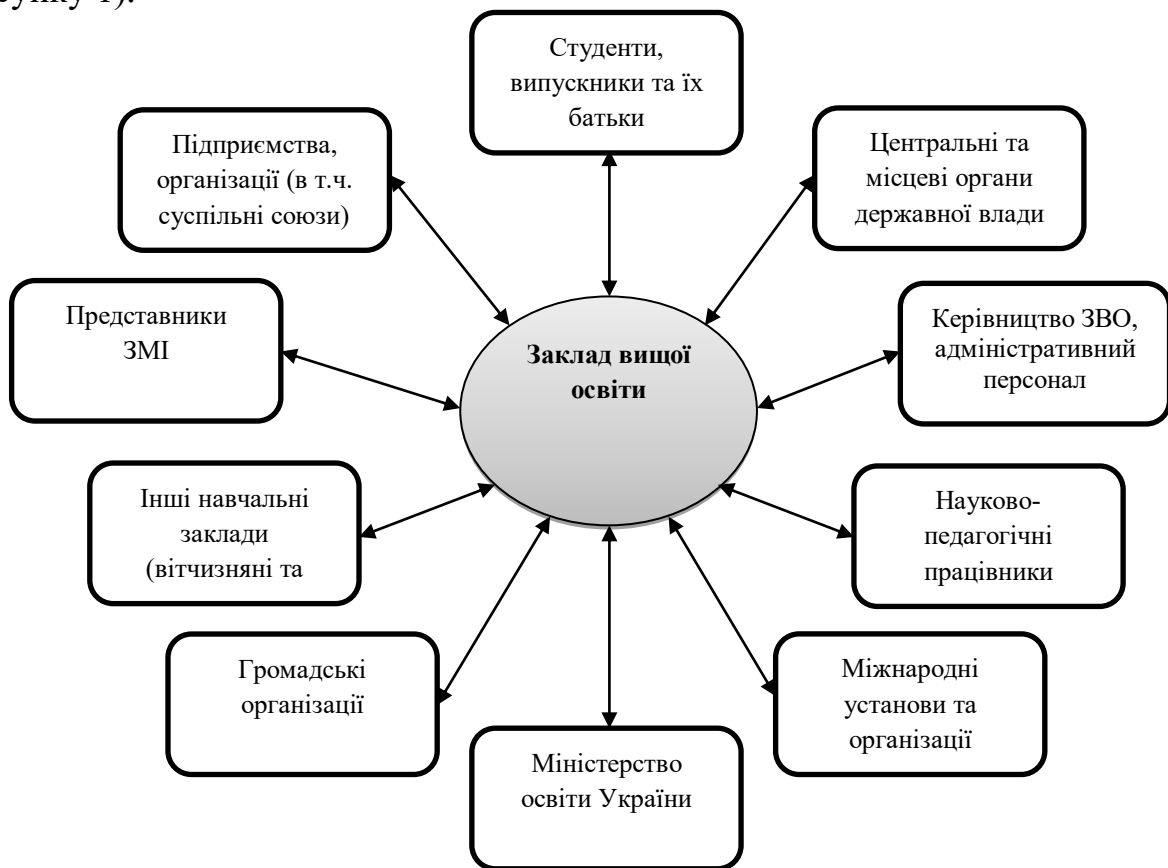


Рис. 1. Категорії стейкхолдерів, з якими взаємодіє заклад вищої освіти (розробка автора)

Наведена схема показує, що ЗВО має достатньо велику кількість тих суб'єктів, які можуть бути зацікавлені у взаємодії та співпраці.

Тож ми визначили, що для розробки методів взаємодії стейкхолдерів необхідно поглиблене вивчення специфіки кожної з категорій. В даній статті ми зосередимося на дослідженні однієї з ключових груп стейкхолдерів – студенти та науково-педагогічні працівники.

Сьогодні у процесі роботи зі студентами викладачі часто зазначають, що студенти попередніх років та сучасні студенти багато в чому відрізняються у своїх потребах, у мотивації до навчання, у базових знаннях та навичках, шляхах концентрації уваги, взаємодії з іншими студентами, викладачами, тощо.

Тож студенти, що народилися у різні часи мають зазвичай зовсім різні цілі та розвиваються, навчаються та дорослішають у різних умовах. Цих студентів доцільно відносити до різних поколінь.

Такі особливості найкраще описує теорія поколінь, яка була розроблена Вільямом Штраусом і Нілом Хоувом у 1991 році й описує цикли поколінь у США та в інших країнах світу. Теорія поколінь графічно зображена на рисунку 2.

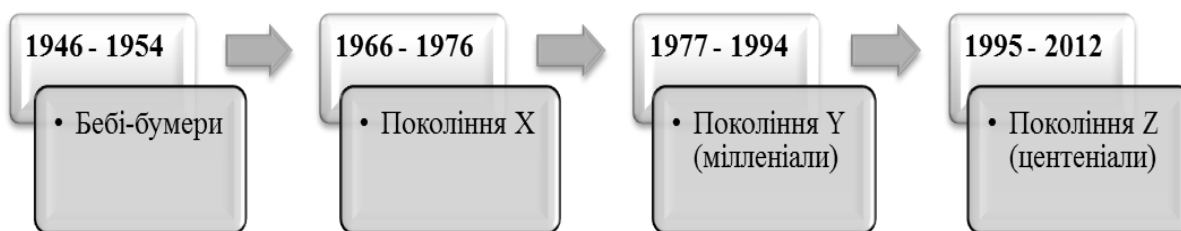


Рис. 2. Теорія поколінь, розроблена Вільямом Штраусом і Нілом Хоувом (складено автором на основі [16])

Покоління – це набір людей, які народжуються в певний період часу. Найбільш активними та поширеними типами поколінь у сучасному світі є:

- Бебі-бумери – народжені у 1946–1954. Оптимізм, зацікавленість в особистісному рості, але в той же час в побудові колективу.
- Покоління X – народжені у 1966–1976. Готовність до змін, прагнення вчитися протягом усього життя, пошук емоцій, прагматизм, надія на себе.
- Покоління Y – мілленіали, народжені у 1977–1994. Громадянський обов’язок і мораль, відповідальність, але при цьому наївність і вміння підкорятися.
- Покоління Z – центеніали, народжені в 1995–2012. Є першим повністю цифровим поколінням, характерна нетерплячість, егоцентричність, неохочість до субординації, рівноправ’я, толерантність[16].

Покоління Z – це люди, які народилися в епоху Інтернету, а значить і не уявляють свого життя без нього. Також для них характерні комунікації не в реальному житті, а за допомогою соціальних мереж, їм значно комфортніше замінити будь-яку зустріч чи телефонний дзвінок текстовим повідомленням. В них не має розділення світу на віртуальний, тобто цифровий та реальний, тому що люди народжені у цей період вважають це одним єдиним світом.

Люди Покоління Z з дитинства користуються Інтернетом перебувають в онлайн більшу частину свого часу, знають особливості усіх соціальних мереж та швидко вчаться користуватися будь-якими інноваціями у цій сфері.

Центеніали схильні більше сприймати інформацію картинками та схемами, ніж читати звичайний довгий текст, вони звикли до великої кількості

реклами в мережі Інтернет, тому не звертають на неї увагу, а тому щоб зацікавити їх потрібно докласти неабияких зусиль, так як це покоління вже «перенасичено» різноманітною інформацією.

Останніми роками саме покоління студентів Z або центеніалів розпочало отримувати вищу освіту, тому майже всі бакалаври, які навчаються у даний момент у вищих навчальних закладах є студентами Z. Тож розглянемо більш детально «портрет» сучасного студента Z, його характерні особливості:

- Навчаються по-своєму. Люди покоління Z зазвичай не вивчають лише один певний предмет, їм зручніше комбінувати та узагальнювати, усвоюючи декілька споріднених предметів в один і той же час.

- Нетерплячі. Центеніали вирости в онлайн-середовищі та часто вважають, що в житті все будь-яке бажання або ідею можна реалізувати так само швидко, як і в віртуальному світі.

- Самостійні. Центеніали вважають, що в 21 сторіччі викладач не є основним джерелом одержання компетенції в будь-якій сфері, тому що можна миттєво знайти потрібну інформацію в Інтернеті, тож роль викладача змінилася на своєрідного провідника та людини, яка може проаналізувати великі об'єми інформації та навчити самому основному та потрібному.

- Залежні від Інтернету та не уявляють свого життя без нього. Більшу частину свого дня знаходяться онлайн у різноманітних соціальних сітках, грають у онлайн ігри, діляться своїм життям у блогах та ін.

- Стрімко перемикають увагу. Студентам покоління Z часто важко зосередитися на одній задачі, вони не можуть довго працювати над монотонною роботою. Цьому поколінню притаманна гіперактивність, вони не схильні повертатися до однієї задачі декілька разів, тому одразу приймають швидкі та остаточні рішення.

- Толерантні. Люди Z виховані у сучасному світі, вони знають його різноманітність, а тому серед них немає місця дискримінації за расовими, національними чи гендерними причинами.

- Цінують безпеку. Як в Інтернеті, так і в реальному житті. Усвідомлюють, що таке теракти, катастрофи, кризи та мають бажання зробити все, щоб попередити усі можливі негативні ситуації.

- Мінімалісти. Обирають скоріше одну якісну дорогу річ, замість декількох неякісних, але дешевших, вільно позбавляються зайвих речей, віддають перевагу шопінгу онлайн, частіше використовуючи при цьому мобільний телефон, аніж комп'ютер, тому що це зручніше та швидше

- Швидко стають дорослими. Студенти цього покоління ростуть в епоху жорсткої конкуренції, в якій щоб залишатися конкурентоспроможним на ринку фахівців, потрібно якомога раніше починати працювати в тій сфері, в якій вони хочуть стати успішними. Велика кількість з них займаються розробкою власних стартапів та мріють бути підприємцями.

- Ведуть здоровий спосіб життя. Центеніали як правило практично не užívають алкогольних напоїв та не мають поганих звичок, у їх поколінні модно уважно ставитися до свого здоров'я та займатися спортом.

Отже, підсумувавши та проаналізувавши типовий «портрет» сучасного студента Z, можемо сказати, що ці студенти володіють нестандартним та прогресивним набором рис, а отже у розробці підходів до взаємодії зі студентами цього покоління необхідно додержуватися креативності, інноваційності та мобільності. У таблиці 2 зображені основні запропоновані нами способи взаємодії зі студентами покоління Z та варіанти реалізації цих взаємодій.

Таблиця 2

Способи взаємодії зі студентами покоління Z та варіанти реалізації цих взаємодій
(розробка автора)

Спосіб взаємодії	Варіанти реалізації
Дистанційні курси	• Класичні дистанційні курси (власні та інших викладачів, як окремо так і частково) • Веб-заняття та виконання семінарських завдань онлайн
Мікро-уроки	• Надання студентам окремого контенту деталізації двох рівнів (де перший рівень - зміст, а другий - повний конспект лекції з додатковими матеріалами)
Взаємодія з соціальними мережами	• Чат дисципліни • Чат з кураторами груп студентів • Утворення сторінок в соціальних мережах (інстаграм, фейсбук) • Система Moodle
Гейміфікація	• Імітація реальних ситуацій в ігровій формі на парах • Розбір кейсів • Проведення конкурсів, турнірів, фахових ігор
Відеоматеріали	• Відео на ютубі з лекціями та наочним матеріалом • Проведення вебінарів викладачами
Персоналізація освітніх програм	• Дійсна персоналізація (для маленьких груп) • Шаблонна персоналізація (для великих груп)

Тож данні таблиці свідчать, що існує велика кількість шляхів та способів реалізації взаємодії зі студентами нового покоління, які можна застосувати викладачам у процесі навчання.

Висновки з проведеного дослідження. В процесі дослідження ринку освітніх послуг було визначено ключових стейкхолдерів ЗВО та виділено і проаналізовано таку категорію як «студент» більш детально, у процесі чого було зроблено висновок, що для більш ефективної взаємодії зі студентами покоління Z, необхідно впроваджувати такі способи навчання, які будуть зрозумілі, а головне цікаві студентам, які зараз навчаються в закладах вищої освіти, а саме: заснування дистанційних курсів, розроблених як власними викладачами, так і використання онлайн – курсів найкращих ЗВО світу. Задля розширення спектру вивчення предмету, ці дистанційні курси можуть бути як у вигляді різноманітних лекцій та завдань, так і в вигляді наочного матеріалу з супроводженням відео, схем та картинок. Також актуальним сьогодні буде використання мікро-уроків, де студентам надається окремий контент деталізації двох рівнів, де перший рівень – зміст та основна інформація, яка повинна бути засвоєна студентом, а другий – повний конспект лекції з додатковими матеріалами у разі необхідності поглиблення знань та навичок.

Окрім цього на даний час вкрай необхідним є інтегрування в процес освіти соціальних мереж, тому що це основний канал через який можна швидко

та ефективно взаємодіяти з учнями та отримувати зворотній зв'язок. Інтегрування може проходити шляхом створення чатів з викладачами та студентами з приводу різних тем, наприклад чат дисципліни, чат новин, чат з кураторами груп; утворення сторінок факультету або кафедри в соціальних мережах (інстаграм, фейсбук) для висвітлення останніх новин або нововведень, можливості залишити відгук студента або запропонувати своє бачення розвитку факультету/кафедри. Використання системи Moodle, де можна пройти весь процес навчання від вивчення лекцій до здачі заліку в режимі онлайн.

Наразі актуальним є також гейміфікація процесу навчання, тобто імітація реальних ситуацій в ігровій формі на парах, розбір кейсів, проведення конкурсів, турнірів, фахових ігор тощо. Використання відеоматеріалів може втілюватися через викладання лекцій або цікавих фахових роликів у соціальні мережі для вільного доступу та перегляду студентами, проведення вебінарів, тобто онлайн семінарів, що проходять в мережі інтернет, де викладач може взаємодіяти зі студентами, як в реальності. Окрім цього наразі актуальним є персоналізація освітніх програм, тобто створення особистого освітнього профайлу з переліком сильних сторін, мотивацій, цілей студента, особисто розроблений за допомогою викладачів освітній план, набір компетенцій, якими би він хотів оволодіти, тобто комплексний та індивідуальний підхід до кожного – усе це допомагає викладачам взаємодіяти зі студентами більш ефективно та інноваційно і в результаті мати змогу виводити вищу освіту в Україні на якісно новий рівень. Тож урахування балансу інтересів таких ключових стейкхолдерів, як студенти та науково-педагогічні працівники дасть велику кількість нових можливостей для створення високих конкурентних позицій при формуванні бізнес середовища закладів вищої освіти.

Перелік посилань

1. Економічна Стратегія України 2030, «Україна – learning nation». Український інститут майбутнього. Режим доступу: <https://strategy.uifuture.org/ukraine-learning-nation.html>
2. The Times Higher Education World University Rankings 2019. URL: https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2019/world-ranking#!/page/0/length/25/sort_by/rank/sort_order/asc/cols/stats
3. QS World University Rankings 2019. *QS Top Universities*. URL: <https://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2019>
4. Best Global Universities Rankings. *US News and World Report Education*. URL: <https://www.usnews.com/education/best-global-universities/rankings>
5. Simms C., Chapleo C.. Stakeholder analysis in higher education: a case study of the University of Portsmouth. Perspectives. *Policy and Practice in Higher Education*. 2010. No 14 (1). P. 12-20.
6. Mainardes E., Alves H., Raposo M. An Exploratory Research on the Stakeholders of a University. *Journal of Management and Strategy*. 2010. Vol. 1. No 1. P. 66-88. URL: <http://dx.doi.org/10.5430/jms.v1n1p76>.

7. Schüller D., Chalupský V. Marketing Communication Management to Higher Education Institutions. *Acta Univ. Bohem. Merid.* 2012. No 15(2). P. 61-69.
8. Marić I., Stakeholder analysis of higher education institutions. *Interdisciplinary Description of Complex Systems*. 2013. No 11(2). P. 217-226. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/148291>
9. Шаров А. І. Побудова інструментарію дослідження життєспроможності освітнього проекту та його можливого мультиплікативного ефекту. *Управління проектами та розвиток виробництва*. 2012. No2(42). С. 1-9.
10. Тимошенко І. В., Нащекіна О. М. Суб'єкти, агенти, актори і стейкхолдери в економічних дослідженнях освіти. Вчені зап. Харк. гуманіт. ун-ту «Нар. укр. акад.». Х., 2012. Т. 18, кн. 1 : *Освіта: традиції та інновації в умовах соціальних змін*. С. 167-176.
11. Сментина Н. В., Хусаїнов Р. В. Соціальна відповідальність вищих навчальних закладів: концептуальний аналіз. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. No9(2). С. 20-25.
12. Савицька Н. Л. Освіта і господарський розвиток: теоретико-методологічне осмислення базових категорій. *Економіка. Управління. Інновації*. 2014. No 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_2_52.
13. Панчишин С. М., Гринькевич О. С. Поняттєвий апарат інституційного аналізу конкурентоспроможності системи вищої освіти. *Економіка розвитку*. 2017. No 1(81). С. 50-58.
14. Буряк Г. Інститути розвитку відносин власності у класифікації бізнес-середовища. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2012. Випуск 105. Ч. II. С. 26-28.
15. Керівництво до Своду знань з управління проектами. *Керівництво PMBOK*. 5-е вид. Pennsylvania: Project Management Institute, Inc., 2013. 614 с.
16. Strauss W. *Generations : The History of America's Future, 1584 to 2069* / William Strauss, Neil Howe. New York : Morrow, 1991. 538 p.

References

1. Economic Strategy of Ukraine 2030, "Ukraine - learning nation". *Ukrainian Institute of the Future* [Ekonomichna Stratehiia Ukrainy 2030, «Ukraina – learning nation»], available at : <https://strategy.uifuture.org/ukraina-learning-nation.html>
2. The Times Higher Education World University Rankings 2019, available at : https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2019/world-ranking#!/page/0/length/25/sort_by/rank/sort_order/asc/cols/stats
3. QS World University Rankings 2019, *QS Top Universities*, available at : <https://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2019>
4. Best Global Universities Rankings, *US News and World Report Education*, available at : <https://www.usnews.com/education/best-global-universities/rankings>

5. Simms, C., Chapleo, C. (2010), Stakeholder analysis in higher education: a case study of the University of Portsmouth, *Perspectives, Policy and Practice in Higher Education*, No 14 (1), P. 12–20.
6. Mainardes, E., Alves, H., Raposo, M. (2010), An Exploratory Research on the Stakeholders of a University, *Journal of Management and Strategy*, Vol. 1, No 1, P. 66–88, available at : <http://dx.doi.org/10.5430/jms.v1n1p76>.
7. Schüller, D., Chalupský, V. (2012), Marketing Communication Management to Higher Education Institutions, *Acta Univ, Bohem, Merid*, No 15(2), P. 61-69.
8. Marić, I. (2013), Stakeholder analysis of higher education institutions. *Interdisciplinary Description of Complex Systems*, No 11(2), P. 217-226, available at : <https://hrcak.srce.hr/file/148291>
9. Sharov, A. I. (2012), Development of a toolkit for research into the viability of an educational project and its possible multiplier effect [Pobudova instrumentariyu doslidzhennya zhy'ttyespromozhnosti osvith'ogo proektu ta jogo mozhly'vogo mul'ty'plikaty'vnogo efektu], *Project management and production development*, No2(42), P. 1-9.
10. Ty'moshenkov, I. V., Nashhekina, O. M. (2012), Subjects, Agents, Actors, and Stakeholders in Economic Studies in Education [Sub'yekty', agenty', aktory' i steykholdery' v ekonomichny'x doslidzhennyax osvity', Vcheni zap. Xark. gumanit. un-tu «Nar. ukr. akad.»], *Education: traditions and innovations in the face of social change*, X., T. 18, kn. 1, P. 167-176.
11. Smenty'na, N. V., Xusainov, R. V. (2014), Social responsibility of higher education institutions: a conceptual analysis [Social'na vidpovidal'nist' vy'shhy'x navchal'ny'x zakladiv: konceptual'ny'j analiz], *Scientific Bulletin of Kherson State University*, No9(2), P. 20-25.
12. Savy'cz'ka, N. L. (2014), Education and economic development: theoretical and methodological understanding of basic categories [Osvita i gospodars'ky'j rozvy'tok: teorety'ko-metodologichne osmy'slennya bazovy'x kategorij], *Economy. Management. Innovation*, No 2, available at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_2_52.
13. Panchy'shy'n, S. M., Gry'n'kevy'ch, O.S. (2017), Conceptual apparatus of the institutional analysis of the competitiveness of the higher education system. [Ponyattyevy'j aparat insty'tucijnogo analizu konkurentospromozhnosti sy'stemy' vy'shhoyi osvity'], *Economics of development*, No 1(81), P. 50-58.
14. Buryak, G. (2012), Institutes for the development of property relations in the classification of business environment [Instytuty rozvytku vidnosyn vlasnosti u klasyfikatsii biznes-seredovyshcha], *Topical problems of international relations*, Issue 105, Part II, P. 26-28.
15. Guide to the Project Management Knowledge Code (2013), [Kerivnytstvo do Cvodu znan z upravlinnia proektamy], *PMBOK Guide*, The 5th species, Pennsylvania: Project Management Institute, Inc., 614 p.
16. Strauss, W. (1991), *Generations : The History of America's Future, 1584 to 2069* / William Strauss, Neil Howe, New York : Morrow, 538 p.

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 338.46:378:[330.117:330.161]; JEL Classification: I230

Третяк В.П., Чупова Д.Р. УРАХУВАННЯ БАЛАНСУ ІНТЕРЕСІВ КЛЮЧОВИХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ ПРИ ФОРМУВАННІ СУЧАСНОГО БІЗНЕС СЕРЕДОВИЩА ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Мета дослідження полягає в визначенні основних стейкхолдерів у сфері вищої освіти, пошуку шляхів ефективної взаємодії з однією з найважливіших категорій - «студент», з ціллю налагоджування та підтримки довгострокових взаємовідносин для впровадження принципово нових можливостей, що в майбутньому забезпечить формування сучасного бізнес середовища та підвищить конкурентний статус закладу вищої освіти. **Методика дослідження.** Для досягнення поставленої мети були використані наступні загальнонаукові та спеціальні методи і прийоми дослідження: методи узагальнення та абстрагування – для виявлення сутності взаємозв'язку основних стейкхолдерів на ринку освітніх послуг, виділення категорій стейкхолдерів та описання сутності цих категорій; методи аналізу і синтезу для формування способів взаємодій зі студентами покоління Z та розробки варіантів реалізації цих взаємодій. **Результати дослідження.** В процесі дослідження ринку освітніх послуг було виділено ключових стейкхолдерів ЗВО та проаналізовано групи стейкхолдерів – студенти та науково-педагогічні працівники. Було визначено, що для більш ефективної взаємодії зі студентами покоління Z, необхідно впроваджувати такі способи навчання, які будуть зрозумілі, а головне цікаві студентам, а саме: заснування дистанційних курсів, мікро-уроків, взаємодії з соціальними мережами, гейміфікації, відеоматеріалів, персоналізації освітніх програм та ін. **Наукова новизна.** В результаті дослідження запропоновано схему взаємодії категорій стейкхолдерів з закладом вищої освіти. Виявлено взаимозв'язок ключових стейкхолдерів – студенти та науково-педагогічні працівники, що дозволило уточнити характеристику сучасного «портрету» студента покоління Z. Запропоновано новітні методи взаємодії зі студентами покоління Z та варіанти реалізації цих взаємодій. **Практична значущість** полягає в тому, що методичні підходи, теоретичні висновки та практичні рекомендації можуть бути використані у процесі формування сучасного бізнес середовища закладів вищої освіти, та дозволить урахувувати баланс інтересів ключових стейкхолдерів за рахунок зменшення розривів в їх інтересах.

Ключові слова: стейкхолдери; бізнес середовище; заклад вищої освіти; студенти; науково-педагогічні працівники; студенти покоління Z; шляхи навчання центеніалів.

УДК 338.46:378:[330.117:330.161]; JEL Classification: I230

Третяк В.П., Чупова Д.Р. УЧЕТ БАЛАНСА ИНТЕРЕСОВ КЛЮЧЕВЫХ СТЕЙКХОЛДЕРОВ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ

СОВРЕМЕННОЙ БИЗНЕС СРЕДЫ УЧРЕЖДЕНИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Цель исследования заключается в определении основных стейкхолдеров в сфере высшего образования, поиска путей эффективного взаимодействия с одной из важнейших категорий - «студент», с целью налаживания и поддержания долгосрочных взаимоотношений для внедрения принципиально новых возможностей, которые в будущем обеспечат формирование современной бизнес среды и повысят конкурентный статус учреждения высшего образования. **Методика исследования.** Для достижения поставленной цели были использованы следующие общенаучные и специальные методы и приемы исследования: методы обобщения и абстрагирования - для выявления сущности взаимосвязи основных стейкхолдеров на рынке образовательных услуг, выделение категорий стейкхолдеров и описание сущности этих категорий; методы анализа и синтеза - для формирования способов взаимодействия со студентами поколения Z и разработки вариантов реализации этих взаимодействий. **Результаты исследования.** В процессе исследования рынка образовательных услуг было выделено ключевых стейкхолдеров УВО и проанализированы группы стейкхолдеров – студенты и научно-педагогические работники. Было определено, что для более эффективного взаимодействия со студентами поколения Z, необходимо внедрять такие способы обучения, которые будут понятны, а главное интересные студентам, а именно: использование дистанционных курсов, микро-уроков, взаимодействие с социальными сетями, геймификация, видеоматериалы, персонализация образовательных программ и др. **Научная новизна.** В результате исследования предложена схема взаимодействия категорий стейкхолдеров с заведением высшего образования. Выявлено взаимосвязь ключевых стейкхолдеров – студентов и научно-педагогических работников, что позволило уточнить характеристику современного «портрета» студента поколения Z. Предложено новейшие методы взаимодействия со студентами поколения Z и варианты реализации этих взаимодействий. **Практическая значимость** заключается в том, что методические подходы, теоретические выводы и практические рекомендации могут быть использованы в процессе формирования современной бизнес среды высших учебных заведений, и позволит учитывать баланс интересов ключевых стейкхолдеров за счет уменьшения разрывов в их интересах.

Ключевые слова: стейкхолдеры; бизнес среда; учреждение высшего образования; студенты; научно-педагогические работники; студенты поколения Z; пути обучения центениалов.

UDC 338.46:378:[330.117:330.161]; JEL Classification: I230

Tretyak V. P., Chupova D. R. THE BALANCE OF KEY STAKEHOLDERS' INTERESTS IN THE FORMATION OF MODERN BUSINESS ENVIRONMENT IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

The purpose of the study is to identify major stakeholders in higher education, to find ways of effective interaction with one of the most important categories - "student", with the aim of establishing and maintaining long-term relationships for the introduction of fundamentally new opportunities, which in the future will create modern business environment and increase a competitive status status of a higher education institution. **Methodology of research.** The following general scientific and specific research methods and techniques were used: generalization and abstraction methods in order to identify the essence of the main stakeholders in the educational services market, to identify categories of stakeholders and to describe the essence of these categories; analysis and synthesis methods in order to form the ways of interaction with students of generation Z and develop of variants of realization of these interactions. **Findings.** During the study of the market for educational services, key stakeholders of the University were identified and groups of stakeholders, students and research staff, were analyzed. It has been determined that in order to interact more effectively with students of Generation Z, it is necessary to introduce such learning methods that will be understood and, above all, will interest students, namely: the establishment of distance courses, micro-lessons, interaction with social networks, gamification, video materials, personalization of educational programs and others. **Originality.** As a result of the research, a scheme of interaction of categories of stakeholders with higher education institution was proposed. The interrelation between key stakeholders - students and teaching staff - was revealed, which made it possible to clarify the characterization of a contemporary portrait of a student of generation Z. **Practical value** is that methodological approaches, theoretical conclusions and practical recommendations can be used in the process of forming modern business environment of higher education institutions, and they will allow to balance the interests of key stakeholders by reducing the gaps in their interests.

Key words: stakeholders; business environment; higher education institution; students; teaching staff; students of Generation Z; ways of learning centennials.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Третяк Вікторія Павлівна – доктор економічних наук, доцент, ННІ «Каразінська школа бізнесу», завідувач кафедри управління та адміністрування; м. Харків, Україна; e-mail: v.tretiak@karazin.ua; Моб. +380(67) 577 27 33.

Третьяк Виктория Павловна – доктор экономических наук, доцент, УНИ «Каразинская школа бизнеса», заведующая кафедрой управления и администрирования, г. Харьков, Украина.

Tretyak Viktoriia – Doctor of Economics, Associate Professor, Karazin Business School, Head of the Department of Management and Administration.

Чупова Дар'я Русланівна – студентка 2-го курсу Магістратури, ННІ «Каразінська школа бізнесу», м. Харків, Україна; e-mail: chupova.daria@gmail.com; Моб. +380(66) 88 374 50.

Чупова Дарья Руслановна - студентка 2-го курса Магистратуры, УНИ «Каразинская школа бизнеса», г. Харьков, Украина.

Chupova Daria – a student of the 2nd year of the Magistracy, Karazin Business School, Kharkiv, Ukraine.

ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ**Фёдорова В.А., к.э.н., доцент****Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет;****Кирчатая И.Н., к.э.н., доцент****Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет**

Постановка проблемы. Стремительный рост конкуренции на рынке товаров и услуг вынуждает предприятия задумываться о том, как они воспринимаются их целевыми группами. Сформировать в сознании целевых групп устойчивый образ предприятия, обеспечивающий видение в нем преимуществ, отсутствующих у конкурентов, позволяет наличие положительного имиджа. Таким образом, проблема формирования имиджа предприятия становится особо актуальной. Построение эффективного имиджа предприятия предполагает знание процесса его формирования. В связи с этим возникает задача обоснования содержания и последовательности работ при формировании имиджа предприятия.

Анализ последних исследований и публикаций. Анализ литературных источников [1-10] позволил сделать вывод, что в настоящее время среди исследователей нет единства мнений относительно количества и содержания этапов процесса формирования имиджа предприятия (табл. 1).

Таблица 1

Сравнительная характеристика этапов процесса формирования имиджа предприятия в различных исследованиях

Автор	Количество этапов	Содержание этапов
1	2	3
Шкардун В.Д., Ахтямов Т.М. [1, с. 70]	6	1) анализ маркетинговой среды предприятия и выделение целевых групп общественности; 2) формирование набора наиболее существенных имиджеобразующих факторов для каждой из целевых групп общественности; 3) разработка желаемого образа предприятия (с точки зрения установленных стратегических целей) для каждой целевой группы общественности; 4) оценка состояния имиджа предприятия в каждой из целевых групп общественности; 5) разработка и реализация плана мероприятий по формированию позитивного имиджа предприятия в сознании целевых групп; 6) контроль достигаемых результатов и коррекция (при необходимости) плана
Блинов А.О., Захаров В.Я. [2, с. 38]	5	1) измерение имиджа: какой он? 2) оценка имиджа: что должно быть сделано? 3) разработка программы построения имиджа: как это будет сделано? 4) осуществление программы; 5) повторное измерение имиджа: какой он теперь?
Алешина И.В. [3, с. 52]; Ильяшенко С.М., Колодка А.В. [4]	3	1) формулировка видения, корпоративной миссии; 2) определение корпоративной индивидуальности, или «личности» предприятия; 3) формирование корпоративной идентичности (системы коммуникативных средств, отражающих индивидуальность компании)

Продовження таблиці 1

1	2	3
Рид С. [5, с. 89]	3	1) формулировка фирменного стиля предприятия; 2) оценка текущих действий; 3) применение корпоративного имиджа к текущим вопросам
Федотова И.В., Алюкаева В.Е. [6, с. 68]	5	1) оценка существующего имиджа предприятия; 2) разработка концепции имиджа; 3) формирование внешнего имиджа предприятия; 4) формирование внутреннего имиджа предприятия; 5) контроль выполнения имидж-программ предприятия
Джи Б. [7]	6	1) определение цели формирования корпоративного имиджа; 2) определение целевой аудитории, подробное ее изучение; 3) разработка концепции корпоративного имиджа; 4) оценка возможностей фирмы для формирования заявленного корпоративного имиджа; 5) формирование, внедрение и закрепление корпоративного имиджа в сознании потребителя; 6) оценка состояния корпоративного имиджа, контроль реализации программы
Горчакова Р.Р. [8, с. 188]	4	1) оценка первоначального имиджа; 2) разработка плана по развитию (улучшению) имиджа; 3) реализация разработанного плана; 4) оценка сформированного имиджа
Семенчук Т.Б., Басараб Н.А. [9, с. 475]	4	1) оценка начального имиджа; 2) разработка плана по развитию (улучшению имиджа); 3) реализация созданного плана; 4) оценка сформированного имиджа
Антонова Н.В. [10, с. 475]	6	1) формулировка имиджевых целей; 2) анализ имиджевой аудитории; 3) прорисовка имиджевых характеристик; 4) соотнесение наличных и желаемых характеристик; 5) выбор средств самопрезентации организации; 6) воплощение имиджа в реальной жизни

Так, Шкардун В.Д. и Ахтямов Т.М. [1], Джи Б. [7], Антонова Н.В. [10, с. 475] предлагают начинать формирование имиджа предприятия с анализа его маркетинговой среды и выделения целевых групп. То есть первостепенным шагом, по их мнению, является определение предпочтений целевой аудитории и формирование на этой основе желаемого образа предприятия. В то же время такие исследователи как Рид С. [5], Алешина И.В. [3]; Ильяшенко С.М., Колодка А.В. [4] считают, что формирование имиджа следует начинать с конструирования желаемого образа предприятия, а уже потом разрабатывать мероприятия по его донесению до целевых групп.

Блинов А.О., Захаров В.Я. [2], Федотова И.В., Алюкаева В.Е. [6], Горчакова Р.Р. [8], Семенчук Т.Б., Басараб Н.А. [9, с. 475] в качестве начального этапа предлагают осуществлять оценку существующего имиджа предприятия, то есть исходят из того, что у предприятия имидж уже сформирован, если не целенаправленно, то стихийно. Исходя из результатов оценки, производится либо корректировка имиджа предприятия, либо поддержание его на достигнутом уровне.

Как показал анализ литературных источников, одна группа авторов [1, 3-5, 7] исходит из того, что имидж предприятия изначально не сформирован, и его нужно формировать или на основе собственных предпочтений, или на основе предпочтений целевых групп; а другая [2, 6, 8, 9] – что имидж уже

сформирован, и его нужно или поддерживать на достигнутом уровне, или корректировать. В основе данного разделения лежит разное понимание способа формирования имиджа предприятия. Одни исследователи считают, что имидж полностью зависит от действий предприятия, и создается им целенаправленно, а другие – рассматривают возможность стихийного формирования имиджа под воздействием факторов, на которые предприятие полностью повлиять не может (при этом предприятию нужно определить свой имидж и при необходимости его скорректировать).

В работе [11] обосновано, что имидж формируется предприятием целенаправленно. То есть имидж является тем желаемым образом, который предприятие хочет предложить целевым группам, показывает, каким оно хочет себя видеть в глазах данных групп. Именно предприятие контролирует и решает, каким будет данный образ на основе анализа информации о предпочтениях целевых групп, а также установленных стратегических целей. Из этого следует вывод, что имидж формируется предприятием при выходе на рынок, то есть на стадии зарождения жизненного цикла. Либо же на стадии спада, когда имидж требует кардинальной перестройки. В дальнейшем задача предприятия сводится либо к улучшению, либо к поддержанию имиджа на достигнутом уровне за счет его корректировки в соответствии со стадией жизненного цикла (роста или зрелости).

Таким образом, исследователи, поддерживающие первый подход, описывают процесс формирования имиджа предприятия на стадии зарождения либо спада, а второй – на стадиях роста или зрелости.

В связи с этим предлагается при обосновании этапов процесса формирования имиджа предприятия исходить из того, на какой стадии жизненного цикла находится предприятие.

Нерешённые составляющие общей проблемы. Мнения исследователей расходятся относительно количества и содержания этапов процесса формирования имиджа предприятия. При этом при реализации процесса не учитывается стадия жизненного цикла предприятия.

Формулирование цели статьи. Усовершенствовать процесс формирования имиджа предприятия на основе учета в нем стадии жизненного цикла предприятия.

Изложение основного материала исследования. Для обоснования процесса формирования имиджа предприятия предлагается воспользоваться методологией структурного анализа IDEF0, которая предполагает построение контекстной и декомпозиционной диаграммы процесса.

Построение контекстной диаграммы позволяет дать общее описание исследуемого процесса как единого целого без его разделения на составные части. При этом процесс представляется в виде функционального блока со сторонами, имеющими следующие значения: левая – «вход», правая – «выход», верхняя – «управление», нижняя – «механизм».

Процесс формирования имиджа предприятия реализуется на основе информации о стадии жизненного цикла предприятия, а также его миссии и цели (рис. 1).

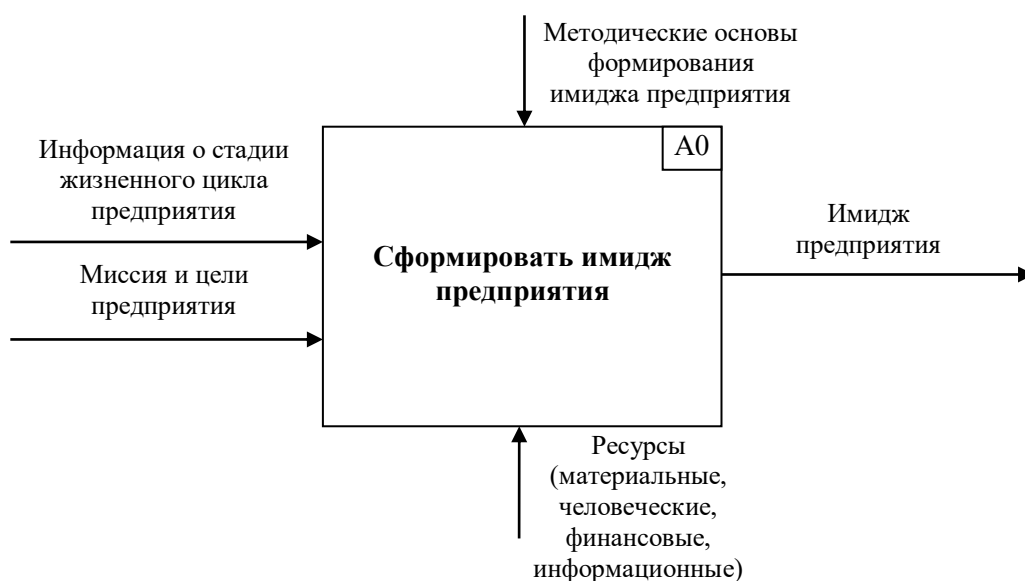


Рис. 1. Контекстная диаграмма процесса формирования имиджа предприятия

В качестве «механизма» выступают все имеющиеся у предприятия виды ресурсов (материальные, человеческие, финансовые, информационные). При реализации процесса предприятие руководствуется методическими основами формирования имиджа предприятия. «Выходом» процесса является достигнутый уровень имиджа предприятия.

Отобразить внутреннее строение исследуемого процесса позволяет построение его декомпозиционной диаграммы (рис. 2-3). Если предприятие находится на стадии зарождения (выходит на рынок) или же на стадии спада жизненного цикла (когда имидж требует кардинальной перестройки), то первым этапом процесса формирования имиджа предприятия является определение целей формирования имиджа (рис. 2).

Далее осуществляется анализ маркетинговой среды предприятия и выделение целевых групп. Под целевыми группами понимаются субъекты, непосредственно взаимодействующие с предприятием либо оказывающие на него определенное влияние (работники предприятия, клиенты, контактные аудитории и т.д.), для которых собственно и разрабатывается имидж. Изучение особенностей целевой аудитории позволяет предприятию разработать концепцию имиджа предприятия. Поскольку ресурсы любого предприятия являются ограниченными, необходимо оценить наличие возможностей для формирования заявленного имиджа.

Если же предприятие уже некоторый период существует на рынке и находится на стадии роста или зрелости, то на первом этапе осуществляется оценка его имиджа (рис. 3). На основе полученной информации об уровне имиджа предприятия, а также текущей стадии жизненного цикла разрабатывается план мероприятий по улучшению (на стадии роста) или поддержанию (на стадии зрелости) имиджа в сознании целевых групп.

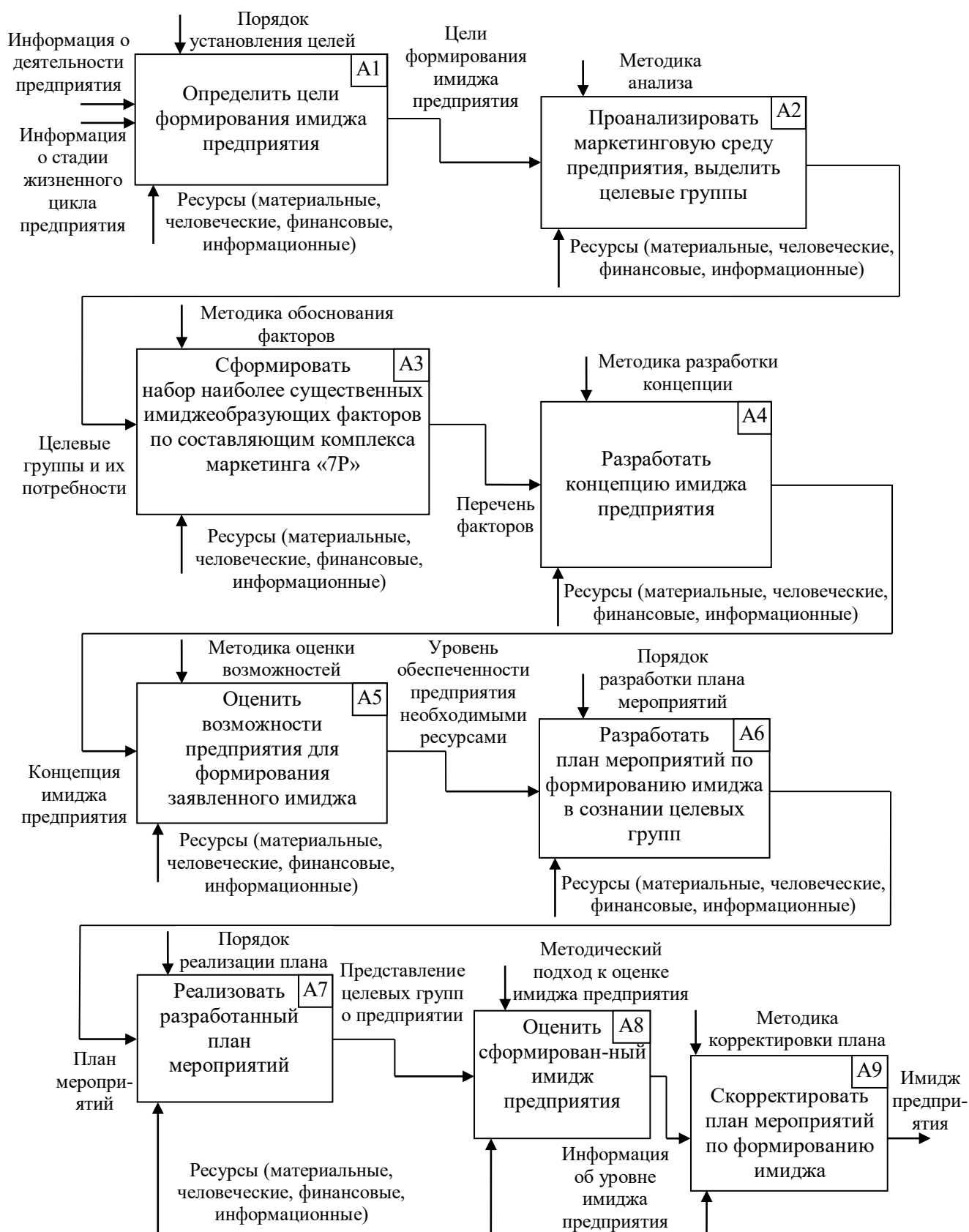


Рис. 2. Декомпозиционная диаграмма процесса формирования имиджа предприятия первого уровня (на стадии зарождения и спада жизненного цикла)



Рис. 3. Декомпозиционная диаграмма процесса формирования имиджа предприятия первого уровня (на стадии роста и зрелости жизненного цикла)

Далее осуществляется разработка плана мероприятий по формированию имиджа в сознании целевых групп. Целевая аудитория воспринимает сконструированный имидж предприятия с помощью четырех сенсорных каналов: визуального, слухового, обонятельного и осязательного. В связи с этим осуществляется перевод требуемых характеристик предприятия в вербальную, визуальную, событийную и контекстную формы. Воздействие на сенсорные каналы осуществляется с помощью инструментов комплекса маркетинга [12]. Для предприятий сферы услуг комплекс маркетинга включает семь элементов: физическое окружение, контакты с персоналом, цена, услуга, распределение, коммуникации, процесс). С целью определения того, насколько сконструированный имидж предприятия соответствует ожиданиям целевых групп, осуществляется его оценка. По ее результатам предприятие осуществляет контроль достигнутых результатов и при необходимости – корректировку имиджа.

Данный план разрабатывается, исходя из текущего уровня имиджа, а также стадии жизненного цикла предприятия. То есть осуществляется формирование услуги, выбор ценовой политики, формируется физическое окружение, налаживается процесс предоставления и распределения услуг, обеспечивается продвижение услуг. Далее осуществляется реализация разработанного плана, а также контроль его реализации.

Выводы из проведенного исследования. Таким образом, усовершенствован процесс формирования имиджа предприятия, разработанный с использованием методологии функционального моделирования IDEF0. В отличие от существующих, данный процесс предполагает учет стадии жизненного цикла предприятия.

Перечень ссылок

1. Шкардун В. Д., Ахтямов Т. М. Оценка и формирование корпоративного имиджа предприятия. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2001. № 3. С. 68-77.
2. Блинов А. О., Захаров В. Я. Имидж организации как фактор ее конкурентоспособности. *Менеджмент в России и за рубежом*. 2003. № 4. С. 35-44.
3. Алешина И. Корпоративный имидж. *Маркетинг*. 1998. № 1. С. 50-54.
4. Ілляшенко С. М., Колодка А. В. Імідж організації як економічна категорія: сутність, зміст, основні етапи формування. *Прометей*. 2012. №2(38). С. 164-170.
5. Рид С. Эффективно ли вы поддерживаете свой корпоративный имидж? *Маркетинг*. 2008. №6. С. 86-90.
6. Федотова И. В., Алюкаева В. Е. Процесс формирования имиджа автотранспортного предприятия. *Економіка транспортного комплексу: зб. наук. праць*. Вип. 17. Х. : ХНАДУ, 2011. С. 62-74.
7. Джи Б. Имидж фирмы: планирование, формирование, продвижение. М. : «Центр», 1999. 273 с.

8. Горчакова Р.Р. Особенности формирования корпоративного имиджа. *Известия высших учебных заведений. Поволжский регион*. 2012. № 2 (22). С. 185-192.

9. Семенчук Т. Б., Басараб Н. А. Формування іміджу підприємства. *Економіка і суспільство*. Випуск № 7. 2016. С. 473-477.

10. Антонова Н. В. Психология массовых коммуникаций: учебник и практикум для академического бакалавриата. М.: Издательство Юрайт, 2019. 373 с.

11. Федорова В. О. Формування іміджу автотранспортного підприємства: монографія. Харків: ХНАДУ, 2017. 120 с.

12. Шинкаренко В. Г. Особенности комплекса маркетинга в предприятиях транспорта. *Вісник економіки і промисловості*. 2012. № 38. С. 361-365.

References

1. Shkardun, V. D., Akhtyamov, T. M. (2001), Assessment and formation of the enterprise corporate image [Ocenka i formirovanie korporativnogo imidzha predpriyatija], *Marketing in Russia and abroad*, No 3, P. 68-77.

2. Blinov, A. O., Zakharov, V. Ya. (2003), The organization image as a factor in its competitiveness [Imidzh organizatsii kak faktor ee konkurentosposobnosti], *Management in Russia and abroad*, No. 4, P. 35-44.

3. Aleshina, I. (1998), Corporate image [Korporativnyj imidzh], *Marketing*, No 1, P. 50-54.

4. Ilyashenko, S.M., Kolodka, A.V. (2012), The organization image as an economic category: essence, content, main stages of formation [Imidzh orhanizatsii yak ekonomichna katehoriia: sutnist, zmist, osnovni etapy formuvannia], *Prometheus*, No 2 (38), P. 164-170.

5. Reed, S. (2008), Do you effectively maintain your corporate image [Jeffektivno li vy podderzhivaete svoj korporativnyj imidzh], *Marketing*, No 6, P. 86-90.

6. Fedotova, I. V., Alyukaeva, V. E. (2011), The process of motor transport enterprise image building [Process formirovanija imidzha avtotransportnogo predpriyatija], *Economy of a transport complex*, Issue No 17, Kh.: KHNADU, P. 62-74.

7. Gee, B. (1999), The company image: planning, formation, promotion [Imidzh firmy: planirovanie, formirovanie, prodvizhenie], M.: "Center", 273 p.

8. Gorchakova, R.R. (2012), Features of the corporate image formation [Osobennosti formirovanija korporativnogo imidzha], *News of higher educational institutions, Volga region*, No 2 (22), P. 185-192.

9. Semenchuk, T.B., Basarab, N.A. (2016), Formation of enterprise image [Formuvannia imidzhu pidpriemstva], *Economy and society*, Issue No 7, P. 473-477.

10. Antonova, N. V. (2019), The Psychology of Mass Communications [Psihologija massovyh kommunikacij], A Textbook and Workshop for Academic Baccalaureate, M.: Publishing house Yurayt, 337 p.

11. Fedorova, V. A. (2017), Formation of motor transport enterprise image [Formuvannia imidzhu avtotransportnoho pidpriemstva], monograph, Kharkov: KhNADU, 120 p.

12. Shynkarenko, V. G. (2012), Features of the marketing mix in transport enterprises [Osobennosti kompleksa marketinga v predpriyatijah transporta], *News of Economy and Promotationality*, No 38, P. 361-365.

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 339.138; JEL Classification: M 31

Федорова В.О., Кирчата І.М. ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА

Мета: удосконалити процес формування іміджу підприємства на основі врахування в ньому стадії життєвого циклу підприємства. **Методика дослідження:** методологія функціонального моделювання IDEF0 – для графічного представлення складу та структури процесу формування іміджу підприємства в залежності від стадії його життєвого циклу. **Результати дослідження:** в статті обґрунтовано, що зміст та послідовність етапів процесу формування іміджу підприємства зумовлюється стадією його життєвого циклу. Доведено, що, імідж формується підприємством «з нуля» у двох випадках: 1) на стадії зародження при виході підприємства на ринок; 2) на стадії занепаду, коли імідж вимагає кардинальної перебудови. При переході на наступні стадії завдання підприємства зводиться або до поліпшення іміджу (на стадії зростання), або до його підтримки на досягнутому рівні (на стадії зрілості). При цьому створення, поліпшення або підтримання іміджу повинно здійснюватися за рахунок використання заходів, виділених за елементами комплексу маркетингу, які відповідають поточній стадії життєвого циклу та рівню іміджу підприємства. Таким чином, запропоновано процес формування іміджу підприємства, кількість і зміст етапів якого визначається стадією життєвого циклу підприємства. Моделювання процесу здійснено на підставі графічної нотації IDEF0. **Наукова новизна:** удосконалено процес формування іміджу підприємства, представлений з використанням методології функціонального моделювання IDEF0, який, на відміну від існуючих, передбачає врахування стадії життєвого циклу підприємства. **Практична значущість:** знання послідовності і змісту етапів процесу формування іміджу дозволить підприємству сконструювати бажаний образ, який гарантує тривале функціонування та успіх на ринку.

Ключові слова: імідж підприємства; процес формування; методологія IDEF0; стадія життєвого циклу підприємства; створення; поліпшення; підтримання; елементи комплексу маркетингу.

УДК 339.138; JEL Classification: M 31

Федорова В.А., Кирчатая И.Н. ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ

Цель: усовершенствовать процесс формирования имиджа предприятия на

основе учета в нем стадии жизненного цикла предприятия. **Методика исследования:** методология функционального моделирования IDEF0 – для графического представления состава и структуры процесса формирования имиджа предприятия в зависимости от стадии его жизненного цикла. **Результаты исследования:** в статье обосновано, что содержание и последовательность этапов процесса формирования имиджа предприятия обусловлены стадией его жизненного цикла. Доказано, что имидж формируется предприятием «с нуля» в двух случаях: 1) на стадии зарождения при выходе предприятия на рынок; 2) на стадии спада, когда имидж требует кардинальной перестройки. При переходе на последующие стадии жизненного цикла задача предприятия сводится либо к улучшению имиджа (на стадии роста), либо к его поддержанию на достигнутом уровне (на стадии зрелости). Создание, улучшение или поддержание имиджа должно осуществляться за счет использования мероприятий, выделенных по элементам комплекса маркетинга, которые соответствуют текущей стадии жизненного цикла и уровню имиджа предприятия. Таким образом, предложен процесс формирования имиджа предприятия, количество и содержание этапов которого определяется стадией жизненного цикла предприятия. Моделирование процесса осуществлено на основе графической нотации IDEF0. **Научная новизна:** усовершенствован процесс формирования имиджа предприятия, представленный с использованием методологии функционального моделирования IDEF0, который, в отличие от существующих, предполагает учет стадии жизненного цикла предприятия. **Практическая значимость:** знание последовательности и содержания этапов процесса формирования имиджа позволит предприятию сконструировать желаемый образ, гарантирующий длительное функционирование и успех на рынке.

Ключевые слова: имидж предприятия; процесс формирования; методология IDEF0; стадия жизненного цикла предприятия; создание; улучшение; поддержание; элементы комплекса маркетинга.

UDC 339.138; JEL Classification: M 31

Fedorova V.A., Kirchataya I.N. THE PROCESS OF ENTERPRISE IMAGE FORMING

Purpose: to improve the process of the enterprise image forming on the basis of taking into account the stage of enterprise life cycle. **Methodology of research:** IDEF0 functional modeling method – for a graphical representation of the composition and structure of the image formation process of the enterprise, depending on the stage of its life cycle. **Findings:** the article substantiates that the content and sequence of stages of the process of the enterprise image forming are determined by the stage of its life cycle. It is proved that the image is formed by the enterprise “from scratch” in two cases: 1) at the stage of launch when the enterprise enters the market; 2) at the stage of decline, when the image requires a fundamental restructuring. In the transition to the subsequent stages of the life cycle, the task of the enterprise is either to improve the image (at the growth stage), or to maintain it at

the achieved level (at the maturity stage). Creation, improvement or maintenance of the image should be carried out through the use of activities identified by the elements of the marketing mix, which correspond to the current stage of the life cycle and the level of the enterprise image. Thus, the process of the enterprise image forming is proposed, the number and content of the stages of which are determined by the stage of the enterprise life cycle. Modeling of the process is based on graphical notation IDEF0. **Originality:** the process of the enterprise image forming has been improved. It has been presented using the function modeling method IDEF0. It is different from the existing ones as it takes into account enterprise's life cycle stages. **Practical value:** knowledge of the sequence and content of the stages of the image formation process will allow the enterprise to construct the desired image, which guarantees long-term functioning and success in the market.

Key words: enterprise image; formation process; IDEF0 method; stage of the enterprise life cycle; creation; improvement; maintenance; elements of the marketing mix.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Федорова Вікторія Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: pobedavictory5@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2318-2153>.
Моб. (066) 345-66-81

Федорова Виктория Александровна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина

Fedorova Viktoriya – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Kharkov National Automobile and Highway University, Associate Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkov, Ukraine

Кирчата Ірина Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: kirchatayairina@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0270-1586>.
Моб. (050) 669-00-96

Кирчатая Ирина Николаевна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина

Kirchataya Irina Nikolaevna – Candidate of Science (Economics), Associate Professor, Kharkov National Automobile and Highway University, Associate Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkov, Ukraine

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Збірник наукових праць

Харківського національного автомобільно-дорожнього університету

№ 2 (23) – 2019

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації

КВ№23528-13368ПП від 02.08.2018 р.,

видане Державною реєстраційною службою України

Відповідальна за випуск

Блага В.В.

В авторській редакції