

**Міністерство освіти і науки України**  
**Київський національний торговельно-економічний університет**  
Харківський національний педагогічний університет імені Г.С.Сковороди  
**Харківський торговельно-економічний коледж**  
**Київського національного торговельно-економічного університету**  
Торговельно-економічний коледж КНТЕУ (м. Київ)  
Харківський державний університет харчування та торгівлі  
Харківська школа харчування та корегування ваги (Україна)  
Wyzsza Szkola Hotelarstwa i Gastronomii w Poznaniu (Польща)  
Taste of Peace (Ізраїль)  
Національний комерційний коледж при Молдовській економічній академії  
(м. Кишинів, Молдова)  
HCC (Higher Educational Center) Faculty for International Tourism and Hospitality  
Management (Монтенегро, Чорногорія)  
KES Colledge (Нікосія, Кіпр)  
Lycee des métiers de l'hotellerie Jean Drouant (Париж, Франція)  
Yeniçağa Profesyonel Aşçılar Demeği (YEPAD)  
Marmara Üniversitesi Alman Dili ve Edebiyatı (Туреччина)

**Інноваційно-інвестиційна стратегія сталого розвитку**  
**України: сучасний стан та перспективи**

**Матеріали**  
**МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ**  
**КОНФЕРЕНЦІЇ**  
**ВИКЛАДАЧІВ, НАУКОВЦІВ ТА АСПІРАНТІВ**  
**Харківського торговельно-економічного коледжу**  
**Київського національного торговельно-економічного**  
**університету**  
**(29-31 травня 2018 року, м. Харків)**

За загальною редакцією Л.О. Радченко

Харків – 2018

**Інноваційно-інвестиційна стратегія сталого розвитку України: сучасний стан та перспективи: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. викладачів, науковців та аспірантів (29-31 травня 2018 р., м. Харків) за заг. ред. Л.О.Гадченко. – Х.: Вид. «Goodprint», 2018. – 198 с.**

До матеріалів увійшли тези доповідей учасників Міжнародної науково-практичної конференції Харківського торговельно-економічного коледжу Київського національного торговельно-економічного університету «Інноваційно-інвестиційна стратегія сталого розвитку України: сучасний стан та перспективи», в яких аналізуються основні детермінанти сталого розвитку, їх реалізація та перспективи в Україні. Підкреслюється, що центральною фігурою є людина, яка стає не об'єктом, а суб'єктом розвитку, особливим ресурсом, наділеним інтелектом. Тому в сучасних умовах знову підвищується роль вищої освіти в питаннях щодо удосконалення якості підготовки конкурентоспроможних фахівців.

Рекомендовано науковцям, викладачам, аспірантам, студентам і фахівцям-практикам закладів вищої освіти та усім зацікавленим проблематикою сталого розвитку України.

Тексти друкуються в авторській редакції українською, російською, англійською, турецькою мовами.

Автори несуть повну відповідальність за зміст і достовірність наданих до збірника матеріалів

Редакційна колегія:

Гадченко Л.О.	канд. іст. наук, професор;
Куртін С.М.	д-р пед. наук, професор;
Чайчюк Р.Ю.	д-р техн. наук, професор
Росстуха Г.В.	д-р юрид. наук, професор
Росстуха В.В.	д-р юрид. наук, професор
Гашшора В.І.	д-р іст. наук, професор
Гришук М.В.	д-р філос. наук, професор
Щеблякіна Т.А.	д-р пед. наук, професор
Гончаров А.Б.	канд. екон. наук, доцент
Гусенко Г.М.	канд. екон. наук, доцент
Крюкова О.М.	канд. екон. наук, доцент
Гадченко А.С.	канд. техн. наук, доцент
Руденко С.О.	канд. філос. наук
Семценко В.І.	канд. іст. наук, професор

**Наукова робота молоді – ефективна освіта, сильне суспільство: матеріали Міжнар.наук.-практ. конф. викладачів, наукових співробітників, аспірантів (29-31 травня 2018р.). – Х.: ХТІЕК КНТЕУ, 2018. – 198 с.**

Подані матеріали Міжнародної науково-практичної конференції викладачів, науковців та аспірантів «Інноваційно-інвестиційна стратегія сталого розвитку України: сучасний стан та перспективи»

**Тематичні напрями роботи секцій:**

1. Сучасний стан та перспективи інноваційно-інвестиційної моделі сталого розвитку національної економіки в системі Європетіонального співробітництва (соціально-гуманітарні дисципліни: історичні, економічні, соціальні, політологічні, географічні, педагогічні і т. д.)

2. Інноваційний підхід як гарант підвищення якості вищої освіти в контексті інтеграції України в європейський освітній простір (коло наук не виокремлюється)

рового контролю педагогічна рада коледжу з урахуванням видатків на стипендіальне забезпечення, затверджених навчальному закладу у встановленому порядку, визначає одиначковий для всіх відділень курсів та спеціальностей ліміт стипендіатів, яким буде призначатися академічна стипендія за результатами такого семестрового контролю. Цей показник встановлюється у відсотках (у діапазоні від 40 до 45) фактичної кількості студентів денної форми навчання, які навчаються за державним замовленням на певному відділенні, курсі за певною спеціальністю станом на перше число місяця, наступного за датою закінчення семестрового контролю згідно з навчальними планами для відповідних відділень, курсів та спеціальностей [2].

На сьогодні кошти, які виділяються державою для надання освітніх послуг на заклад, не вистачає на покриття базових статей витрат: підвищенням рівня мінімальної заробітної плати працівникам та стипендії студентам, нарахування на заробітну плату, підвищення тарифів за комунальні послуги.

Таким чином, бюджетні кошти та інші надходження на утримання коледжу, як закладу вищої освіти, повинні використовуватись насамперед на виплату заробітної плати та стипендії, оплату комунальних послуг та енергоносіїв, придбання предметів і матеріалів, укріплення матеріально-технічної бази.

#### Список літератури:

1. Закон України «Про вищу освіту» / Законодавство України // [Електронний ресурс] / Режим доступу <http://zakon1.rada.gov.ua>.
2. Постанова КМУ № 882 «Питання стипендіального забезпечення» зі змінами від 12.07.2004р. / Законодавство України // [Електронний ресурс] / Режим доступу <http://zakon1.rada.gov.ua>.

## ВПЛИВ ЗМІН У ЗОВНІШНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ НА РОЗВИТОК КОМПАНІЙ

**Василик С. К.** - канд. екон. наук,  
доцент кафедри менеджменту  
та бізнесу ХНЕУ імені Семена Кузнеця,  
викладач кафедри  
економіки та маркетингу ХТЕК КНТЕУ,  
*Аграрна економіка національний економічний університет  
імені Семена Кузнеця*

**Бріль М. С.** - канд. екон. наук,  
доцент кафедри політичної економії,  
*Аграрна економіка національний економічний університет  
імені Семена Кузнеця*

Розвиток і зростання компаній в теперішній час характеризується швидкими і непередбачуваними змінами, пов'язаними з необхідністю перегляду традиційних стратегічних концепцій. Характерною рисою сучасного бізнесу є зривання, особливо на висококонкурентних ринках, є те, коли нові компанії, навіть з інших навіть несуміжних секторів, швидко змінюють розподіл сил, а іноді і сам ринки. Змінюється навіть ідеологія стратегічної діяльності в області стратегічної гри (наприклад, шахів), коли гравець має на меті протидію найбільшому конкуренту або ринку з його нейтралізацію, до комп'ютерної мережевої гри, до якої постійно можуть долучатися нові гравці, тому в кожний конкретний період часу неможливо вичити всіх конкурентів.

У дослідженні досліджень П. Плошайського [1, 2], за останні 30 років зміни в бізнес середовищі викликані діями різних гравців, які при своїй появі не мали стосунку до бізнесу, зовнішнього середовища, або взагалі не мали на увазі використання бізнесу. Більше того, непоодинокими є випадки, коли нові компанії досягають успіху, не ставлячи на меті перемогти конкурентів, а запроваджуючи продукти і пос-

дуги на перетині галузей. «Сучасний світ є світом конвергенції продуктів, галузей, бізнес моделей і стратегій» [2].

Для забезпечення стабільної і стійкої діяльності в тривалій перспективі компанії мають відстежувати тенденції змін, що проходять у зовнішньому середовищі, аналізувати їх причини і наслідки. Одним з перших досліджень таких змін, що отримали назву «Мегатрендів» і аналіз їх наслідків здійснив Дж. Нейсбітт [3] в роботі «Мегатренди: десяти нових тенденцій, що змінюють наше життя». Зокрема, розглядається перехід «від індустріального суспільства – до інформаційного», «від національної економіки – до світової», «від ієрархії – до мережі» в організаційних структурах [3].

Найбільшої уваги при розробці стратегічних напрямків діяльності великих підприємств викликають, на думку авторів, наступні тенденції: зміни споживацьких настроїв і смаків, вичерпаність конкуренції, заснованій на диференціації товарів [4], вичерпаність традиційних ієрархічних структур управління [5], поява і стрімкий розвиток мережевих структур. Розглянемо, чим викликані і як діє кожна з цих тенденцій, а також які можливі шляхи їх врахування в діяльності компаній.

Аналіз демографічних тенденцій показує, що найближчим часом основна споживацька група стане іншою. Ці зміни стосуватимуться статі, віку і соціального статусу і стану споживачів. Вперше за всю історію людей старшого віку стане більше ніж молоді. За 2000-2010 чисельність населення у віці від 18 до 44 років, скоротилося на 1%, у той час як населення у віці від 55 до 64 років зросло майже на 47% [1]. Формування «нової споживацької більшості» вимагає відповідних змін у дизайні та споживацьких властивостях продукту, рекламних компаніях та фокус-груп маркетингових досліджень.

У поєднанні стають більш вимогливими, розраховують на зростання якості товарів, адаптації їх до власних потреб [4]. Їхнією рисою, що набуває розвитку є намагання виробити товар, продукт, послугу індивідуалізованою, тому взаємовідносини приймає зв'язків з споживачами є непростими і часто необхідною.

У нових висококонкурентних ринках, зокрема побутових техніки, радіоелектроніки, одягу, різниця між товарами, що вироблені різними виробниками, майже відсутня. Це не товарні – вже не конкурентна перевага а стандарт створений на ринку. В таких умовах уподобання споживачів працює як важкий політики лояльності, яку проводить фірма в рекламі. Можливим шляхом залучення і утримання споживачів є формування мереж, створення «клубів лояльності».

Стремительні зміни зовнішнього середовища торкнулась структура управління («від ієрархії – до мережі»). Жорсткі ієрархічні структури управління, що є характерними для великих компаній, суттєво обмежують їхню гнучкість. Тому великі підприємства мають зосередитись на процесах, що забезпечують основні конкурентні переваги, створюють нові унікальні продукти, а для допоміжних і забезпечують процесів створювати підприємства, що будуть їх реалізовувати. В таких умовах для забезпечення корпоративної ефективності процесу прийняття рішень, ідеологія управління з компанією велику вагу мають корпоративні стандарти. В стандартах має бути узагальнений досвід найкращих і найбільш ефективніших практик діяльності.

Ще однією тенденцією сучасного бізнесу є легкість і швидкість формування успіху компаній-новаторів. Новації в сфері виробництва довготривалої переваги перед конкурентами. Для забезпечення довготривалого успіху необхідно створити переваги, що не можуть бути скопійовані.

Для успішного функціонування і розвитку компанії мають аналізувати тенденції змін не тільки в межах галузі, а й проводити оцінку інших потенційних стратегічних можливостей, які можуть бути привабливими для споживачів.

#### Список літератури

1. Płoszajski P. Współczesne otoczenie organizacji / Podstawy zarządzania. – Warszawa, SGH, 2008. – s. 53-70.
2. Płoszajski Piotr. New Strategy for New Organization Digital University [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=RreiK1p9Dic>.
3. Naisbitt John. Megatrends: Ten new directions transforming our lives. – N.Y.: Warner Books, – 1982. – 290 с.
4. Лепейко Т. І. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник / Т. І. Лепейко, А. В. Котлик, І. О. Кінас. – Хмельницький: Вид. ХНЕУ, 2012. – 104 с.
5. Тищенко О. М. Стратегічне управління: Підручник / О. М. Тищенко, Т. М. Хміль, Т. М. Чечетова-Терашвілі та ін. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2009. – 280 с.

### СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДОСЯГНЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ

Голованова О.М. – спеціаліст 2 категорії  
викладач кафедри управління та адміністрування  
Харківський торговельно-економічний коледж КНТЕУ  
Левченко В.С. – студент, I курс, гр.О-1-17  
спец. «Облік і оподаткування»  
Харківський торговельно-економічний коледж КНТЕУ

Сучасний світ живе в умовах гострих соціальних проблем. Розуміння лідерами бізнесу своєї особливої, провідної ролі в житті країни привело до виникнення в кінці ХХ

сталося терміну «корпоративна соціальна відповідальність», який став найважливішою складовою поняття про соціальний розвиток не тільки бізнесу, а й людства в цілому.

Для ширшого розуміння соціальна відповідальність може бути представлена як система цінностей, заходів і процесів, що створюють на меті поширення позитивного впливу діяльності компанії в економічній, екологічній, соціальній сферах як усередині організації, так і в навколишньому середовищі. Реалізація соціально відповідальних стратегій може проявлятися не лише на зменшення та запобігання негативним наслідкам діяльності, а й на досягнення екологічного, економічного та соціального ефектів (так звана «тристоронній позитивний вплив»)[1]. В нашому дослідженні це може розглядатися як основу підвищення конкурентоспроможності вітчизняних компаній і національної економіки загалом.

Існують чотири основних типи соціальної відповідальності бізнесу. Базовою відповідальністю є економічна, яка полягає в створенні робочих місць і сплату податків для отримання злиття звітності держави. Юридична відповідальність полягає в дотриманні бізнесом місцевих і міжнародних законів. Етична відповідальність вимагає дотримання співробітниками і компанією в цілому загальнолюдських етичних норм і принципів у взаємних один з одним, конкурентів і співіснують з суспільством.

Найновішим типом соціальної відповідальності - добровільної. Це ініціативи в проєкти, що приносять значну користь суспільству, але не мають прямої віддачі; захист навколишнього середовища, інвестиції в здоров'я і грамотність населення, інфраструктуру, боротьбу з бідністю і т.д.

Ці ініціативи становлять добровільної соціальної відповідальності в найширшому. По-перше, в лояльності клієнтів та співробітників. Дослідження показали, що для 70% європейських споживачів історично корпоративна соціальна відповідаль-

26-35. [Електронний ресурс]. -Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pt\\_2011\\_2\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pt_2011_2_6).

4. El celler de can gosa»: теория souca // Fontegro for chefs.[Електронний ресурс].-Режим доступу: <https://fontegro.com/dlya-shef-povara/statii/> -78

### ЗМІСТ

Вітальні слова .....6

Регламент роботи .....10

Майстер-класи .....11

Пленарне засідання .....12

Секції конференції.....19

Тези доповідей учасників конференції.....21

**СЕКЦІЯ І**  
**СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ**  
**ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ МОДЕЛІ**  
**СТАЛОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ**  
**ЕКОНОМІКИ В СИСТЕМІ**  
**ЄВРОРЕГІОНАЛЬНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА**

**Krivosheeva N., Lapitskaya O.** – Economic ethics – is a factor in achieving the strategic goals of sustainable development.....22

**Skinder N., Torianik I.** – Achieving gender equality as one of the goals of sustainable development in Ukraine.....25

**Близнюк О.В., Россіхіна Г.В.** - Основні джерела та методи фінансування закладів вищої освіти I-II рівнів акредитації в сучасних умовах.....29

**Василик С.К., Бріль М.С.** – Вплив змін у зовнішньому середовищі на розвиток компаній.....33

**Голованова О.М., Левченко В.С.** Соціальна відповідальність як інструмент досягнення сталого розвитку держави.....36

**Гончаров А.Б., Гончарова С. Ю.** – Напрями зростання економічної ефективності діяльності підприємства в сучасних умовах.....39