

formed strategy allows obtaining a significant amount of profit in the long run by using the position of goods (services) offered by the hotel enterprise in the market.

Within the framework of the study of the practice of forming and applying alternative strategies for ensuring the competitiveness of hotel business enterprises, there was conducted analysis of 21 enterprises of hotel industry from 10 oblasts of Ukraine (Vinnytsia, Volyn, Dnipropetrovsk, Zakarpattia, Lviv, Ternopil, Kharkiv, Kherson, Khmelnytskyi, Chernihiv) and Kyiv for 2014–2015, taking into account the category of hotels (5 * – 1 *). The construction of the matrix was accomplished according to two main factors: the growth rate – the market share of net income from the sale of products (services) of hotel enterprises in 2015.

Competitive positions of a product (service) of a strategic business unit in the sphere of hotel services were determined.

Key words: hotel business, strategic portfolio formation, Boston Consulting Group (BCG) Matrix, product (service) competitive position, relative market share, market growth rate, strategic business unit (SBU), net income.

УДК 65.016:656.2

Каличева Н.Є.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та управління
виробничим і комерційним бізнесом

Український державний університет залізничного транспорту

Ампілогов М.К.

магістр

Український державний університет залізничного транспорту

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ЕФЕКТИВНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

Статтю присвячено питанням ефективного розвитку залізничного транспорту під впливом принципів соціальної відповідальності. Досліджено, що соціальна відповідальність виступає показником ефективності та перспективності розвитку підприємства в майбутньому, його прагнення завоювати свою позицію на ринку та бути конкурентоспроможним. Відзначено, що вітчизняні підприємства, у тому числі й залізничної галузі, досить повільно впроваджують принципи соціальної відповідальності в систему управління, що не відповідає сучасним світовим вимогам ведення бізнесу. Зазначено, що вітчизняні підприємства, які намагаються бути соціально відповідальними, майже не отримують підтримки від держави в усіх своїх починаннях та й саме держава досить слабо здійснює впровадження політики соціальної відповідальності бізнесу. Визначено завдання, які потрібно вирішити вітчизняним підприємствам для впровадження принципів соціальної відповідальності у своїй діяльності.

Ключові слова: управління, соціальна відповідальність, залізничний транспорт, імідж, ефективність, конкурентоспроможність, розвиток.

Статья посвящена вопросам эффективного развития железнодорожного транспорта под влиянием принципов социальной ответственности. Доказано, что социальная ответственность выступает показателем эффективности и перспективности развития предприятия в будущем, его стремления завоевать свою позицию на рынке и быть конкурентоспособным. Отмечено, что отечественные предприятия, в том числе и железнодорожной отрасли, достаточно медленно внедряют принципы социальной ответственности в систему управления, что не соответствует современным мировым требованиям ведения бизнеса. Отмечено, что отечественные предприятия, которые пытаются быть социально ответственными, почти не получают поддержки от государства во всех своих начинаниях и именно государство довольно слабо осуществляет внедрение политики социальной ответственности бизнеса. Определены задачи, которые нужно решить отечественным предприятиям для внедрения принципов социальной ответственности в своей деятельности.

Ключевые слова: управление, социальная ответственность, железнодорожный транспорт, имидж, эффективность, конкурентоспособность, развитие.

Постановка проблеми. Сучасні умови господарювання у межах ефективного управління компанією висувають головні вимоги до корпоративного управління, а саме прозорість та відповідальність [1], що й формує корпоративну соціальну відповідальність, яку розглядають із погляду вирішення питань у соціальній сфері підприємства та за його межами на муніципальному, регіональному, національному та глобальному рівнях [2].

Для залізничного транспорту, який є основою транспортної системи нашої країни та в межах якого працює до 250 тис. осіб [3], формування дієвої політики соціальної відповідальності має першочергове значення. Тим більше що, відповідно до стратегічного плану розвитку залізничного транспорту до 2021 р., одним із напрямів розвитку галузі виступає запровадження соціально відповідальних підходів до системи управління [4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вплив факторів соціальної відповідальності на розвиток підприємства є досить значним, тому, незважаючи на доволі широке висвітлення проблем соціальної відповідальності у сфері бізнесу та на залізничному транспорті в роботах А.М. Колота [2], О.Ф. Новікової [5], Е.М. Кравцової [6], В.В. Компанієць [7], Ф.І. Хміля [8], О.М. Полякової [9], М.М. Шигуна [10] та ін., потребують подальшого дослідження питання впровадження принципів соціальної відповідальності на вітчизняних підприємствах, у тому числі й залізничної галузі, оскільки постійний розвиток ринкової економіки висуває нові вимоги до розвитку підприємств, у тому числі й до їх відповідальності перед суспільством.

Метою дослідження є аналіз особливостей розвитку залізничного транспорту під впливом факторів соціальної відповідальності.

Виклад основного матеріалу дослідження. До основних принципів ефективної реалізації корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві будь-якої сфери господарювання відносять рівень оплати праці, забезпечення належних умов праці, дотримання техніки безпеки та екологічності всіх виробничих процесів, духовно-моральний клімат, корпоративну культуру, соціальну відповідальність тощо. Тим більше що під соціальною відповідальністю розуміють як відповідальність керівництва підприємства перед персоналом через створення умов гідного відношення до працівників, демократичне управління, оптимальний рівень інвестування у розвиток і соціальний захист робітників шляхом гарантування зайнятості, підвищення рівня кваліфікації, кар'єрного зростання, корпоративного стимулювання тощо [11], так і відповідальність підприємства

перед найманими трудовими ресурсами, що виражається у створенні для них належного рівня трудового життя шляхом забезпечення виплати заробітної плати відповідно до виконаної роботи та на гідному рівні, надання матеріальних та нематеріальних пільг, преміювання, мотивування, захист інтересів робітників, дотримання законодавства, створення умов для творчого розвитку та ін. [12].

Нині у структурі залізничного транспорту діє Департамент корпоративної та соціальної відповідальності, головною метою функціонування якого є створення та зміцнення іміджу вітчизняної залізничної сфери серед міжнародних та національних клієнтів і партнерів [4]. До основних завдань Департаменту належать:

- дотримання стратегічного плану розвитку українських залізниць усіма структурними підрозділами;
- створення дієвої схеми корпоративної соціальної відповідальності в галузі;
- виконання аналізу та оцінювання ризиків діяльності ПАТ «Українська залізниця»;
- налагодження дієвих взаємовідносин з усіма клієнтами та органами влади як на місцях, так і в державному масштабі;
- співпраця з міжнародними партнерами у сфері корпоративної соціальної відповідальності та ін.

У межах регіональних філій залізниць ефективність корпоративної соціальної відповідальності виражається через участь у соціально-економічному розвитку відповідного регіону шляхом забезпечення територіального соціально-економічного розвитку, проведення ефективної кадрової політики (є регіони, в яких залізниця виступає єдиним джерелом для законного працевлаштування), створення умов для гідної праці, охорони навколишнього середовища, проведення культурно-масової роботи тощо.

Ще один фактор, на який потрібно звернути увагу, – це те, що соціальна відповідальність виступає показником ефективності та перспективності розвитку підприємства в майбутньому, його прагнення завоювати свою позицію на ринку та бути конкурентоспроможним.

Узагалі соціальну відповідальність розглядають як сукупність обов'язків підприємства перед суспільством. І до основних соціальних обов'язків підприємства належать [13]:

- економічні – отримання високого рівня прибутку, задоволення потреб споживачів, створення нових робочих місць, заохочення впровадження інновацій та ін.;
- правові – дотримання норм закону;
- морально-етичні – відповідальність за працівників, створення гармонійних відносин як на підприємстві, так і в суспільстві;

– філантропічні – надання користі суспільству.

Потрібно зазначити, що до основних переваг для працівника та підприємства від запровадження соціальної відповідальності в основу корпоративної культури відносяться [13]:

- для підприємства:
- досягнення стратегічних завдань розвитку за рахунок умілого використання професійних навичок та практичних здібностей працівників;
- застосування в інтересах підприємства практичних навичок працівників;
- створення умов для розвитку кадрового потенціалу та трудової віддачі працівників;
- створення умов для збереження стабільного складу колективу на підприємстві;
- створення умов для постійного розвитку та вдосконалення компетентностей працівників;
- для працівника:
- можливість кар'єрного зростання за рахунок власних професійних здібностей;
- можливість поліпшення якості життя та професійного росту;
- соціальна захищеність;
- гідний рівень оплати праці;
- можливість виконання роботи, пов'язаної з рівнем власних можливостей;
- можливість навчатися на підвищувати кваліфікацію за рахунок підприємства.

Вітчизняні підприємства дотримуються принципів соціальної відповідальності на досить слабкому рівні, що виражається переважно через надання певних пільг працівникам та задоволення соціальних стандартів (відпустка, оплачений лікарняний, нормований робочий день тощо). Та й держава не виконує своїх соціальних гарантій, адже працівники бюджетної сфери отримують найнижчі заробітні плати та мають найслабший соціальний пакет. Здебільшого соціально відповідальними на вітчизняному ринку є підприємства з іноземним капіталом чи ті, які прагнуть отримати іноземні інвестиції, але їх внесок у соціальний розвиток суспільства є досить мізерним. Просто за відсутності будь-якої соціальної відповідальності навіть найменші натяки на піклування про працівників чи суспільство в нашій країні сприймаються досить позитивно.

Передусім держава повинна бути гарантом соціальної відповідальності підприємств, і не лише через контроль дотримання соціальних стандартів на законодавчому рівні, адже держава теж несе відповідальність перед підприємствами, особливо приватними, шляхом підтримки їх соціальних починань, створення умов для зміцнення конкурентоспроможності тощо. Тим більше якщо державні органи не здійсню-

ють роботу щодо створення та збереження сприятливих умов для розвитку підприємницької діяльності, не впроваджують ефективних механізмів захисту прав власників і громадян, підприємці теж отримують привід уникати виконання повною мірою своїх зобов'язань перед державою, що, на жаль, і відбувається у нашій країні [8].

Отже, для впровадження соціальної відповідальності на вітчизняних підприємствах потрібно вирішити такі завдання [14]:

- на макроекономічному рівні:
 - започаткувати формування інституційної бази щодо вирішення проблем корпоративної соціальної відповідальності для підприємств;
 - підтримувати розвиток соціальної відповідальності бізнесу в регіонах та на міжнародному рівні;
 - допомагати тим підприємствам та організаціям, які активно впроваджують принципи соціальної відповідальності;
 - на мікроекономічному рівні:
 - утворити систему корпоративної відповідальності;
 - застосовувати в управлінській діяльності соціально-корпоративні технології;
 - на нанорівні:
 - реалізувати зміни в менталітеті через усвідомлення соціальної та економічної захищеності та можливості змінити оточуюче середовище, суспільство, навколишній світ тощо.
- Що ж стосується залізничного транспорту, то В.В. Компанієць наголошує, що соціальна відповідальність галузі є досить слабкою і це негативно відображається на якості праці та, відповідно, якості наданих транспортних послуг [7]. Причин цьому досить багато, але до основних автор відносить реальність життя, пов'язану зі складною економічною ситуацією в країні та політичною кризою.

Звісно, що в короткі терміни поліпшити економічну ситуацію неможливо, тому фінансово-економічний стан залізничного транспорту не поліпшиться за короткий час, тим більше що галузь має багато проблем [15]. Але потрібно з чогось починати, й запровадження принципів соціальної відповідальності сприятиме ефективному розвитку галузі. В.В. Компанієць пропонує соціальні зміни на залізничному транспорті впроваджувати починаючи зі зміни поведінки, особливо серед керівників вищої та середньої управлінських ланок [7].

Ще одним зі шляхів забезпечення соціальної відповідальності на залізничному транспорті є приватно-державне партнерство. Л.В. Шкуліпа зазначає, що приватно-державне партнерство сприятиме розвитку конкурентоспроможності галузі за рахунок взаємодії

з національними та закордонними підприємствами, допоможе реалізовувати масштабні капіталоємні проекти, сприятиме розвитку персоналу тощо [16].

Також у межах приватно-державного партнерства «Укрзалізниця» запрошує підприємства всіх форм власності взяти участь у створенні Всеукраїнської ініціативи з підвищення корпоративної відповідальності [17], що допоможе великим підприємствам та організаціям стати більш відкритими та відповідальними для суспільства, тим більше що вони мають значний вплив на якість життя населення.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, ефективність реалізації корпоративного управління з урахуванням соціальної відповідальності є складним процесом, особливо коли компанії потрібно швидко переналаштуватися на нову форму управління.

Також потрібно зазначити, що в досягненні стратегічних цілей та орієнтирів розвитку залізнична галузь повинна опиратися на персонал як на один із важливих складників її ефективного функціонування. Умови праці та соціальний клімат на підприємствах залізничного транспорту, його ідеологічні переконання, наявність духовної системи цінностей і стандартів у поведінці, норм та правил, які сприймаються робітниками та мають безпосередній вплив на їх поведінку, – усі ці складники формують культуру організації. Це призводить до необхідності впроваджувати принципи соціальної відповідальності в корпоративному управлінні для забезпечення економічної безпеки, зменшення викидів в атмосферу, збільшення швидкості та якості доставки вантажів і пасажирів, виходу на міжнародні ринки, розвитку транзитного потенціалу та збільшення рівня конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Стандарт ІСО – Соціальна відповідальність. URL: <http://www.iso.org/iso/ru/home/standards/iso26000.htm>.
2. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / А.М. Колот, О.А. Грішнова та ін.; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. К.: КНЕУ, 2012. 501 с.
3. Довідник основних показників роботи регіональних філій ПАТ «Українська залізниця» (2006–2016 рр.). Київ, 2017. 41 с.
4. Основні аспекти стратегії розвитку ПАТ «Укрзалізниця». URL: http://www.uz.gov.ua/files/file/Strategy_Presentation_fin1.pdf.
5. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія / О.Ф. Новікова, М.Є. Дейч, О.В. Панькова, В.В. Компанієць та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-ті. Донецьк, 2013. 296 с.
6. Кравцова Е.М., Матвеева В.Ю. Модели социальной ответственности бизнеса в мировой экономике. Экономика, предпринимательство и право. 2016. № 6(1). С. 81–98.
7. Компанієць В.В. Соціальна відповідальність на залізничному транспорті України: щодо оцінки наслідків реформування та механізму забезпечення. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2016. № 55. С. 151–161.
8. Хміль Ф.І. Соціальна відповідальність підприємництва в Україні. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2004. № 1. С. 24–30.
9. Полякова О.М., Руських А.О. Соціальна відповідальність на залізничному транспорті України. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2018. № 61. С. 219–229.
10. Шигун М.М., Давидюк Т.В. Корпоративна соціальна звітність як перспектива інформування про людський капітал вітчизняних компаній. Вісник Запорізького національного університету. 2011. № 1(9). С. 173–178.
11. Соціальна відповідальність у трудових відносинах: теорія, практика, регулювання ризиків: монографія / О.А. Грішнова, Г.Ю. Міщук, О.О. Олійник. Рівне: НУВГП, 2014. 216 с.
12. Дейч М.Є. Соціальна відповідальність бізнесу в системі соціально-трудових відносин. Соціально-трудові відносини: теорія та практика. 2012. № 2(4). С. 52–60.
13. Корпоративна культура / Г.М. Захарчин, Н.П. Любомудрова, Р.О. Винничук, Н.В. Смолінська; за ред. Г.М. Захарчин. Львів, 2011. 317 с.
14. Етичні основи бізнесу: навч. посіб. / В.Л. Дикань, В.В. Компанієць, О.М. Полякова. Харків: УкрДАЗТ, 2012. 316 с.
15. Каличева Н.Є. Підходи до управління конкурентними перевагами підприємств залізничного транспорту. Причорноморські економічні студії. 2017. Вип. 21. С. 86–91.
16. Шкуліпа Л.В. Приватно-державне партнерство – крок залізничної галузі до соціальної відповідальності. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2015. № 51. С. 113–120.
17. Укрзалізниця запрошує державні компанії підвищити корпоративну відповідальність, відкритість та підзвітність. URL: http://uz.gov.ua/press_center/up_to_date_topic/461664/.

Kalicheva N.E., Ampilohov M.K.

THE EFFECT OF SOCIAL RESPONSIBILITY FOR THE EFFICIENT DEVELOPMENT OF RAILWAY TRANSPORT ENTERPRISES

Modern business conditions, within the limits of effective management of the company, put forward the main requirements for corporate governance, namely, transparency and accountability, which forms the corporate social responsibility that is considered from the point of view of solving issues in the social sphere of the enterprise and beyond its borders at the municipal, regional, national, and global levels. The main principles of the effective implementation of corporate social responsibility in the enterprise of any sphere of management, including rail transport, include the level of remuneration, the provision of proper working conditions, safety and environmental compliance of all production processes, the spiritual and moral climate, corporate culture, social responsibility, etc. Social responsibility serves as an indicator of the efficiency and prospects of future development of the company, its aspiration to win its position in the market and be competitive. In general, social responsibility is regarded as a set of responsibilities of the company to society. Thus, the effectiveness of implementing corporate governance with a view to social responsibility is a complex process, especially when companies need to quickly adapt to a new form of management. It should also be noted that, in pursuing strategic goals and benchmarks, the railway industry should rely on staff as one of the important components of its effective functioning. Conditions of work and social climate in railway transport enterprises, its ideological beliefs, the existence of a spiritual system of values and standards in behaviour, norms and rules that are perceived by workers and have a direct influence on their behaviour – all these components form the culture of the organization. This leads to the need to implement the principles of social responsibility in corporate governance to ensure economic security, reduce atmospheric emissions, increase the speed and quality of delivery of goods and passengers, access to international markets, development of transit capacity and an increase of competitiveness, improvement of approaches to personnel management in the industry.

Key words: management, social responsibility, rail transport, image, efficiency, competitiveness, development.

УДК 656.29

Разумова К.М.д.е.н., професор кафедри менеджменту ЗЕДП
Національний авіаційний університет**Кириленко О.М.**к.е.н., доцент кафедри менеджменту ЗЕДП
Національний авіаційний університет**Новак В.О.**к.е.н., професор кафедри менеджменту ЗЕДП
Національний авіаційний університет

СУЧАСНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ

У статті розглянуто актуальні методи управління матеріальними потоками на залізничному транспорті на сучасному етапі розвитку транспортної логістики, а саме: системний аналіз; техніко-економічний метод; метод кібернетики; метод прогнозування. Доведено, що в процесі здійснення вантажних та пасажирських перевезень велика транспортно-логістична система основних та супутніх транспортних потоків дає змогу забезпечувати ефективний процес перевезень. Науково обґрунтовано, що оптимізація параметрів фактичних матеріальних потоків забезпечується: у короткостроковому періоді – ресурсними і структурними резервами; у довгостроковій перспективі – функціональними резервами і системою управління резервами.

Ключові слова: залізничний транспорт, матеріальний потік, логістика, методи, витрати.