

суспільству, то я не впевнений, що такий бізнес можна вважати соціальним. Соціальне підприємництво - це щось внутрішнє. Це спосіб мислення і спосіб дій».

Сучасний стан розвитку соціального підприємництва в Україні характеризується цілим рядом проблем, які можна розділяти за рівнями: національний, галузевий/регіональний та мікрорівень (суб'єкту господарювання), а також за видами: організаційні, фінансові, психологічні.

Розвиток в сфері соціального підприємництва, на даний момент, провадиться на основі міжнародної підтримки та на ініціативі громадськості та підприємців з України. На жаль, відчувається брак підтримки з боку державної та регіональної влад. Проте, створюються інформаційні ресурси, де кожен бажаючий може ознайомитися з історією розвитку соціального підприємництва, його особливостями, каталогом соціальних підприємств в Україні тощо, а шляхом участі у освітніх заходах навіть розробити бізнес-план для його створення. Поширення інформації про такий особливий вид підприємництва як соціальне, навчальні курси, різноманітні заходи дозволять створити певне підприємницьке середовище, що забезпечить зміну менталітету провадження підприємницької діяльності в сторону її соціалізації.

У підсумку можна сказати, що соціальне підприємництво в Україні є, але потребує підтримки як з боку держави, так і з боку самих підприємців.

## **ІНФОРМАЦІЙНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СТРУКТУРИ РИНКУ ПРАЦІ**

Канд. екон. наук, доц. Кучинський В.А., д-р екон. наук, проф. Перерва П.Г.  
*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

Як свідчать проведені нами дослідження, ринок праці має свої суттєві особливості, а також певну специфіку. Специфічність ринку праці економіки перехідного періоду впливає з глибоких суперечностей, що склалися у сфері трудових відносин на цьому етапі суспільного розвитку. З одного боку, зберігаються елементи відносин, властивих командно-адміністративній економіці, тобто так званий позаекономічний примус; низька мобільність робочої сили; бронювання робочих місць для осіб зі зниженою конкурентоздатністю; встановлення певних пільг для господарюючих суб'єктів, що використовують працю зазначеної категорії працездатного населення; державний розподіл кадрів вищої кваліфікації та т. ін.), а з іншого - з'являються елементи ринкових відносин з властивою для них системою найму робочої сили, специфікою умов і оплати праці. Відповідно до цього формується більш гнучкий механізм підтримання збалансованості чинників виробництва, в якому тісно взаємодіють елементи старої та нової систем.

Однак перевага зберігається за першими елементами відносин, в основному через об'єктивні причини, що зумовлено тотальним одержавленням власності та надмірною фетишизацією ролі держави в регулюванні трудових відносин у минулому. Формування нових економічних відносин може бути ефективним лише в тому випадку, коли враховується, від якого стану йде суспільство і якої якості воно прагне. Це ключове положення не тільки не заперечує, а й передбачає збереження міцних позицій держави в розв'язанні проблем зайнятості в перехідний період та створення ефективних механізмів регулювання трудових відносин.

З огляду на вищезазначене стає очевидним, що завдання держави полягає в тому, щоб врахувати в механізмі зайнятості співіснування двох систем відносин — адміністративних і економічних з використанням всіх можливостей

державного сектора економіки у розв'язанні проблем та всіляко сприяти створенню ринкового сектора економіки. Паралельно з цим має йти процес формування механізмів регулювання зайнятості, організації інституційної основи ринку праці - служб зайнятості, центрів підготовки та перепідготовки кадрів, банків інформації про наявні вакантні місця у системі соціального захисту працівників і таке інше. Функціонально їх діяльність змінюється, наповнюючись новим ринковим змістом. Це стосується системи найму, характеру трудового посередництва, соціальної підтримки незайнятого населення. Так у надрах старої економічної системи поступово зароджуються елементи нового. Вони посилюються зі звільненням держави від виконання невластивих їй функцій шляхом делегування їх на місця. Трансформація функцій регулювання зайнятості синхронізується з темпами приватизації та роздержавлення власності, структурними змінами в господарському комплексі регіону, динамікою розвитку ринкового сектора економіки, ефективністю власних нагромаджень, створенням дієвого господарського механізму місцевого самоврядування, формуванням механізму взаємодії територіальних органів влади з професійними об'єднаннями і роботодавцями стосовно впливу на рівень заробітної плати та стимулювання попиту на працю, тобто йде процес формування ринкового сектора економіки. Відкривається простір для вільного переміщення робочої сили, створюються умови для більш повної самореалізації людини в процесі праці.

Виходячи з цих теоретико-методологічних позицій, слід зазначити, що перехідному періоду відповідає державно-ринковий механізм регулювання трудових відносин, що поступово еволюціонує в бік зрілого ринку праці, витісняючи адміністративні важелі регулювання економічними.

**Література:** 1. Экономика и организация труда / И.Н.Погорелов [и др.]. – Харьков : Фактор, 2007. – 640 с. 2. Pererva P.G., Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p. 3. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Антикризисный менеджмент производственно-коммерческой деятельности предприятий машиностроения // Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса: колл.моногр.- СПб.: Астерион, 2010.- Т.2.- п.6.2.- С. 254-264. 4. Перерва П.Г. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності / П.Г.Перерва, С.Нагі, Т.О.Кобелева // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94. 5. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління. Вісник НТУ «ХПІ». 2015. № 59 (1168). С. 148-152. 6. Kocziszky György, Somosi Veres M., Kobieliava T.O Reputational compliance // Дослідження та оптимізація економічних процесів «Оптимум–2017» : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. Харків, 2017.– С. 140-143. 7. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Развитие методов анализа фактического stanu конкурентных переваг підприємства. Економіка розвитку. 2011. № 4 (60). С. 116-120. 8. Перерва П.Г., Гочарова Н.П., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. Учебное пособие - Киев: ВИРА-Р. 1998.- 267с. 9. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с. 10. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. – К.: Знання, 2009. – 1070 с. 11. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592 с. 12. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи. Вісник нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ «ХПІ», 2017. –

№ 24 (1246). – С. 153-158. 13. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). – Харьков : Фактор, 2009. 480 с. 14. Перерва П.Г. ≡ Потребность в электротехнических средствах автоматизации. Теория и методы определения. - Харьков: Основа. 1991. 114 с. 15. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., ПЕРЕРВА П.Г. Антикризовий моніторинг фінансово-економічних показників роботи машинобудівного підприємства. Економіка розвитку. Харків : ХНЕУ. 2010. №2 (54). С.46-50. 16. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві. Навч. посібник.- Харків : «Основа», 1993.- 288с.

## **ФОРМУВАННЯ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ**

Канд. екон. наук, доц. Матросова В.О.,  
д-р екон. наук, професор Перерва П.Г.,  
студентка Лук'янова Я.А.

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

Індустрія гостинності є однією з найбільших галузей світової економіки в даний час бурхливо розвивається. Багато в чому це відбувається завдяки соціальному, економічному і політичному прогресу - за останні кілька років туризм став доступний для широкого загалу населення. Одночасно з ростом загального числа туристів помітний розвиток одержали інфраструктура туризму і її основний компонент - готельний сектор. Готелі прагнуть отримати свою частку бізнесу і всіляко намагаються переконати туристів витратити гроші на придбання послуг, які вони готельних послуг. Зрозуміло, що готельний бізнес - невід'ємна частина індустрії гостинності - безпосередньо залежить від рівня витрат своїх клієнтів. В сучасних умовах, особливо у великих мегаполісах, готелі буквально змушені боротися за «місце під сонцем». Щоб не тільки зберегти бізнес, а й розвиватися, готелі необхідні кошти, отримати які можна тільки у клієнта. Отже, підприємство цієї сфери бізнесу має вміти не тільки залучати, але і стимулювати клієнта купувати готельні послуги. Однак для реалізації цього завдання необхідно не тільки розширювати спектр надаваних гостям послуг, але і, звичайно, підвищувати обслуговування. Успіх будь-якої організації, а особливо готельного підприємства, багато в чому залежить від персоналу, який в ній працює. Персонал готелю - одне з найбільш важливих ланок у ланцюзі отримання доходів і отримання прибутку в індустрії готельного бізнесу. Не слід забувати і про те, що сучасний турист, іноземець або наш співвітчизник, подорожуючи, має можливість порівнювати якісний рівень сервісу, що надається готелями, і в першу чергу рівень обслуговування. При цьому поряд з професійними знаннями, необхідними для якісного обслуговування гостей, важливу роль відіграє форма подання цих знань, тобто форма подачі інформації про продаваних послуги.

Індустрія гостинності, як ми вже говорили, бурхливо і динамічно розвивається. Сьогодні на готельному ринку столиці присутні сучасні комплекси, що відповідають міжнародним вимогам до об'єктів подібного класу. Фактор мінливого споживача підсилює досвідченість клієнтів в питаннях асортименту послуг і способу їх надання, тому сьогодні вже недостатньо просто хорошого готелю. За матеріальної складової багато готелів мають однакові параметри, але їх може відрізнити нематеріальна складова сервісу - послуга, яка є невід'ємною частиною кінцевого продукту будь-якого готельного комплексу, а також якість надання цієї послуги. Сплативши послугу, клієнт не забирає з собою нічого конкретного. Відсутність поняття володіння характеризується такими наслідками: --- суб'єктивність думки гостя, так як він в оцінці конкретного готелю ґрунтується