

## РОЗДІЛ 3

# ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 332.122:338.49:332.83

Ажаман І. А.

Одеська державна академія будівництва та архітектури

### КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ТА ЦИВІЛЬНОГО БУДІВНИЦТВА В СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ

Визначені основні суб'єкти, зацікавлені в стабільному розвитку промислового та цивільного будівництва як одного з чинників розвитку сільських територій. Сформовані умови, на основі яких пропонується здійснювати розвиток будівництва на селі. Запропоновано для найбільш повного задоволення індивідуальних запитів окремих сільських мешканців, господарюючих суб'єктів на селі (враховуючи їх особисті уподобання, соціально-економічний рівень розвитку, інтереси, цілі та інше) розвиток будівництва здійснювати, використовуючи основні положення теорії потреб А. Маслоу. Обґрунтована необхідність використання соціально-етичної і інноваційної концепції маркетингу щодо визначення напрямків розвитку будівництва на селі, що дозволить формувати нові та задовольняти існуючі потреби споживачів в об'єктах будівництва при одночасному врахуванні соціальних і екологічних наслідків будівельної діяльності та зростанні добробуту суспільства в цілому.

**Ключові слова:** промислове будівництво, цивільне будівництво, сільська місцевість, потреби, концепції маркетингу, соціально-етичний маркетинг, інноваційний маркетинг.

**Постановка проблеми.** Розвиток промислового та цивільного будівництва на селі є одним з механізмів забезпечення довгострокової привабливості сільської місцевості для проживання та ведення бізнесу, зокрема сільськогосподарського виробництва. Таке будівництво має здійснюватися з врахуванням потреб індивідуальних забудовників щодо цілей використання споруд, їх технологічності, зручності та економічності в експлуатації, особливостей архітектурних і дизайнерських рішень. Також воно повинно відповідати обмеженням щодо соціальної і екологічної безпеки будівель та споруд, сприяти задоволенню суспільних потреб. У зв'язку з цим виникає об'єктивна необхідність пошуку підходів, концепцій, які дозволять вирішити такі задачі і сприятимуть розвитку будівництва на засадах задоволення суспільних і індивідуальних потреб на основі використання сучасних інноваційних досягнень в галузі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** На сучасному етапі в країні діє ряд законодавчо-нормативних документів, які направлені на регіональний розвиток, підтримання та стимулювання аграрної сфери економіки, житлового будівництва на селі. До таких документів відносяться: Закон України «Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу в народному господарстві», Указ Президента України «Про Концепцію державної регіональної політики», Указу Президента України «Про заходи щодо підтримки індивідуального житлового будівництва на селі», Наказ Міністерства аграрної політики України «Про затвердження галузевої програми соціально-економічного розвитку сільських територіальних громад», Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної цільової програми розвитку українського села на період до 2015 року», Указ Президента України «Про основні засади розвитку соціальної сфери села» та інші [1-6].

Результати дослідження виробничої і житлової інфраструктури на селі представлені в роботах

Онисько С., Грубінки І., Мамчина М., Жагаляка І., Добуша Ю., Клокара О. [7-9].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Зважаючи на вагомість отриманих результатів щодо розвитку будівництва в виробничій, житловій, соціально-культурній сферах, необхідно зауважити, що в науковій літературі не визначені підходи, які сприятимуть розвитку промислового та цивільного будівництва в сільській місцевості для задоволення індивідуальних і суспільних потреб на інноваційних засадах.

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є визначення концептуальних засад щодо розвитку промислового і цивільного будівництва в сільській місцевості для задоволення індивідуальних та суспільних потреб на основі використання досягнень науково-технічного прогресу в галузі.

**Виклад основного матеріалу.** Розвиток сільських територій є складним та багатоаспектним питанням, вирішення якого потребує одночасного врахування потреб як сторін, які знаходяться (мешкають) на них, так і тих, що представляють інтереси суспільства, регіону в цілому. За таких умов існує об'єктивна необхідність визначення базисної концепції, яка і буде покладена в основу розвитку сільської місцевості.

Основним суб'єктом, зацікавленим в розвитку сільських територій, є сільські жителі – громада, яка потребує створення умов для її життя та трудової діяльності. Відповідно до цього, розвиток будівництва повинен бути направлений на оновлення та створення соціально-культурних умов на селі, розбудову інфраструктури, зокрема інженерно-технічних споруд (дорожнє господарство, вода, газозабезпечення та інше). Не менш важливим питанням є забезпечення сільських мешканців робочими місцями – відповідно є необхідність в промисловому будівництві, продуктом якого є споруди для організації виробничо-збутової діяльності в аграрній сфері, переробної та харчової промисловості тощо. Одночасно, зважаючи на сезонність аграрної галузі, зокрема рослинництва,

необхідно розвивати «допоміжні» галузі, які дозволять працевлаштовувати сільське населення в міжсезонний період.

Інший суб'єкт, який є зацікавленим в розвитку сільських територій, це місцеві органи влади та держава в цілому. З метою зменшення міграційних процесів до міста, вимирання сіл, забезпечення рівномірного розвитку всіх територій, продовольчої безпеки держави, підвищення рівня добробуту громадян, формування та підвищення іміджу країни як розвинутої європейської держави, органи влади повинні сприяти створенню умов для життя і виробничої діяльності в сільській місцевості, які будуть відповідати сучасним стандартам якості.

Відповідно до зазначеного, розвиток будівництва на селі як одного з механізмів реалізації задач щодо розвитку сільської місцевості бачиться на основі дотримання таких умов:

– створення можливостей до задоволення потреб кожного окремого сільського мешканця, господарюючого суб'єкта, враховуючи їх особливості та індивідуальні вимоги. При реалізації даної умови нами пропонується в якості базису використовувати теорію потреб Абрахама Маслоу.

Відповідно до досліджень автора, всі потреби людини можна відобразити у вигляді піраміди. На першому рівні знаходяться фізіологічні потреби, пов'язані з «біологічною» стороною людини – потреби в воді, їжі тощо. В рамках даної потреби однією з основних задач держави є забезпечення продовольчої безпеки. Дане можливо за рахунок розвитку сільського господарства, агропродовольча продукція якого виступає в якості кінцевої, придатної для споживання, сировини для харчової промисловості та інших галузей народного господарства. В рамках реалізації такого завдання важливим є розвиток будівництва виробничих, допоміжних та обслуговуючих споруд для забезпечення ефективного сільськогосподарського виробництва та інженерно-технічної інфраструктури, зокрема дорожнього господарства, від наявності та якості якого залежить швидкість перевезень, якість продукції, ефективність збутової діяльності тощо.

Наступний рівень – потреба в безпеці. Дана потреба безпосередньо пов'язана з житловим будівництвом та створенням комфортних умов життя. Даний рівень потреб нами пропонується розглядати як мінімально-допустимий для сільської місцевості. Тобто сільський мешканець має мати гідні житлові умови, здатні задовольняти потреби сучасної людини – житло повинно бути обладнане електро-, водо-, газопостачанням, опаленням, каналізацією, засобами зв'язку та Інтернету. В межах громади – до населеного пункту повинні проходити автодорожні шляхи.

Наступний рівень – соціальні потреби – потреба в спілкуванні, соціально-культурному збагаченні, приналежності тощо. В рамках даного рівня в сільській місцевості необхідно розвивати мережу закладів культури, спорту, освіти тощо.

Статистичні дані по країні свідчать, що дві третини населення в Україні мешкає в містах. Крім цього, характерними є процеси трудової міграції та міграції з метою проживання до міст. Однією з причин такого явища є саме умови життя, соціально-культурного забезпечення на селі. Відповідно до цього, однією з пріоритетних задач місцевих органів, сільських громад має бути розбудова соціально-культурної інфраструктури сільської місцевості.

Четвертий рівень відображає так звані «престижні» потреби – а саме потребу у самоповазі, службовому зростанні, признанні та повазі оточуючих. Одним з шляхів задоволення таких потреб є індивідуальне житлове будівництво, яке через архітектурні елементи, дизайнерські рішення може стати способом визнання людини, її особистості. Крім того, розвиток промислового будівництва і тим самим потенційне розширення мережі підприємств і збільшення кількості робочих місць стає підґрунтям для горизонтального та вертикального кар'єрного росту особи.

П'ятий рівень – передбачає потреби в самоактуалізації, самовираженні особистості. Згідно з твердженням Бандура О., самоактуалізація – є процесом актуалізації людиною власних потенціалів і подальше їх використання в якості засобів реалізації сенсу життя. Автор відмічає, що процес самоактуалізації тісно переплітається з процесом життєтворчості. У результаті такого процесу «...усвідомлюється специфічна система ціннісних орієнтацій, ...розвивається соціально-конструктивна життєва позиція...» [10].

Відповідно до вказаного, задоволення потреб щодо самоактуалізації і самовираження особистості в контексті розвитку будівництва нами бачиться через реалізацію індивідуальності людини при проектуванні будівель і споруд (включаючи їх розмір, поверховість, місце розташування, матеріал і технології, які використовуються в процесі зведення, архітектурні і дизайнерські рішення тощо).

Отже, розвиток будівництва повинен забезпечити можливості для задоволення потреб як в цілому громаді, так і окремих потреб кожного з сільських суб'єктів, враховуючи його індивідуальні запити, уподобання, інтереси та цілі. Для цього важливим є впровадження в практику будівництва теоретичних інноваційних напрацювань щодо технології, техніки, матеріалів тощо.

– сільська місцевість є складною системою, розвиток якої вимагає врахування потреб як окремих сільських суб'єктів, так і суспільних в цілому. В зв'язку з цим будівлі та споруди повинні відповідати запитам, що висуваються їх замовниками і користувачами та одночасно враховувати загальносуспільні вимоги, тобто передбачати дослідження і облік у подальшому розвитку соціальних і екологічних наслідків будівельної діяльності.

– необхідність ведення будівельної діяльності у відповідності вимогам сучасного етапу НТП. Дана умова пояснюється тим, що науково-технічні досягнення в галузі будівництва створюють можливості для підвищення якісних та експлуатаційних характеристик споруд, зменшення строків зведення об'єктів і збільшення часу їх експлуатаційної придатності. Сучасні технології дозволяють зменшити негативний вплив на оточуюче середовище, витрати на утримання споруд, підвищують їх економічність, ергономічність тощо.

Для дотримання вказаних вище умов нами пропонується розвиток промислового та цивільного будівництва в сільській місцевості вести на основі маркетингового підходу.

При визначенні концепцій маркетингу, які будуть найбільш придатні для забезпечення стабільного розвитку будівництва, ми вважаємо за необхідне врахувати основну тезу Міжнародної комісії з навколишнього середовища та розвитку (МКНСР), яка у 1987 році в доповіді «Наше спільне майбутнє» визначила необхідність «стійкого розвитку» та зауважила, що «задоволення потреб

сучасності не має підривати здатності майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби» [11].

Відповідно до вказаного вище, нами пропонується розвиток будівництва проводити на основі концепції соціально-етичного маркетингу. А враховуючи рівень конкуренції, що формує необхідність використання новітніх технологій і матеріалів, впровадження нових методів дослідження споживачів і їх потреб, на нашу думку вагоме значення також має концепція інноваційного маркетингу.

Концепція соціально-етичного маркетингу, згідно з Ф. Котлером, ґрунтується на аналізі потреб і запитів споживачів і задоволенні їх крапцями, а ніж конкуренти, способом при одночасному зростанні добробуту суспільства. Відмінністю даної концепції також є необхідність урахування довгострокових інтересів та сприяння формуванню благ суспільства на перспективу.

Щодо концепції інноваційного маркетингу, то в сучасній науковій літературі не визначено чітко її місце. Так, Овечкіна О.А. датує її другою половиною 90-х років та визначає як наступний після соціально-етичного етапу розвитку маркетингу. В монографії Ілляшенко С.М. інноваційна концепція розглядається як проміжна між концепціями маркетингу та соціально-етичного маркетингу. Автор визначає інноваційний маркетинг як «...концепцію ведення бізнесу, яка передбачає створення вдосконаленої або принципово нової продукції (виробу, технології, послуги, управлінського рішення) – інновації – і використання в процесі її створення та розповсюдження вдосконалених чи принципово нових – інноваційних – інструментів, форм та методів маркетингу з метою більш ефективного задоволення потреб як споживачів, так і виробників» [12; 13].

Поєднання концепцій соціально-етичного і інноваційного маркетингу до розвитку будівництва в сільській місцевості сприятиме:

- задоволенню суспільних потреб щодо рівномірного розвитку сільських територій в напрямку підвищення добробуту, соціально-культурного забезпечення сільських мешканців на рівні, що є нижчим ніж в міських поселеннях та який відповідає сучасним світовим стандартам;

- впровадженню досягнень науково-технічного прогресу в галузі, що дозволить формувати і задовольняти зростаючі індивідуальні потреби сільських забудовників щодо якісних характеристик об'єктів будівництва, їх масштабів, особливостей технологічних, архітектурних і дизайнерських рішень;

- веденню будівельної діяльності за умов: мінімізації негативного впливу на екологічний стан оточуючого середовища; максимально-можливого збереження природного ландшафту, історичних пам'яток архітектури та іншого з метою забезпечення цілісності культурної спадщини і національних традицій для майбутніх поколінь;

- формуванню позитивного іміджу сільської місцевості як території, які є привабливими для

проживання та ведення бізнесу. Для цього особливе значення має розвиток будівництва інженерно-технічних споруд, а саме автодорожнього господарства, водо-, газопостачання, розширення мереж зв'язку тощо;

- підвищення іміджу країни в цілому, як такої що дає про стабільний і рівномірний соціально-економічний розвиток всіх територій та регіонів, підвищення рівня життя і добробуту мешканців.

Відмітимо, що забезпечення розвитку промислового та цивільного будівництва в сільській місцевості на основі концепцій інноваційного і соціально-етичного маркетингу має здійснюватися на рівні від державного до окремих юридичних і фізичних осіб, які є забудовниками, замовниками будівельних проектів на селі. Так, на державному рівні необхідно створення діючої нормативно-правової бази, яка сприятиме розвитку будівництва що має суспільне (зведення споруд, які мають суспільне значення – доріг, ліній електропередач, агрологістичних центрів та інше) і індивідуальне значення (житлове будівництво) з використанням сучасних інноваційних технологій і матеріалів.

На рівні місцевих органів влади повинна бути побудована чітка система реєстрації дозвільних документів щодо будівництва промислових і цивільних об'єктів в сільській місцевості. Прозорість і оперативність в розгляді подань та прийнятті рішень щодо будівництва споруд є одним з кроків до активізації будівельної діяльності на селі. Також на місцевому рівні кожний з потенційних забудовників повинен нести індивідуальну відповідальність щодо забезпечення безпеки споруд, їх відповідності (сумісності) з існуючими будовами та оточуючим середовищем.

**Висновки і пропозиції.** У результаті проведених досліджень було визначено основні суб'єкти зацікавлені в стабільному розвитку промислового та цивільного будівництва в сільській місцевості. Сформовані умови, на основі яких пропонується здійснювати розвиток будівництва на селі. Запропоновано для задоволення індивідуальних потреб сільських мешканців, господарюючих суб'єктів на селі розвиток будівництва здійснювати використовуючи основні положення теорії потреб А. Маслоу. Вказане дозволить встановити чітку взаємозалежність запитів конкретного забудовника (відповідно до рівня розвитку його потреб) з об'єктом будівництва, а отже останній буде відповідати вимогам щодо вартості, розмірів, використовуваних матеріалів і технологій, інших якісних і кількісних характеристик. Обґрунтована необхідність використання соціально-етичної і інноваційної концепцій маркетингу щодо визначення напрямків розвитку будівництва на селі – дозволить формувати нові та задовольняти існуючі потреби споживачів в об'єктах будівництва при одночасному врахуванні соціальних і екологічних наслідків будівельної діяльності та зростанні добробуту суспільства в цілому. Визначені основні переваги використання запропонованих концепцій в практику будівельної діяльності.

### Список літератури:

1. Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу в народному господарстві : Закон України від 7.10.1990 р., № 400-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/400-12>.
2. Про Концепцію державної регіональної політики: Указ Президента України від 25.05.2001 р., № 341/2001 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/341/2001>.
3. Про заходи щодо підтримки індивідуального житлового будівництва на селі: Указ Президента України від 27.03.1998 р., № 222 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/222/98>.

4. Про основні засади розвитку соціальної сфери села : Указ Президента України від 20.12.2000 № 1356/2000 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1356/2000>.
5. Про затвердження галузевої програми соціально-економічного розвитку сільських територіальних громад (модельного проекту «Нова сільська громада») : Наказ Міністерства аграрної політики України від 01.06.2010 р. № 280 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/FIN56844.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN56844.html).
6. Про затвердження Державної цільової програми розвитку українського села на період до 2015 року : Постанова Кабінету Міністрів України від 19 вересня 2007 р. № 1158 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1158-2007-п>.
7. Онисько С. Характеристика відтворювального процесу формування основних засобів у сільському господарстві / С. Онисько, І. Грубінка // Аграрна економіка – 2011. – № 1-4, Т. 4. – С. 53-57.
8. Мамчин М.М. Тенденції розвитку інфраструктури українського села / Мамчин М.М., Жагаляк І.І., Добуш Ю.Я. // Теорія логістики і маркетингу – 2007. – № 594. – С. 455-460.
9. Клокар О.О. Розвиток соціальної інфраструктури як чинника формування трудових ресурсів аграрного сектора економіки / О.О. Клокар // Сталій розвиток економіки. – 2012. – № 1(11). – С. 31-37.
10. Бандура О. Самоактуалізація як механізм формування інтегрованого стилю життя особистості / О. Бандура // Кроки до компетентності та інтеграції в суспільство : Наук.-метод. збірник. – К. : Контекст, 2000. – С. 101-104.
11. Олєфіренко О.М. Еволюція концепцій маркетингу та перспективи їх подальшого розвитку в умовах економіки сталого соціо-еколого-економічного зростання / Олєфіренко О.М., Олєфіренко Ю.О. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/22846/1/znu\\_3\\_10.pdf](http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/22846/1/znu_3_10.pdf).
12. Овечкіна О.А. Планування маркетингу. 2-ге вид. перероб. та доп. : навч. посіб. / О. А. Овечкіна, Д. В. Солоха, К. В. Іванова, В. В. Морєва, О. В. Белякова, О. Б. Балакай. – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 352 с.
13. Ілляшенко С.М. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія / Ілляшенко С.М. – Суми : Університетська книга, 2008. – 272 с.

**Ажаман І. А.**

Одесская государственная академия строительства и архитектуры

## КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО И ГРАЖДАНСКОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ

### Резюме

Определены основные субъекты, заинтересованные в стабильном развитии промышленного и гражданского строительства как одного из факторов развития сельских территорий. Определены условия, на основе которых предлагается осуществлять развитие строительства на селе. Предложено для наиболее полного удовлетворения индивидуальных запросов отдельных сельских жителей, хозяйствующих субъектов на селе (учитывая их личные предпочтения, социально-экономический уровень развития, интересы, цели и др.) развитие строительства осуществлять, используя основные положения теории потребностей А. Маслоу. Обоснована необходимость использования социально-этической и инновационной концепций маркетинга для определения направлений развития строительства на селе, что позволит формировать новые и удовлетворять существующие потребности потребителей в объектах строительства при одновременном учете социальных и экологических последствий строительной деятельности и росте благосостояния общества в целом.

**Ключевые слова:** промышленное строительство, гражданское строительство, сельская местность, потребности, концепции маркетинга, социально-этический маркетинг, инновационный маркетинг.

**Azhaman I. A.**

Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture

## CONCEPTUAL BASES OF DEVELOPMENT INDUSTRIAL AND CIVIL BUILDING IN RURAL AREAS

### Summary

Key actors interested in sustainable development of industrial and civil building, as one of the factors in the development of rural areas have been identified. Conditions on which the development is proposed to carry out construction in rural areas are formed. Proposed to best meet individual needs of individual villagers, economic entities in rural areas (including their personal preferences, socio-economic development level, interests, goals, etc.) to carry out the construction of the development of the theory using the basic needs of Maslow. The need to use social – ethical and innovative marketing concepts to guide the development of construction in rural areas determined. This will enable create new and meet the needs of existing customers in construction projects while taking into account social and environmental impacts of construction activities and the wellbeing of society as a whole.

**Key words:** industrial engineering, civil building, rural areas, needs, marketing concepts, socio-ethical marketing, innovative marketing.