

## ЦІНОВА КОНКУРЕНЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

©2018 ПАХУЧА Е. В.

УДК 339.137.2:[631.15:65.011.4]

### Пахуча Е. В. Цінова конкуренція та її вплив на конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції

У статті розглянуто сутність цінової конкурентоспроможності, яка надає можливість сільськогосподарським підприємствам утримати та зміцнити свої позиції на ринку. Визначені основні показники конкурентоспроможності продукції та їх зв'язок з ціновою конкуренцією. Досліджено, що підвищення цінової конкуренції стає можливим завдяки використанню досягнень науково-технічних інновацій і зростанню споживчих властивостей товару. Прослідковано динаміку темпів зміни ціни в часовому періоді на прикладі основних видів сільськогосподарської продукції галузей рослинництва і тваринництва. Проведено дослідження рівня цінової конкурентоспроможності основних видів продукції в сільськогосподарських підприємствах України. Зроблено висновок, що перехід від цінових методів конкуренції до нецінових у вітчизняних умовах є найбільш складним, але необхідним кроком, який позитивно вплине на результати діяльності підприємства не лише в економічному, але і в соціальному аспекті. Перспективою подальших досліджень є вивчення інноваційної складової підвищення конкурентоспроможності виробництва продукції сільськогосподарства та її впливу на зміни цінової конкуренції.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, конкурентні переваги, сільськогосподарські підприємства, сільськогосподарська продукція, цінова конкуренція.

**Рис.:** 2. **Табл.:** 1. **Формул.:** 1. **Бібл.:** 9.

**Пахуча Еліна Вікторівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри прикладної економіки і міжнародних економічних відносин, Харківський національний аграрний університет ім. В. В. Докучаєва (п/в «Докучаєвське-2», Харківський район, Харківська область, 62483, Україна)

**E-mail:** ellinapakhucha@gmail.com

УДК 339.137.2:[631.15:65.011.4]

### Пахучая Э. В. Ценовая конкуренция и ее влияние на конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции

В статье рассмотрена сущность ценовой конкурентоспособности, которая позволяет сельскохозяйственным предприятиям удержать и укрепить свои позиции на рынке. Определены основные показатели конкурентоспособности продукции и их связь с ценовой конкуренцией. Доказано, что повышение ценовой конкуренции становится возможным благодаря использованию достижений научно-технических инноваций и роста потребительских свойств товара. Прослежена динамика темпов изменения цены во временном периоде на примере основных видов сельскохозяйственной продукции отраслей растениеводства и животноводства. Проведено исследование уровня ценовой конкурентоспособности основных видов продукции в сельскохозяйственных предприятиях Украины. Сделан вывод, что переход от ценовых методов конкуренции к неценовым в отечественных условиях является наиболее сложным, но необходимым шагом, который положительно повлияет на результаты деятельности предприятия не только в экономическом, но и в социальном аспекте. Перспективой дальнейших исследований является изучение инновационной составляющей повышения конкурентоспособности производства продукции сельского хозяйства и ее влияния на изменения ценовой конкуренции.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, конкурентные преимущества, сельскохозяйственные предприятия, сельскохозяйственная продукция, ценовая конкуренция.

**Рис.:** 2. **Табл.:** 1. **Формул.:** 1. **Библ.:** 9.

**Пахучая Элина Викторовна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры прикладной экономики и международных экономических отношений, Харьковский национальный аграрный университет им. В. В. Докучаева (п/о «Докучаевское-2», Харьковский район, Харьковская область, 62483, Украина)

**E-mail:** ellinapakhucha@gmail.com

UDC 339.137.2:[631.15:65.011.4]

### Pakhucha E. V. The Price Competition and its Impact on the Competitiveness of Agricultural Products

The article considers the essence of price competitiveness, which allows agricultural enterprises to maintain and strengthen their position in the market. The basic indicators of competitiveness of production and their connection with price competition are defined. It is proved that increase of price competition becomes possible due to use of achievements of scientific-technical innovations and growth of consumer properties of goods. The dynamics of paces of price change in the time period is traced on the example of the main agricultural products of both crop and livestock branches. A study on the level of price competitiveness of main products in agricultural enterprises of Ukraine is carried out. It is concluded that the transition from the price methods of competition to the non-price methods in the domestic conditions is the most difficult, but necessary step, which will positively impact the results of enterprise's activities not only in economic, but also in social aspect. Prospect for further research is studying the innovation component of increasing the competitiveness of agricultural production and its impact on changes in price competition.

**Keywords:** competitiveness, competitive advantages, agricultural enterprises, agricultural products, price competition.

**Fig.:** 2. **Tbl.:** 1. **Formulae:** 1. **Bibl.:** 9.

**Pakhucha Ellina V.** – PhD (Economics), Associate Professor of the Department of Applied Economics and International Economic Relations, Kharkiv National Agrarian University named after V. V. Dokuchaev (p/v «Dokuchaievskе-2», Kharkivskiyi district, Kharkiv region, 62483, Ukraine)

**E-mail:** ellinapakhucha@gmail.com

У сучасних глобалізаційних умовах цінова конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств відображає не лише їх здатність до зниження ціни зі збереженням беззбитковості, але й надає можливість до утримання та зміцнення своїх позицій на ринку. За допомогою цін, які є центральним елементом економічних відносин, сіль-

ськогосподарські підприємства здатні реагувати на зміни кон'юнктури ринку та контролювати результати своєї діяльності. Процес ціноутворення на ринку сільськогосподарської продукції має особливості, неврахування яких при розробці цінової політики підприємств спричиняє порушення ринкової рівноваги, що негативно впливає на їх конкурентоспро-

можність та соціально-економічний розвиток суспільства, у цілому.

Відхилення від стану рівноваги надає енергії силам, що здатні створити надлишок певних видів сільськогосподарської продукції та переважання ними ринку при зростанні пропозиції та дефіцит продукції, особливо вітчизняного виробництва, при її скороченні [1, с. 218].

У такій ситуації повернути ринок у стан рівноваги спроможна лише держава – через встановлення таких цін, що стимулюють зростання обсягу пропозиції при дефіциті продукції та обсягу попиту – при її надлишку. Водночас, надмірний контроль над цінами порушує механізм ринкового конкурентного ціноутворення на основі законів попиту та пропозиції, що обмежує цінову конкуренцію сільськогосподарських підприємств і можливості до формування їх конкурентоспроможності. Через це зростає роль ефективної цінової політики сільськогосподарських підприємств, її відповідності процесам конкурентного ціноутворення на ринку сільськогосподарської продукції як передумови забезпечення їх конкурентоспроможності.

Питанням цінової конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств та сільськогосподарської продукції присвятили свої праці такі вчені: Андрійчук В. Г., Арестенко В. В., Бурковська А. В., Васильєва Л. М., Гудак В. В., Гуменний В. Д., Смоленюк П. С., Костриченко В. М., Одінцов М. М., Червень І. І., Штепа О. В. та ін. Позиції більшості дослідників збігаються в тому, що цінова конкуренція проявляється в намаганні товаровиробників використати ціну як важіль утримання і зміцнення своєї позиції на ринку. До сьогодні залишається нерозв'язаною проблема створення сільськогосподарськими виробниками таких цінових умов функціонування, за яких вони могли б підвищувати конкурентоспроможність вітчизняної продукції та отримувати конкурентні переваги на зовнішньому ринку.

*Метою* статті є дослідження сучасного стану цінової конкурентоспроможності продукції, визначення рівня впливу цінової конкуренції на конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції та пошук шляхів зростання її рівня.

**Ч**им більша конкурентоспроможність продукції та ефективність виробництва, тим вищий рівень розвитку суспільства, адже успіх на внутрішньому та зовнішньому ринках сприяє стійкому економічному зростанню та розвитку не тільки підприємства, яке виготовляє таку продукцію, але й усього населення країни, зростання його добробуту. Це спричинене покращенням стану економіки, а отже, зростанням виробництва, збільшенням кількості робочих місць та зміцненням позицій країни на міжнародній арені. Конкурентоспроможність продукції підприємства залежить від багатьох факторів, до яких можемо віднести: якість виробництва та

обслуговування, застосування новітніх технологій, високий рівень професіоналізму персоналу, вдало продуману маркетингову політику, наявність конкурентів тощо. Кожне підприємство є зацікавленим у підвищенні конкурентоспроможності своєї продукції, особливо якщо воно прагне займати лідируючі позиції на ринку, а тому пошук нових шляхів для покращення своєї продукції є запорукою майбутнього успіху організації.

**Ц**іна на сільськогосподарську продукцію є важливим фактором, який характеризує рівень конкурентоспроможності продукції. В умовах цінової конкуренції стають більш конкурентоспроможними ті підприємства, які виробляють продукцію з високою ціною конкурентоспроможністю. Під ціною конкурентоспроможністю розуміють ступінь можливого зниження товаровиробником ціни на свій товар порівняно з ринковою ціною, за якої забезпечується безбитковий рівень її виробництва [2, с. 102].

Ціна виступає особливою формою прояву виробничих відносин, яка узгоджує протилежні інтереси суб'єктів господарювання. Особливо велика її роль у ринковій економіці, де вільні ціни виступають основним регулятором пропорцій суспільного відтворення, господарських відносин. Ціна є також важливим об'єктом державного регулювання, завдяки якому держава здійснює свою політику і в умовах ринку. В умовах ринкової економіки успіх будь-якого підприємства або підприємця багато в чому залежить від того, як правильно вони будуть встановлювати ціни на свої товари і послуги [3, с. 363].

Зростання цін усе більше призводить до зменшення споживання основних продуктів харчування населенням України, більш дорогі продукти замінюються дешевшими. Нездатність господарювати в нових умовах, диспаритет цін, низька платоспроможність населення призвели до недовикористання потужностей та збитковості діючих підприємств. Проблема диспаритету цін виникла в результаті реформування власності та переходу до ринкових економічних відносин і неконтрольованості даного процесу. Як наслідок, з кожним роком відбувалося збільшення диспаритету цін на продукцію сільськогосподарського виробництва і цін на споживані ним ресурси промислового походження, які зростали вище за темпами. Нині можна говорити про семикратну різницю в індексі цін [4, с. 7].

Під ціною конкурентоспроможністю Андрійчук В. Г. [5, с. 514] розуміє ступінь можливого зниження товаровиробником ціни на свій товар порівняно з ринковою ціною, за якого забезпечується безбитковість його виробництва, і визначає її за формулою, яка є частковою модифікацією рентабельності продажу:

$$ЦК = \frac{Ц - ПС}{Ц}, \quad (1)$$

де  $C$  – ціна продажу 1 ц продукції;

$ПС$  – повна собівартість 1 ц продукції (виробнича собівартість плюс витрати на реалізацію продукції).

При цьому, отримати переваги над конкурентами завдяки зниженню цін можуть лише ті підприємства, що виробляють товари з високою ціновою конкурентоспроможністю.

Васильєва Л. М. [6, с. 115] обґрунтовує важливість цінової політики сільськогосподарських підприємств у забезпеченні безбиткового обсягу виробництва їх продукції, виділяючи такі особливості формування цін на сільськогосподарську продукцію, як необхідність урахування фактора сезонності; природних умов, що впливають на рівень урожайності культур; місце реалізації (міський ринок, система торговельних мереж тощо) та рівень платоспроможності населення, який формує попит і регулює пропозицію.

**К**онкурентоспроможність продукції встановлюється на основі оцінки таких показників, як відповідність якості продукції нормативам, умови постачання, темпи зміни ціни, питома вага основних покупців, частка підприємства на ринку за обсягом продажу та експорту [7, с. 60]. Оскільки серед представлених показників конкурентоспроможності продукції є показник, що відноситься до цінової конкуренції, а саме – темпи зміни ціни, то можна прослідкувати динаміку його зміни в часовому періоді на прикладі основних видів сільськогосподарської продукції галузей рослинництва і тваринництва (рис. 1). Через те, що темпи зміни ціни відображають

властивості продукції щодо змін витрат споживачів і здатність підприємства до їх регулювання, було встановлено, що протягом досліджуваного періоду середнє зростання темпу зміни ціни на продукцію сільського господарства складає 1,18, переважно через стрімке зростання темпу зміни ціни на продукцію рослинництва, середнє зростання темпу зміни ціни якої становило 1,22.

Середнє зростання темпу зміни ціни на продукцію тваринництва було найменше і склало 1,16. Отже, можна дійти висновку, що сільськогосподарські підприємства не можуть повною мірою регулювати коливання зміни цін на продукцію, переважно через зростання витрат на виробництво і реалізацію продукції та зниження купівельної спроможності споживачів.

**С**лід визнати, що кожен проміжок часу для споживача характеризувався певною кількістю грошей, яку працівник міг отримати, працюючи поза межами основного робочого місця. Попри постійну зміну кількості грошей, змінювалися також ціни на товари, котрі робітник хотів би придбати для забезпечення свого життя. Ці зміни яскраво прослідковуються в купівельній спроможності споживачів за визначений період (рис. 2).

Завдяки цьому дослідженню є змога визначити тенденції зміни купівельної спроможності українського споживача під впливом часу. Отже, найбільша купівельна спроможність зафіксована у 2017 р., а найменша – у 2014 р., що також вказує на залежність між зміною цін на продукцію та купівельною спроможністю населення за досліджуваний період.



Рис. 1. Темпи зміни ціни реалізації сільськогосподарської продукції сільськогосподарськими підприємствами України, 2010–2017 рр.

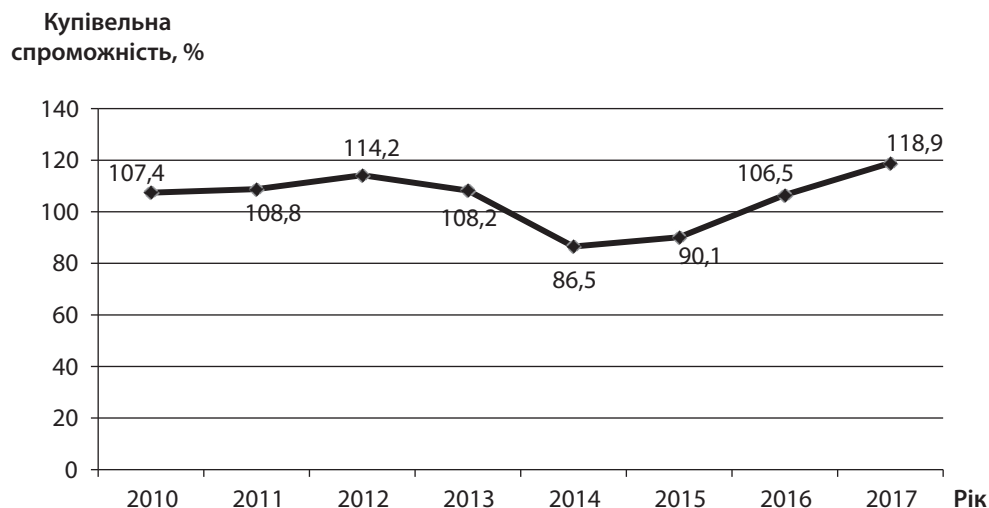


Рис. 2. Динаміка купівельної спроможності населення, 2010–2017 рр. (у % до попереднього року)

Конкурентоспроможність продукції нерозривно пов'язана з ефективністю її виробництва. Проте, незважаючи на їх тісний зв'язок, вони різняться за рядом ознак. Головною ознакою є те, що основна умова конкурентоспроможності – це рівень задоволення потреб покупців, а ефективність виробництва не передбачає такої умови. Головним показником ефективності виробництва є рівень рентабельності, а базові показники конкурентоспроможності – ціна і собівартість – розглядаються як фактори другого рівня, якість продукції – як фактор третього рівня [8, с. 31].

З метою забезпечення повного відображення можливостей життєздатності виробів і суб'єктів ринкової сфери користуються індексами конкурентоспроможності. Якщо величина індексу становить

менше одиниці, то це є свідченням необхідності переорієнтації економічної діяльності підприємства. Якщо ж значення індексу дорівнює одиниці, то це вимагає пошуку нових варіантів розвитку виробництва і ринків збуту. Якщо індекс конкурентоспроможності на п'ять і більше позицій перевищує одиницю, то це свідчить про правильність обраного економічного курсу підприємницької діяльності. Нами було проведено дослідження рівня цінової конкурентоспроможності основних видів продукції в сільськогосподарських підприємствах (табл. 1).

Дані табл. 1 свідчать, що цінова конкурентоспроможність у звітному році підвищилася, що, своєю чергою, зумовило підвищення попиту на дану продукцію з боку основних споживачів. Ціна реалізації протягом досліджуваного періоду по даних видах

Таблиця 1

Цінова конкурентоспроможність основних видів продукції в сільськогосподарських підприємствах України, 2013 і 2017 рр.

Вид продукції	Ціна реалізації 1 ц, грн		Собівартість 1 ц реалізованої продукції, грн		Цінова конкурентоспроможність		Індекс цінової конкурентоспроможності $I_{ц.к.}$
	$Ц_0$	$Ц_1$	$ПС_0$	$ПС_1$	$ЦК_0$	$ЦК_1$	
	2013 р.	2017 р.	2013 р.	2017 р.	2013 р.	2017 р.	
Культури зернові та зернобобові	130,0	377,2	127,57	291,3	0,02	0,23	12,28
Насіння культур олійних	308,8	913,2	232,05	367,2	0,25	0,60	2,41
Буряк цукровий фабричний	39,8	82,5	38,89	74,4	0,02	0,10	4,38
Культури овочеві	235,4	413,6	239,64	269,0	-0,02	0,35	-19,41
Культури плодові та ягідні	301,1	876,7	81,69	561,1	0,73	0,36	0,49
Сільськогосподарські тварини (у живій масі)	1290,1	3183,8	1857,58	1981,5	-0,44	0,38	-0,86
Молоко	336,4	723,4	304,25	530,9	0,10	0,27	2,79
Яйця, млн шт.	652,9	1145,9	442,23	1309,4	0,32	-0,14	-0,44



продукції зростає в 1,7–3 рази. Також виросла собівартість 1 ц продукції, що і вплинуло на зміну показників цінової конкурентоспроможності та самого індексу. Цінова конкуренція проявляється в намаганні товаровиробників використати ціну як важіль утримання і зміцнення своєї позиції на ринку. Знижуючи ціну для завоювання ринку збуту, товаровиробник повинен обов'язково брати до уваги низку обставин. Зниження ціни може відштовхнути потенційного покупця, адже низька ціна свідчить про низьку якість продукції. Інакше кажучи, товаровиробнику слід пам'ятати, що ціна сприймається покупцями як показник якості товару, а тому її зниження не повинне спричиняти підозру споживачів щодо низьких його споживчих властивостей.

**П**ерехід від цінових методів конкуренції до нецінових з усіма похідними наслідками у вітчизняних умовах є найбільш складним. У певному сенсі це сприяє і появі великої кількості технічно складних виробів, що веде до практично повсюдної трансформації поняття ціни як такої в багатоелементну ціну споживача, яка відображатиме всю суму витрат покупця, необхідну для повноцінного споживання товарів протягом всього терміну його служби.

Підвищення якості продукції позитивно впливає на результати діяльності підприємства. Високоякісна продукція повніше і дешевше задовольняє різноманітний попит населення на споживчі товари. Лише постійний і зростаючий випуск конкурентоспроможної продукції допомагає підприємству формувати сталий імідж, розвивати зовнішньоекономічну діяльність, забезпечує стабільне надходження прибутку та покращує фінансове становище [9, с. 113].

Серед технічних способів підвищення конкурентоспроможності продукції можна виділити застосування у виробництві новітніх технологій, сучасних виробів нової техніки, використання кращих матеріалів та сировини більш високої якості, модернізацію оснащення та обладнання.

## ВИСНОВКИ

Проведені дослідження свідчать, що конкурентоспроможність продукції підприємства залежить від багатьох факторів, до яких можемо віднести: якість виробництва, застосування технологічних інновацій, наявність кваліфікованих кадрів, наявність можливостей розвитку підприємства тощо. Однак ціна залишається одним із основних факторів, який характеризує рівень конкурентоспроможності продукції, про що свідчать дані дослідження. Важливе значення в досягненні конкурентних позицій має врахування завдань, що ставить підприємство на різний період свого розвитку, при розробці ціни на товари і послуги. Оскільки сільськогосподарські підприємства не можуть повною мірою регулювати коливання зміни цін на продукцію для досягнення конкурентоспромож-

ності своєї продукції, застосовуються нецінові механізми; створюються нові технології вирощування та підвищення урожайності сільськогосподарських культур; забезпечується приріст поголів'я худоби за рахунок виведення нових порід; запроваджуються у виробництво нові технічні способи; приділяється увага підвищенню якості продукції. ■

## ЛІТЕРАТУРА

- 1. Коваленко О. Ю.** Цінова конкурентоспроможність та особливості процесу ціноутворення на ринку сільськогосподарської продукції. *Інноваційна економіка*. 2013. № 3. С. 218–226.
- 2. Нагернюк Д. В.** Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності продукції. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2010. Вип. 6/1. С. 102–108.
- 3. Бурдейна Н. М.** Регулювання цінового механізму – основа підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва. *Вісник Харківського аграрного університету ім. В. В. Докучаєва*. 2015. № 3. С. 362–368.
- 4. Шпичак О. М.** Теоретико-методологічні аспекти ціноутворення на сільськогосподарську продукцію. *Економіка АПК*. 2012. № 1. С. 3–10.
- 5. Андрійчук В. Г.** Економіка підприємства агропромислового комплексу: підруч. Київ: КНЕУ, 2013. 780 с.
- 6. Васильєва Л. М.** Ціноутворення на продукцію АПК в умовах ринку. *Економічні науки*. 2004. Т. 30. Вип. 17. С. 115–117.
- 7. Малярець Л. М., Норік Л. О.** Економіко-математичні аспекти діагностики конкурентоспроможності підприємства: монографія. Харків: Вид. ХНЕУ, 2009. 214 с.
- 8. Євтушенко В. Д.** Підвищення конкурентоспроможності продукції скотарства сільськогосподарських підприємств: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Київ, 2018. 258 с.
- 9. Колесов О. С., Гуцалюк О. І.** Підвищення рівня конкурентоспроможності продукції як основна ціль виробничого менеджменту. *Збірник наукових праць ВНАУ*. 2012. № 4. Т. 2. С. 111–115.

## REFERENCES

- Andriichuk, V. H. *Ekonomika pidpriemstva ahropromyslovoho kompleksu* [The economy of the agro-industrial complex]. Kyiv: KNEU, 2013.
- Burdeina, N. M. "Rehulivannia tsinovoho mekhanizmu – osnova pidvyshchennia efektyvnosti silskohospodarskoho vyrobnytstva" [Regulation of the price mechanism – the basis for increasing the efficiency of agricultural production]. *Visnyk Kharkivskoho ahrarynogo universytetu im. V. V. Dokuchaieva*, no. 3 (2015): 362-368.
- Kolesov, O. S., and Hutsaliuk, O. I. "Pidvyshchennia rivnia konkurentospromozhnosti produktsii yak osnovna tsil vyrobnychoho menedzhmentu" [Increasing the level of product competitiveness as the main objective of production management]. *Zbirnyk naukovykh prats VNAU*, vol. 2, no. 4 (2012): 111-115.
- Kovalenko, O. Yu. "Tsinova konkurentospromozhnist ta osoblyvosti protsesu tsinoutvorennia na rynku silskohospodarskoi produktsii" [Price competitiveness and peculiarities of the pricing process in the agricultural market]. *Innovatsiina ekonomika*, no. 3 (2013): 218-226.
- Maliarets, L. M., and Norik, L. O. *Ekonomiko-matematychni aspekty diahnostryky konkurentospromozhnosti pidpriemstva*

[Economic-mathematical aspects of diagnostics of enterprise competitiveness]. Kharkiv: Vyd-vo KhNEU, 2009.

Naherniuk, D. V. "Metodychni pidkhody do otsinky konkurentospromozhnosti produktsii" [Methodological approaches to the assessment of the competitiveness of products]. *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu*, no. 6/1 (2010): 102-108.

Shpychak, O. M. "Teoretyko-metodolohichni aspekty tsinoutvorennia na silskohospodarsku produktiiu" [Theoretical

and methodological aspects of pricing for agricultural products]. *Ekonomika APK*, no. 1 (2012): 3-10.

Vasylieva, L. M. "Tsinoutvorennia na produktiiu APK v umovakh rynku" [Pricing for agricultural products in market conditions]. *Ekonomichni nauky*, vol. 30, no. 17 (2004): 115-117.

Yevtushenko, V. D. "Pidvyshchennia konkurentospromozhnosti produktii skotarstva silskohospodarskykh pidpriemstv" [Increasing the competitiveness of livestock production of agricultural enterprises]: *dys. ... kand. ekon. nauk* : 08.00.04, 2018.

УДК 338.48-2-056.24(100)

## ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ ДЛЯ ПОТРЕБ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ

©2018 ВЛАЩЕНКО Н. М.

УДК 338.48-2-056.24(100)

### Влащенко Н. М. Проблеми та перспективи розвитку інфраструктури для потреб інклюзивного туризму

За прогнозами експертів, інклюзивний туризм на сьогоднішній день можна назвати сектором ринку туризму, що швидко розвивається. Інвалідність, або обмеження функціональних можливостей людини, є складним соціальним фактором, вплив якого не може ігнорувати жодне суспільство. Актуальність теми цієї роботи визначається тим, що туризм може стати дуже ефективним засобом інтеграції осіб з обмеженими чи особливими потребами в сучасне суспільство. Метою статті є дослідження проблем і перспектив розвитку інфраструктури для потреб інклюзивного туризму та визначення пріоритетних напрямків її формування в Україні. Досліджено світові тенденції розвитку інклюзивного туризму, зокрема в європейських країнах. Проаналізовано сучасний стан розвитку інклюзивного туризму в Україні та перспективи вдосконалення відповідної інфраструктури. Розроблено рекомендації щодо активізації розвитку зазначеного виду туризму на основі стимулювання розвитку галузей, які прямо чи опосередковано задіяні в туристському бізнесі.

**Ключові слова:** інклюзивний туризм, інфраструктура, соціальні інновації, готельні підприємства.

**Рис.:** 1. **Бібл.:** 12.

**Влащенко Наталія Миколаївна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент, кафедра туризму і готельного господарства, Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова (вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002, Україна)

**E-mail:** wlagenko@bigmir.net

УДК 338.48-2-056.24(100)

### Влащенко Н. М. Проблемы и перспективы развития инфраструктуры для нужд инклюзивного туризма

По прогнозам экспертов, инклюзивный туризм на сегодняшний день можно назвать быстро развивающимся сектором рынка туризма. Инвалидность, или ограничение функциональных возможностей человека, является сложным социальным фактором, воздействие которого не может игнорировать ни одно общество. Актуальность темы этой работы обусловлена тем, что туризм может стать эффективным средством интеграции лиц с ограниченными или особыми потребностями в современное общество. Целью статьи является исследование проблем и перспектив развития инфраструктуры для нужд инклюзивного туризма и определение приоритетных направлений ее формирования в Украине. Исследованы мировые тенденции развития инклюзивного туризма, в частности в европейских странах. Проанализировано современное состояние развития инклюзивного туризма в Украине и перспективы совершенствования соответствующей инфраструктуры. Разработаны рекомендации по активизации развития данного вида туризма на основе стимулирования развития отраслей, которые прямо или косвенно задействованы в туристском бизнесе.

**Ключевые слова:** инклюзивный туризм, инфраструктура, социальные инновации, гостиничные предприятия.

**Рис.:** 1. **Библ.:** 12.

**Влащенко Наталья Николаевна** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туризма и гостиничного хозяйства, Харьковский национальный университет городского хозяйства им. А. Н. Бекетова (ул. Маршала Бажанова, 17, Харьков, 61002, Украина)

**E-mail:** wlagenko@bigmir.net

UDC 338.48-2-056.24(100)

### Vlashchenko N. M. The Problems and Prospects of Infrastructure Development for the Needs of Inclusive Tourism

According to experts, inclusive tourism today can be called a rapidly developing sector of the tourism market. Disability or person's functional limitations is a complex social factor whose impact cannot be ignored by any society. The relevance of the topic of this publication is stipulated by the fact that tourism can be an effective means of integrating persons with limited or special needs into contemporary society. The article is aimed at researching the problems and prospects of infrastructure development for the needs of inclusive tourism and defining the priority directions of formation of such infrastructure in Ukraine. The world tendencies of development of inclusive tourism, in particular in the European countries, are studied. The current status of development of inclusive tourism in Ukraine and prospects of improvement of the corresponding infrastructure are analyzed. The recommendations on enhancement of development of this type of tourism on the basis of stimulation of development of industries, which directly or indirectly are involved in tourism business, are elaborated.

**Keywords:** inclusive tourism, infrastructure, social innovations, hotel enterprises.

**Fig.:** 1. **Bibl.:** 12.

**Vlashchenko Natalia M.** – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism and Hotel Industry, O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv (17 Marshala Bazhanova Str., Kharkiv, 61002, Ukraine)

**E-mail:** wlagenko@bigmir.net