

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО  
ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ О. М. БЕКЕТОВА

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО  
ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ О. М. БЕКЕТОВА

Кваліфікаційна наукова  
праця па правах рукопису

**КОНОПЛІНА ОЛЕНА ОЛЕКСАНДРІВНА**

УДК: 658.15:332.8

**ДИСЕРТАЦІЯ**

**СТРАТЕГІЧНИЙ МОНІТОРИНГ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ  
ПІДПРИЄМСТВ ВОДОПОСТАЧАННЯ ТА  
ВОДОВІДВЕДЕННЯ ЗА ГРУПАМИ ЗАЦІКАВЛЕНИХ ОСІБ**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами  
(за видами економічної діяльності)

08 – економічні науки

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук  
Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,  
результатів і текстів інших авторів мають посилання гна відповідне джерело

\_\_\_\_\_ О. О. Конопліна

Науковий керівник Мізік Юлія Ігорівна, кандидат економічних наук, доцент

Харків 2019

## АНОТАЦІЯ

**Конопліна О.О. Стратегічний моніторинг ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення за групами зацікавлених осіб. - Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) (08 – Економічні науки). – Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, - Харків, 2019.

Дисертацію присвячено науково-теоретичному обґрунтуванню та розробці практичних рекомендацій щодо вдосконалення системи стратегічного моніторингу ділової репутації на підприємствах водопостачання та водовідведення.

Світові тенденції управління на даному етапі розвитку економіки, спрямовані більш на нематеріальні складові функціонування підприємства, які б в довготривалій перспективі забезпечували його стабільність та розвиток. Використання нематеріальних переваг повинно сприяти створенню позитивної ділової репутації. Хоч досвід формування ділової репутації мають переважно зарубіжні компанії, все більше вітчизняних підприємств розуміють необхідність створення та покращення власної ділової репутації.

З огляду на критичне технічне, економічне та фінансове становище підприємств галузі, вимагає пошуку та застосування нових ефективних методів, які б забезпечували не тільки ефективність функціонування, але й певний рівень ділової репутації підприємства. Саме тому формування та підтримання належного рівня ділової репутації підприємств галузі є об'єктивною необхідністю сучасного управління.

Оскільки на сьогоднішній день проблема ділової репутації підприємств набуває першочергового значення, виникає потреба розробки системи моніторингу її забезпечення. Існуючі моделі та методи управління, такі як

аналіз, контроль, планування, прогнозування, в сучасних умовах господарювання не здатні до оперативного та адекватного реагування на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. Недосконалість систем збору, обробки, систематизації фінансової інформації не дозволяє в повній мірі використовувати вищеназвані методи та прийоми, а також формулювати об'єктивні висновки. Теоретико-методичне та прикладне значення вирішення окреслених проблем зумовило актуальність обраної теми, визначило мету, завдання й напрям дослідження.

Метою дисертаційної роботи є розробка теоретико-методичних засад та практичних аспектів застосування стратегічного моніторингу ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення.

У першому розділі «Теоретичні засади формування стратегічного моніторингу ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення за групами зацікавлених осіб» досліджено місце і роль підприємств водопостачання та водовідведення у розвитку національної економіки України, проаналізовано їх сучасний стан, проблеми розвитку підприємств в контексті формування системи стратегічного моніторингу ділової репутації. Уточнено сутність поняття «стратегічний моніторинг ділової репутації», що становить основу понятійно-термінологічного апарату дослідження та дозволило розглядати його як спеціально організовану постійно та безперервно діючу систему, за допомогою якої здійснюється процес збору, накопичення, систематизації, аналізу інформації, яка встановлює напрями взаємодії із зовнішніми і внутрішніми зацікавленими особами, що впливають на діяльність підприємств та формують рівень його ділової репутації. Запропонована система стратегічного моніторингу ділової репутації включає взаємопов'язані блоки: перший – ідентифікація зацікавлених осіб та дослідження їх факторів впливу на ділову репутацію, що включає вибір пріоритетних груп та напрямів взаємодії із ними, а також визначення набору показників для здійснення оцінки рівня взаємодії шляхом визначення інтегрованого показника, другий – визначення рівня ділової репутації та

реалізація моделі стратегічного моніторингу ділової репутації, що включає визначення інтегрованого показника рівня взаємодії, визначення вагомості кожної з обраних груп у загальному рівні ділової репутації, на основі отриманих даних здійснюється побудова репутаційних радарів та інтерпретація отриманих результатів на основі розробленої шкали значень індексів ділової репутації.

У другому розділі «Методичне забезпечення стратегічного моніторингу ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення» здійснено ідентифікацію основних груп зацікавлених осіб підприємств водопостачання та водовідведення, удосконалено теоретико-методичний інструментарій оцінки показників рівня взаємодії із зацікавленими особами; визначено основні параметри ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення; розроблено методичний підхід до визначення рівня ділової репутації; розроблено алгоритм оцінки значущості впливу факторів зовнішніх та внутрішніх зацікавлених осіб на рівень ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення.

Для підприємств водопостачання та водовідведення визначено «типовий» перелік зацікавлених осіб, притаманний багатьом підприємствам та «специфічні» групи, що є зацікавленими особами по відношенню саме до цієї галузі. Для кожної групи зацікавлених осіб було визначено притаманні їм напрями взаємодії та показники, що її відображають. Проведення оцінки методом аналізу ієрархій дозволило провести диференціацію цільових груп та напрямів взаємодії підприємств водопостачання та водовідведення за пріоритетністю та впорядкувати їх. За обраними напрямками методом експертний оцінок обчислено попередні показники взаємодії зацікавлених осіб з підприємствами водопостачання та водовідведення за групами та напрямками взаємодії.

У третьому розділі «Інформаційно-аналітичне забезпечення стратегічного моніторингу ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення за групами зацікавлених осіб» реалізовано запропоновану

систему стратегічного моніторингу ділової репутації на підприємствах водопостачання та водовідведення міст Харків, Дніпр, Київ, Львів, Запоріжжя, Херсон, за допомогою якої визначено пріоритетні напрями взаємодії, здійснено оцінку інтегральних показників рівня взаємодії з кожною цільовою групою. Для інтерпретації отриманих значень інтегрального показника рівня ділової репутації використовуватиметься модифікований показник рівня розвитку. На основі даних фінансової статистичної звітності обчислено показники рівня взаємодії підприємств водопостачання та водовідведення у містах Харкові, Дніпрі, Києві, Львові, Запоріжжі та Херсоні. За отриманими значеннями показників рівня ділової репутації запропоновано систему заходів щодо її постійного моніторингу та коригування за певними параметрами та напрямками взаємодії. За результатами проведених розрахунків було розроблено ряд рекомендацій управлінського характеру щодо підвищення рівня ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення і як наслідок, стабілізації їх діяльності. За результатами розрахунків доведено, що реалізація системи стратегічного моніторингу ділової репутації сприяє підвищенню якості управління та потребує впровадження, реалізації та контролю з боку підприємств водопостачання та водовідведення.

Наукова новизна одержаних результатів дисертаційної роботи полягає у розвитку теоретико-методичних положень та розробці практичних рекомендацій щодо формування системи стратегічного моніторингу ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення за групами зацікавлених осіб. Зокрема, в роботі удосконалено визначення сутності стратегічного моніторингу ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення на основі дослідження й систематизації наявних підходів, який на відміну від існуючих враховує змістовні характеристики понять «ділова репутація підприємства», «зацікавлені особи підприємства» та «репутаційний менеджмент», що сприяє розвитку теоретичних засад забезпечення високого рівня ділової репутації як одного з факторів забезпечення стабільності

діяльності підприємств; підхід до формування системи управління підприємств водопостачання та водовідведення шляхом формування та впровадження системи стратегічного моніторингу ділової репутації, який, на відміну від існуючих, заснований на оцінці, аналізі, прогнозуванні та контролі рівня ділової репутації підприємств.

Автором розроблена методика комплексного оцінювання рівня ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення, яка, на відміну від відомих, дають можливість оцінити вклад окремих груп зацікавлених осіб формування ділової репутації шляхом побудови репутаційних радарів відповідно до кожної моделі ситуації, що склалася, та регулювати значення репутаційних індексів через прийняття відповідних управлінських рішень.

Набуло подальшого розвитку розробка комплексу управлінських заходів з впровадження системи стратегічного моніторингу ділової репутації на підприємствах водопостачання та водовідведення, що на відміну від існуючих передбачає не тільки разове визначення рівня ділової репутації, а й здійснення постійного контролю за її рівнем з метою своєчасного реагування на негативний вплив; теоретико-методичні положення щодо оцінки рівня взаємодії зацікавлених осіб підприємств водопостачання та водовідведення, які, на відміну від існуючих, передбачають здійснення розрахунку показників взаємодії із застосуванням методу таксономії, що дозволило з більшим ступенем достовірності визначити вплив цільових груп на ділову репутацію підприємств водопостачання та водовідведення з точки зору можливості формування системи стратегічного моніторингу, яка створює інформаційну базу для прийняття ефективних управлінських рішень.

Практичне значення отриманих результатів полягає в розробці конкретних положень і рекомендацій, придатних для практичного застосування у напрямку удосконалення системи стратегічного моніторингу ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення за групами зацікавлених осіб.

Основні результати роботи, які мають прикладний характер, впроваджені на КП «Харківводоканал» (Довідка про впровадження № 3 від 19.11.2018 р.),

МКП «ВУВКГ м. Херсона (довідка № 01/231 від 05.12.2018 р.), КП «Черкасиводоканал» Черкаської міської ради (довідка №4636/01 від 12.02.2019 р.). Окремі результати дослідження використовуються в навчальному процесі Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова на факультеті економіки і підприємництва при формуванні навчально-методичного забезпечення та викладанні таких дисциплін як «Бухгалтерський облік в управлінні підприємством», «Організація і методика аудиту», «Економетрика» (довідка № 4002/24 від 11.01.2018 р.).

**Ключові слова:** стратегічний моніторинг, ділова репутація підприємства, зацікавлені особи, інтегрований показник рівня взаємодії, репутаційний радар, метод таксономії, підприємства водопостачання та водовідведення.

## ABSTRACT

**Konoplina O.O. Strategic monitoring of business reputation of water supply and sewage companies by groups of interested persons. - Qualifying scientific work as a manuscript.**

Thesis for a Candidate Degree in Economics of the specialty 08.00.04 - "Economics and Management of Enterprises (by types of economic activity)" (08 - Economic Sciences). - O. M. Beketov Kharkiv National University of Urban Economy, - Kharkiv, 2018.

The Thesis is dedicated to scientific and theoretical substantiation and development of practical recommendations for improvement of the system of strategic monitoring of business reputation in water supply and sewerage enterprises.

Global trends in management at this stage of economic development, aimed more at the intangible components of the operation of the enterprise, which in the long run would ensure its stability and development. The use of intangible benefits should help to create a positive business reputation. Although the experience of

forming a business reputation is mainly for foreign companies, more and more domestic enterprises understand the need to create and improve their own business reputation.

Given the critical technical, economic and financial situation of the industry, it demands the search for and application of new effective methods that would ensure not only the efficiency of the operation, but also a certain level of business reputation of the enterprise. That is why the formation and maintenance of the proper level of business reputation of the industry is an objective necessity of modern management.

Since today the problem of business reputation of enterprises is of paramount importance, there is a need to develop a system for monitoring its provision. Existing models and management methods, such as analysis, control, planning, forecasting, are not able to respond promptly and adequately to changes in the internal and external environment of an enterprise in the current economic environment. The imperfection of the systems of collection, processing, systematization of financial information does not allow to fully use the above-mentioned methods and techniques, as well as to formulate objective conclusions. The theoretical, methodological and applied value of the solution of the above problems caused the relevance of the chosen theme, determined the purpose, task and direction of the study.

The purpose of the dissertation is to develop theoretical and methodological principles and practical aspects of strategic monitoring of the business reputation of water supply and sewage companies.

In the first chapter "Theoretical principles of strategic monitoring of business reputation of water supply and sewage enterprises by groups of interested persons" the place and role of water supply and water supply companies in the development of the national economy of Ukraine are researched, their current state, problems of enterprise development in the context of the formation of the system of strategic monitoring of business reputation. The essence of the concept "strategic monitoring of business reputation", which forms the basis of the conceptual and



terminological apparatus of the study, has been clarified and allowed to consider it as a specially organized continuously and continuously operating system through which the process of collection, accumulation, systematization, analysis of information, which establishes the directions of external and internal stakeholders that influence the activities of enterprises and form the level of its business reputation. The proposed system of strategic monitoring of business reputation includes interconnected blocks: the first is the identification of stakeholders and the study of their factors of influence on business reputation, which includes the selection of priority groups and areas of interaction with them, and the definition of a set of indicators for assessing the level of interaction by defining an integrated indicator, the second is the definition of the level of business reputation and implementation of the model of strategic monitoring of business reputation, which includes the definition of an integrated level of interaction, the determination of the importance of each of the selected groups in the overall level of business reputation, based on the data obtained builds reputation radars and interpretation of the results on the basis of the developed scale values of business reputation indexes.

In the second chapter "Investigation of the factors of influence of interactions with stakeholders on the business reputation of water supply and sewage companies", identification of the main groups of water supply and sewage companies' stakeholders was carried out, the theoretical and methodical tools for evaluating the indicators of the level of interaction with the interested persons were improved; the main parameters of the business reputation of water supply and sewage companies are determined; a methodical approach to determining the level of business reputation is developed; an algorithm for assessing the significance of the influence of factors of external and internal stakeholders on the level of business reputation of water supply and sewage companies is developed.

For the water supply and sewage companies, a "typical" list of stakeholders is identified, which is common to many enterprises and "specific" groups that are interested parties in relation to this particular branch. For each group of stakeholders, the directions of interaction and indicators that reflect it are

identified. Conducting an estimation by hierarchy analysis allowed for differentiation of target groups and directions of interaction of water supply and sewage companies according to priority and to organize them. According to the chosen directions, the expert estimation method has calculated the indices of interaction of stakeholders with water supply and sewage companies according to groups and directions of interaction.

In the third chapter "Formation and implementation of the model of strategic monitoring of business reputation of water supply and sewage enterprises by groups of interested persons" implemented the proposed system of strategic monitoring of business reputation at the water supply and drainage enterprises of Kharkiv, Dnipro, Kyiv, Lviv, Zaporizhzhya, Kherson, through which it is defined priority directions of interaction, estimation of integral indicators of the level of interaction with each target group. To interpret the obtained integral index of the level of business reputation, a modified development level indicator will be used. Based on the data of financial statistical reporting, the indicators of the level of interaction between water supply and sewage enterprises in the cities of Kharkiv, Dnipro, Kyiv, Lviv, Zaporizhia and Kherson are calculated. Based on the obtained values of the indicators of the level of business reputation, a system of measures for its constant monitoring and adjustment on certain parameters and directions of interaction is proposed. Based on the results of the calculations, a number of managerial recommendations were developed to raise the level of business reputation of water supply and sewage companies and, as a consequence, to stabilize their activities. According to the results of the calculations it is proved that the implementation of the system of strategic monitoring of business reputation improves the quality of management and needs implementation, implementation and control by the water supply and sewage companies.

The scientific novelty of the obtained results consists of the development of theoretical and methodological provisions and the development of practical recommendations for the formation of a system of strategic monitoring of the business reputation of water supply and wastewater companies by groups of interested persons.

In particular, the work has improved the definition of the essence of strategic monitoring of the business reputation of water supply and sewage companies on the basis of research and systematization of existing approaches, which, in contrast to existing ones, takes into account the substantive characteristics of the notions of "business reputation of the enterprise", "interested persons of the enterprise" and "reputational management", that contributes to the development of the theoretical foundations of ensuring a high level of business reputation as one of the factors of ensuring the stability of enterprises; an approach to the formation of a water management and wastewater management system through the development and implementation of a system of strategic monitoring of business reputation, which, unlike existing ones, is based on the assessment, analysis, forecasting and control of the level of business reputation of enterprises.

The author developed a methodology for integrated assessment of the level of business reputation of water supply and sewage companies, which, unlike the known ones, makes it possible to evaluate the contribution of individual groups of interested persons in the formation of business reputation by constructing reputational radars in accordance with each model of the current situation and regulating the values of reputation indices through making appropriate managerial decisions.

Development of a complex of administrative measures for the implementation of the system of strategic monitoring of business reputation in water supply and sewage enterprises has further developed, which, unlike the existing ones, involves not only one-time determination of the level of business reputation, but also constant monitoring of its level in order to react in a timely manner to negative impact; theoretical and methodological provisions for assessing the level of interaction between the interested parties of water supply and sewage companies, which, unlike existing ones, provide for calculation of indicators of interaction with the application of the taxonomy method, which allowed with a greater degree of reliability to determine the impact of target groups on the business reputation of water supply and sewage companies in terms of the possibility of forming a system of strategic monitoring, which creates an information base for effective management decisions.

The practical significance of the obtained results is to develop specific provisions and recommendations suitable for practical application in order to improve the system of strategic monitoring of the business reputation of water supply and sewage enterprises by groups of interested parties.

The scientific results, which are applied, have found practical application at Communal enterprise "Kharkivvodokanal" (Certificate of Implementation No. 3 dated 19.11.2018). Some results of the research are used in the educational process of the Kharkiv National University of Municipal Economy named after A. M. Beketov at the Faculty of Economics and Entrepreneurship in the formation of teaching and methodological support and teaching of such disciplines as "Accounting in the management of the enterprise", "Organization and methodology of audit", "Econometrics "(certificate number 4002/24 dated January 11, 2018).

**Key words:** strategic monitoring, business reputation of the company, interested persons, integrated level of interaction, reputation index, reputation radar interaction index, water supply and wastewater companies.

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ АВТОРОМ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

### Наукові праці, у яких опубліковані основні наукові результати дисертації

1. Коноплина Е.А., Дымченко Е.В. Водопроводно-канализационное хозяйство: концепция системного рассмотрения в задачах инновационного развития. *Научный информационный журнал «Бизнес информ»*. 2009. №2 (3). С. 18-27. (Особистий внесок: досліджено особливості функціонування підприємств водопостачання та водовідведення, основних протиріч їх діяльності у ринкових умовах)

2. Конопліна О.О., Бубенко П.Т., Владимірова М.С. Житлово-комунальне господарство як об'єкт регіональної інноваційної політики. *Наук.-техн. зб Комунальне господарство міст*. 2010. Вип. 78. С. 111-118.

*(Особистий внесок: дослідження місця та ролі житлово-комунального господарства у національній економіці країни)*

3. Конопліна О.О., Мамонов К.А. Стан та особливості функціонування житлово-комунального комплексу України. *Економіка і управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики*. 2013. №2 (22). С. 29-39. *(Особистий внесок: дослідження житлово-комунального господарства як галузі, визначення основних проблем та тенденцій розвитку)*

4. Конопліна О.О. Особливості взаємодії стейкхолдерів підприємств житлово-комунального господарства. *Наук.-техн. зб. Комунальне господарство міст*. 2014. Вип. 113. С. 327-334.

5. Конопліна О.О. Форми взаємодії стейкхолдерів із підприємствами житлово-комунального господарства. *Наук.-техн. зб. Комунальне господарство міст*. 2015. Вип. 119. С. 11-15.

*Наукові праці у виданнях іноземних держав або у виданнях України, які включені до міжнародних наукометричних баз даних*

6. Конопліна О.О., Мамонов К.А., Гавриличенко Є.В. Теоретико-методичні положення та особливості формування стейкхолдерів на підприємствах житлово-комунального господарства. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. № 8. С.127-135. *(Особистий внесок: досліджено основні групи стейкхолдерів підприємств житлово-комунального господарства та їх вплив на діяльність підприємств)*

7. Конопліна О.О., Момот Т.В., Філатова І.О. Стейкхолдерно-орієнтований підхід до забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств: теоретико-методичні засади впровадження. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 8. С.36-44. *(Особистий внесок: досліджено форми взаємодії стейкхолдерів із підприємствами)*.

8. Конопліна О.О., Мізік Ю.І. Оцінка рівня взаємодії стейкхолдерів із комунальними підприємствами на основі методу таксономії. *Науковий вісник ужгородського університету Серія «Економіка»*. 2015. Вип. 2 (46). С. 191-

196. *(Особистий внесок: запропоновано методику оцінки рівня взаємодії стейкхолдерів з комунальними підприємствами)*

9. Конопліна О.О., Мізік Ю.І., Панов В.В. Стратегічні пріоритети формування ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення за групами зацікавлених осіб. *Економічний аналіз: зб. наук. праць*. 2016. Том 25. №2. С. 108-114. *(Особистий внесок: виявлено основні групи зацікавлених осіб підприємств водопостачання та водовідведення, основні параметри ділової репутації)*

10. Конопліна О.О., Мізік Ю.І., Панов В.В., Ярошенко Н.А. Провідні методи та інструменти стратегічного моніторингу фінансово-економічної безпеки підприємств водопостачання та водовідведення. *Науковий вісник ужгородського національного університету. Серія Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2017. Вип. 16. Ч. 2. С. 25-28. *(Особистий внесок: запропоновано інструментарій системи стратегічного моніторингу фінансово-економічної безпеки)*.

11. Конопліна О.О., Мізік Ю.І., Ярошенко Н.А. Reputation Audit in the Management System of Business Reputation at Public Utility Enterprises of a Region. *Business Economics*. 2018. Issue 4 (2). Vol. 53. Pages 285-566. P. 440-453. *(Особистий внесок: досліджено роль репутаційного аудиту в процесі формування та підвищення ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення)*

12. Конопліна О.О., Мізік Ю.І. Стратегічний моніторинг як інструмент управління діловою репутацією підприємств водопостачання та водовідведення. *Науковий вісник ужгородського національного університету. Серія Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 22. Ч. 2. С. 120-124. *(Особистий внесок: розроблено систему стратегічного моніторингу ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення)*

Праці апробаційного характеру

13. Конопліна О.О. Развитие ВКХ: инновационный путь в региональных условиях. *Соціально-економічні проблеми регіонального розвитку*: матеріали X між нар. наук.-практ. конф. (Дніпропетровськ. 11-12 грудня 2008 року). Дніпропетровськ, 2008. С.291-293.

14. Конопліна О.О. Перспективи розвитку інформаційної системи підприємств комунальної сфери. *Актуальні проблеми і перспективи розвитку економіки України*: матеріали VII міжнар. наук.-практ. конфер. (Алушта, 26-28 вересня 2008 р.). Симферополь, 2008. С. 67.

15. Конопліна О.О., Леонов Я.В. Регуляторна функція тарифів в системі комунальних підприємств. *Економічні проблеми та перспективи розвитку житлово-комунального господарства на сучасному етапі*: матеріали II міжнар. наук.-практ. конфер. (Харків, 2010 р.). Харків, 2010. (Особистий внесок: досліджено складові тарифної політики)

16. Конопліна О.О. Особливості взаємодії стейкхолдерів із підприємствами житлово-комунального господарства. *Перспективи розвитку ринкової економіки на засадах конкурентоспроможності, інноваційності та сталості*: матеріали міжнар. наук.-практ. конфер. (Дніпропетровськ, 14-15 лютого 2014 р.). Дніпропетровськ, 2014. С.43-45.

17. Конопліна О.О., Мамонов К.А. Стимули та перешкоди впровадження державно-приватного партнерства у галузі ЖКГ. *Проблеми та перспективи розвитку державно-приватного партнерства у галузі житлово-комунального господарства*: матеріали наук.-практ. інтернет-конфер. (Харків, 1-28 лютого 2015 р.). Харків, 2015. С. 129-131. (Особистий внесок: досліджено переваги впровадження державно-приватного партнерства на комунальних підприємствах)

18. Конопліна О.О. Організаційно-економічні засади формування фінансово-економічної безпеки підприємств житлово-комунального господарства. *Обліково-аналітичне забезпечення управління фінансово-економічною безпекою в умовах європейської інтеграції*: матеріали V міжнар.

наук.-практ. конфер. (Харків, 26-27 листопада 2015 р.). Харків, 2015. С. 66-69.

19. Конопліна О.О., Мізік Ю.І. New Managerial Approaches For Business Reputation Enhancing: on the Example of Water Services Enterprises in Ukraine. *International conference on informatization management processes of economic and* (Brno, Czech Republic, 15th September 2016). Brno, Czech Republic, 2016. С. 167-173. (Особистий внесок: здійснено оцінку основні параметри ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення)

20. Конопліна О.О., Момот Т.В., Панов В.В. Особливості моніторингу в системі фінансово-економічної безпеки підприємств водопостачання та водовідведення. *Актуальні проблеми економіки та менеджменту: теоретичні і практичні аспекти*: тези доп. V міжнар. наук.-практ. конф. (Хмельницький - смт. Сатанів, 12-14 травня 2017 р.). Хмельницький, 2017. С. 109-111. (Особистий внесок: визначено сутність моніторингу та особливості його впровадження в діяльність підприємств водопостачання та водовідведення)

21. Конопліна О.О., Дегтяр Є.Г., Пивовар М.А. Імідж, гудвіл, ділова репутація: взаємозв'язок, відмінності та вплив на діяльність підприємства. *Стратегічна аналітика та антикорупційний аудит в системі забезпечення фінансово-економічної безпеки держави, регіону, суб'єктів господарювання*: матеріали VI міжнар. наук.-практ. конфер. (Харків, 26-27 жовтня 2017 р.). Харків, 2017. С. 107-110. (Особистий внесок: систематизовано підходи до визначення сутності ділової репутації та визначено її характерні риси)

22. Конопліна О.О., Панов В.В. Стратегічний моніторинг ділової репутації в системі репутаційного менеджменту підприємств водопостачання та водовідведення. *Інновації в обліково-аналітичному забезпеченні та управлінні фінансово-економічною безпекою держави, регіону, суб'єктів господарювання – міждисциплінарний підхід*: матеріали VII міжнар. наук.-практ. інтернет-конфер. для здобувачів вищої освіти і молодих науковців. (Харків, 15–16 жовтня 2018 р.). Харків, 2018. С. 190-193. (Особистий внесок:



*обґрунтовано необхідність впровадження стратегічного моніторингу з метою управління діловою репутацією)*

23. Конопліна О.О. Сучасні аспекти оцінки ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення. *Інновації в обліково-аналітичному забезпеченні та управлінні фінансово-економічною безпекою держави, регіону, суб'єктів господарювання – міждисциплінарний підхід: матеріали VII міжнар. наук.-практ. інтернет-конфер. для здобувачів вищої освіти і молодих науковців. (Харків, 15–16 жовтня 2018 р.). Харків, 2018. С. 186-188.*

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МОНІТОРИНГУ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ВОДОПОСТАЧАННЯ ТА ВОДОВІДВЕДЕННЯ ЗА ГРУПАМИ ЗАЦІКАВЛЕНИХ ОСІБ .....	12
1.1. Місце і роль підприємств водопостачання та водовідведення у розвитку національної економіки України.....	12
1.2. Роль зацікавлених осіб у формуванні ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення .....	36
1.3. Особливості стратегічного моніторингу ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення.....	47
Висновки до розділу 1.....	57
РОЗДІЛ 2. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МОНІТОРИНГУ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ВОДОПОСТАЧАННЯ ТА ВОДОВІДВЕДЕННЯ.....	61
2.1. Ідентифікація зацікавлених осіб підприємств водопостачання та водовідведення та їх вплив на ділову репутацію .....	61
2.2. Аналіз факторів впливу взаємодії із зацікавленими особами на ділову репутацію.....	77
2.3. Методичне забезпечення оцінки рівня взаємодії зацікавлених осіб в організації стратегічного моніторингу ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення .....	90
Висновки до розділу 2.....	121
РОЗДІЛ 3. ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МОНІТОРИНГУ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ВОДОПОСТАЧАННЯ ТА ВОДОВІДВЕДЕННЯ ЗА ГРУПАМИ ЗАЦІКАВЛЕНИХ ОСІБ.....	124
3.1. Розробка моделі та інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічного моніторингу ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення .....	124
3.2. Оцінка ступеня довіри зацікавлених осіб до підприємств водопостачання та водовідведення .....	130
3.3. Побудова репутаційних радарів для підприємств водопостачання та водовідведення за групами зацікавлених осіб .....	136
Висновки до розділу 3.....	158
ВИСНОВКИ.....	161
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	169
ДОДАТКИ.....	195

## ВСТУП

*Актуальність теми дослідження.* Сучасні світові тенденції управління підприємствами спрямовані все більше на нематеріальні складові успішного ведення бізнесу такі як репутація, яка є для підприємств найважливішим фактором конкурентоспроможності. Незважаючи на те, що досвід управління діловою репутацією мають переважно зарубіжні компанії, усе більше вітчизняних підприємств враховують цей чинник під час формування та реалізації стратегії конкурентоспроможності. Підприємства водопостачання та водовідведення (ПВВ) не є винятком. З огляду на критичне технічне, економічне та фінансове становище підприємств галузі, актуальним та своєчасним є застосування нових ефективних методів, які б забезпечували не тільки ефективність функціонування, але й формування і використання такої складової нематеріальних активів, як ділова репутація. Позитивна ділова репутація сприяє підвищенню інвестиційної привабливості, а в рамках реалізації державного приватного партнерства дозволяє розширити можливості його реалізації на підприємствах водопостачання та водовідведення. Для мінімізації репутаційних ризиків набуває першочергового значення моніторинг забезпечення ділової репутації підприємств. Довгострокова стратегічна спрямованість забезпечення ділової репутації має базуватися на використанні сучасного інструментарію комплексного оцінювання рівня ділової репутації, що враховує взаємовідносини з різними категоріями зацікавлених осіб.

Проблеми ділової репутації підприємств стали предметом системних та ґрунтовних досліджень багатьох зарубіжних та вітчизняних учених-економістів, зокрема питання визначення, структури та оцінки ділової репутації підприємства досліджували В. Бабаєв, П. Бубенко, З. Варналія, В. Гапоненко, С. Горін, Г. Даулінг, О. Димченко, В. Забродський, О. Ілляшенко, С. Ілляшенко, Ф. Кідлад та Е. Прескотт, Г. Козаченко, О. Ляшенко, І. Мігус, С. Майерс, Т. Момот, М. Новікова, І. Писаревський, С. Плотницька, К.

Савенко, О. Селезньова, Н. Чебанова, І. Шер, О. Шиманська, Л. Шутенко та ін. Різні аспекти формування та управління діловою репутацією, зокрема питання репутаційного менеджменту, моніторингу, вивчали О. Бурбело, І. Вінокур, В. Вітлінський, Б. Грек, Г. Даулінг, Ф. Джефкінс, К. Карпова, Н. Кричевський, А. Кіреєв, К. Мамонов, С. Молодецький, Е. Семпсон, С. Сергієнко, І. Синяєва, Д. Ядін та ін. Погоджуючись із думками вчених, слід зазначити, що проблематика формування, управління та моніторингу ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення (ДРПВВ) на сьогодні не є остаточно вирішеною і потребує розробки та застосування методів та інструментів впливу. Таким чином, теоретико-методичне та прикладне значення вирішення окресленого завдання зумовило вибір теми дисертаційної роботи та її актуальність.

***Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.*** Зміст і напрямок досліджень, що виконані в дисертаційній роботі, відповідають завданням реформ, визначених Законом України «Про Загальнодержавну програму реформування і розвитку житлово-комунального господарства» № 1869-IV від 11.06.2009 р.

Дисертаційна робота є ініціативною й водночас складовою частиною науково-дослідних робіт Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова в межах державної бюджетної тематики: «Інформаційно-аналітичне забезпечення функціонування системи управління фінансово-економічною безпекою суб'єктів господарювання України в сучасних умовах: теорія, методологія, практика», етап 3 – «Удосконалення інформаційно-аналітичної системи управління фінансово-економічною безпекою суб'єктів господарювання України: планова та контрольна-облікова діяльність» (2013 р., номер державної реєстрації 0112U003092) – автором удосконалено теоретико-методичні засади визначення зацікавлених осіб підприємства, зокрема у житлово-комунальному господарстві, та управління їх взаємодією, «Інформаційно-аналітичне забезпечення функціонування системи управління фінансово-економічною безпекою

суб'єктів господарювання України в сучасних умовах: теорія, методологія, практика» (2016 р., 2017 р., номер державної реєстрації 0116U005339) – автором удосконалено теоретико-методичні засади визначення стратегічного моніторингу ділової репутації, та запропоновано алгоритм оцінки її рівня для підприємств водопостачання та водовідведення, удосконалено категорійний апарат щодо визначення репутаційного менеджменту підприємств, а також місця репутаційного аудиту в системі репутаційного менеджменту. В межах госпдогвірної науково-дослідної роботи «Розробка теоретико-методичних засад стратегічного моніторингу в системі забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств водопостачання та водовідведення» № 4/12–ПД/16 від 01.12.2016 р. – узагальнено існуючі наукові підходи до визначення стратегічного моніторингу, «Сучасний стан та передумови забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств водопостачання та водовідведення» № 125/4–НР/17 від 15.05.2017 р. – проаналізовано сучасний стан підприємств водопостачання та водовідведення та основні тенденції їх розвитку.

**Мета і завдання дослідження.** Метою дисертаційної роботи є розробка теоретико-методичних засад і практичних рекомендацій щодо здійснення розробки та впровадження стратегічного моніторингу ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення. Досягнення поставленої мети зумовило вирішення таких завдань:

- проаналізувати тенденції розвитку підприємств водопостачання та водовідведення в системі житлово-комунального комплексу України;
- дослідити роль зацікавлених осіб у формуванні ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення;
- обґрунтувати організаційні та економічні засади стратегічного моніторингу ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення;

– розробити методичний підхід до оцінки рівня взаємодії основних груп зацікавлених осіб підприємств водопостачання та водовідведення й обґрунтувати шляхи його практичної реалізації;

– узагальнити теоретичні положення і методичні підходи до оцінки ділової репутації підприємств та розробити систему оцінки загального індексу ДРПВВ за інтегрованими показниками рівня взаємодії з групами зацікавлених осіб;

– розробити комплекс рекомендацій управлінського характеру з підвищення рівня ДРПВВ на основі розрахованих показників;

– удосконалити інформаційно-аналітичне забезпечення стратегічного моніторингу ДРПВВ, розробити матрицю сфер впливу зміни рівня ДРПВВ на діяльність підприємств водопостачання та водовідведення.

**Об’єктом дослідження** є процес здійснення стратегічного моніторингу ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення.

**Предметом дослідження** є розробка теоретико-методичних положень та обґрунтування практичних рекомендацій щодо здійснення стратегічного моніторингу ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення.

**Методи дослідження.** Теоретико-методичною основою дослідження стали наукові праці провідних вітчизняних вчених і зарубіжних учених-економістів в сфері удосконалення системи формування, управління та моніторингу рівня ділової репутації, а також законодавчі й нормативні акти України в з питань розвитку та реформування водопровідно-каналізаційного господарства. Для розв’язання поставлених завдань у ході дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи: *абстрактно-логічний аналіз* – для теоретичного узагальнення й обґрунтування напрямів та результатів дисертаційної роботи; *логіко-теоретичного узагальнення* – для виявлення закономірностей у тлумаченні основних понять при формуванні теоретичних аспектів формування ділової репутації; *статистичного аналізу* – для аналізу та

оцінювання діяльності підприємств водопостачання та водовідведення; *системного аналізу* – для розробки стратегічного моніторингу ДРПВВ; *метод аналізу ієрархій* – для встановлення пріоритету зацікавлених осіб, що впливають на рівень ділової репутації, *метод експертних оцінок* – для визначення вагомості кожної цільової групи у загальному рівні ДРПВВ; *метод таксономії* – для оцінки рівня взаємодії з відібраними групами зацікавлених осіб за обраними показниками; *графічний метод* – для наочного зображення і схематичного представлення теоретичних і практичних результатів дослідження.

***Інформаційно-правовою базою дисертаційної роботи*** є законодавчі й нормативно-правові акти України, матеріали Державної служби статистики України, Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України, фінансова звітність підприємств водопостачання та водовідведення, інформаційно-аналітичні матеріали й науково-методичні розробки вчених, монографії та публікації вітчизняних і зарубіжних авторів, інтернет-ресурси.

***Наукова новизна одержаних результатів.*** Основним науковим результатом дисертаційної роботи є розвиток теоретико-методичних положень та розробка практичних рекомендацій щодо формування стратегічного моніторингу ДРПВВ за групами зацікавлених осіб. Основні результати проведеного наукового дослідження, що визначають його наукову новизну, полягають у наступному:

*удосконалено:*

– визначення сутності стратегічного моніторингу ДРПВВ шляхом систематизації таких понять як «ділова репутація підприємства», «зацікавлені особи підприємства» та «репутаційний менеджмент», який на відміну від існуючих, розглядається як організована постійно й безперервно діюча система, за допомогою якої здійснюється процес збору, накопичення, систематизації та аналізу інформації щодо зовнішніх і внутрішніх зацікавлених осіб, які здійснюють вплив на діяльність підприємства та формують рівень його

ділової репутації, що дозволяє створити теоретичний базис для підвищення рівня ділової репутації як одного з факторів конкурентоспроможності;

– методичний підхід до стратегічного моніторингу ДРПВВ, який, на відміну від існуючих, ґрунтується на структурно-логічній моделі і складається з двох блоків, перший – ідентифікація зацікавлених осіб та дослідження факторів впливу на ДРПВВ, другий – визначення рівня ділової репутації та реалізація моделі стратегічного моніторингу ділової репутації, що дозволяє на постійній основі здійснювати оцінку, аналіз, прогнозування та контроль рівня ДРПВВ;

– методичний підхід до оцінки рівня взаємодії підприємств водопостачання та водовідведення із групами зацікавлених осіб, який на відміну від існуючих, базується на обчисленні інтегрального показника рівня взаємодії ПВВ із групами зацікавлених осіб з урахуванням як кількісних так і якісних показників, що дозволяє порівнювати аналогічні показники для різних підприємств водопостачання і водовідведення за регіонами України;

– методичний підхід до оцінки ступеню впливовості груп зацікавлених осіб у формуванні ДРВВ, який, на відміну від існуючих, передбачає виокремлення методом аналізу ієрархій пріоритетних груп і напрямів взаємодії, що дозволяє більш обґрунтовано визначити їх вплив на ділову репутацію та створити інформаційну базу для прийняття ефективних управлінських рішень;

– інформаційно-аналітичне забезпечення стратегічного моніторингу ДРПВВ, що на відміну від відомих, базується на здійсненні комплексного оцінювання рівня ділової репутації шляхом побудови репутаційних радарів відповідно до кожної модельної ситуації, застосування матриці сфер впливу на діяльність ПВВ, що дозволяє здійснювати регуляторний вплив на рівень ДРПВВ шляхом прийняття відповідних управлінських рішень;

*набуло подальшого розвитку:*

- визначення сутності поняття «ділова репутація підприємств водопостачання та водовідведення» на основі систематизації наявних підходів, яке на відміну від існуючих, ураховує особливості взаємодії



підприємств водопостачання та водовідведення з групами зацікавлених осіб (а саме – із споживачами, органами місцевої влади, керівництвом, працівниками, інвесторами і кредиторами), що надає можливість розробити специфічний для галузі комплекс заходів, спрямованих на формування та збереження певного рівня ДРПВВ у поточному та майбутньому періодах;

– розробка комплексу управлінських заходів з впровадження стратегічного моніторингу ДРПВВ, що на відміну від існуючих передбачає заходи з ідентифікації і виявлення пріоритетних груп зацікавлених осіб, визначення показників значущості впливу кожної групи на рівень ДРПВВ, оцінку рівня ДРПВВ, розробку матриці сфер її впливу на діяльність ПВВ та здійснення постійного контролю за рівнем ДРПВВ з метою своєчасної протидії негативним впливам.

***Практичне значення отриманих результатів.*** Теоретичні висновки дисертаційної роботи доведені до рівня конкретних практичних рекомендацій, спрямованих на удосконалення стратегічного моніторингу ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення за групами зацікавлених осіб.

Основні результати роботи, зокрема методичний підхід до оцінки інтегрованого показника рівня взаємодії підприємств водопостачання та водовідведення із групами зацікавлених осіб, що включає ідентифікацію зацікавлених осіб та оцінювання рівня взаємодії з ними з метою визначення рівня їх впливу на діяльність підприємства та формування його ділової репутації, впроваджені на КП «Харківводоканал» та МКП «ВУВКГ м. Херсона (довідка № 3 від 19.11.2018 р., довідка № 01/231 від 05.12.2018р.). Стратегічний моніторинг, що містить оцінку ДРПВВ на основі інтегральних показників рівня взаємодії зацікавлених осіб з підприємствами водопостачання та водовідведення впроваджено в практичну діяльність КП «Черкасиводоканал» Черкаської міської ради (довідка №4636/01 від 12.02.2019 р.). Окремі результати дослідження використовуються в навчальному процесі Харківського національного університету міського

господарства імені О. М. Бекетова на факультеті економіки і підприємництва при формуванні навчально-методичного забезпечення та викладанні таких дисциплін як «Бухгалтерський облік в управлінні підприємством», «Організація і методика аудиту», «Економетрика» (довідка № 4002/24 від 11.01.2018 р.).

**Особистий внесок дисертанта.** Усі наукові результати, що викладені в дисертації та виносяться на захист, отримані автором особисто. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, у дисертації використані лише ті ідеї та положення, які є результатом особистої роботи здобувача, про що вказано в переліку наукових праць, наведеному в авторефераті.

**Апробація результатів дослідження.** Основні результати дослідження оприлюднено та схвалено на науково-практичних конференціях: «Перспективи розвитку ринкової економіки на засадах конкурентоспроможності, інноваційності та сталості» (м. Дніпропетровськ, 2014 р.); «Обліково-аналітичне забезпечення управління фінансово-економічною безпекою в умовах європейської інтеграції» (м. Харків, 2015 р.); «International Conference on Informatization Management Processes of Economic and, B.I.B.S., a.s» (Brno, Czech Republic, 2016 р.); «Актуальні питання економіки, фінансів, обліку та управління» (м. Полтава, 2017 р.); «Стратегічна аналітика та антикорупційний аудит в системі забезпечення фінансово-економічної безпеки держави, регіону, суб'єктів господарювання» (м. Харків, 2017 р.); «Актуальні проблеми економіки та менеджменту: теоретичні і практичні аспекти» (Хмельницький – смт. Сатанів, 2017 р.); «Інновації в обліково-аналітичному забезпеченні та управлінні фінансово-економічною безпекою держави, регіону, суб'єктів господарювання – міждисциплінарний підхід», (м. Харків, 2018 р.).

**Публікації.** Основні результати дисертаційної роботи опубліковані у 23 наукових працях, з яких: 5 – статті в наукових фахових виданнях України, 7 – статті у виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз, 11 –

матеріали конференцій. Загальний обсяг публікацій – 7,06 др. арк., з них особисто автору належить 5,45 др. арк.

***Структура та обсяг дисертації.*** Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списків використаних джерел (усього 229 найменувань на 21 стор.), 12 додатків на 31 сторінках. Основний текст дисертації складає 168 сторінок та містить 13 таблиць і 35 рисунків.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МОНІТОРИНГУ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ВОДОПОСТАЧАННЯ ТА ВОДОВІДВЕДЕННЯ ЗА ГРУПАМИ ЗАЦІКАВЛЕНИХ ОСІБ

1.1. Місце і роль підприємств водопостачання та водовідведення у розвитку національної економіки України

Міста України, особливо великі, мають складну інфраструктуру свого забезпечення, до якої належить транспорт і зв'язок, енергозабезпечення, водопровід і каналізація тощо. Зупинка в роботі хоча б однієї з цих складових системи на тривалий період часу незмінно призведе до масштабних регіональних техногенних катастроф, тому житлово-комунальне господарство потребує забезпечення надійності й стійкості функціонування.

Житлово-комунальний комплекс (ЖКК) представляє собою сферу, метою функціонування якої є забезпечення умов та належного рівня життєдіяльності населення та функціонування міст, надання якісних послуг. Цей комплекс має складні технології, власні виробничі потужності, мережі інженерних споруд і комунікацій, що перебуває під впливом ринкових відносин і є об'єктом соціального значення. Тому, актуальними є питання розробки заходів щодо зростання ефективності й результативності діяльності підприємств житлово-комунального комплексу на розроблених на основі результатів аналізу стану та особливостей його функціонування [34, 44].

На сьогодні житлово-комунальне комплекс України перебуває у скрутному становищі та частково фінансується державою. Проте рівень фінансування є недостатнім, адже здійснюється, виходячи з можливостей державного бюджету. При цьому, більша частка витрат ЖКК фінансується за рахунок місцевих бюджетів, які не в змозі в повному обсязі профінансувати всі потреби галузі [24, 61]. Ці проблеми зумовлюють як падіння обсягів наданих послуг, так і погіршення їх якості. Частка фактичних витрат

державного бюджету на житлово-комунальний комплекс в загальній сумі видатків є дуже низькою і має тенденцію до скорочення за період 2014–2018 років з 0,4% до 0,1% (рис. 1.1).

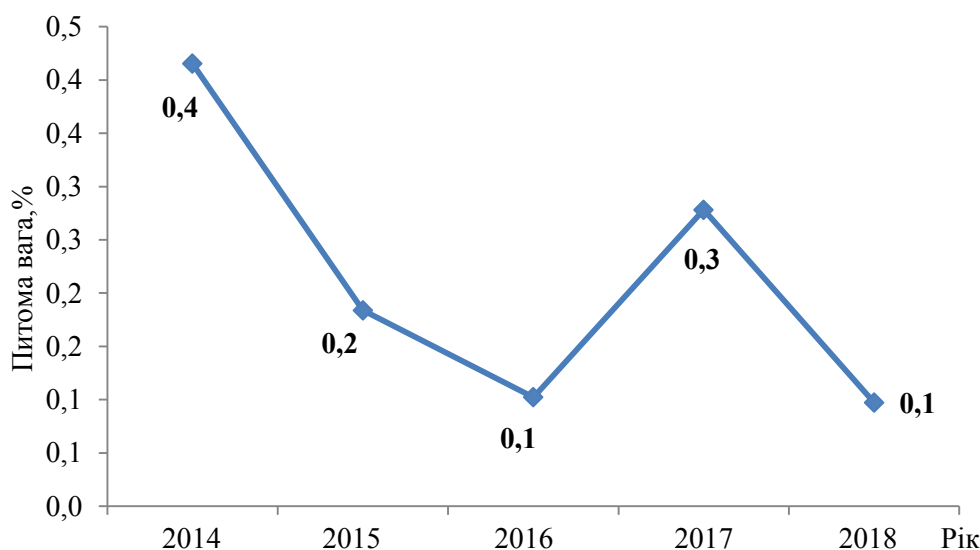


Рис. 1.1. Питома вага фактичних витрат на фінансування ЖКК в загальній сумі видатків державного бюджету України (розроблено автором)

Проаналізувавши темпи зростання видатків державного бюджету України на фінансування житлово-комунального господарства, видно, що цей показник був найнижчим у 2014 році і складав 38,4%. Тільки в період дії програми реформування житлово-комунального комплексу (2017 рік) фінансування ЖКК збільшилося у порівнянні з попереднім роком у 4 рази (Рис. 1.2).

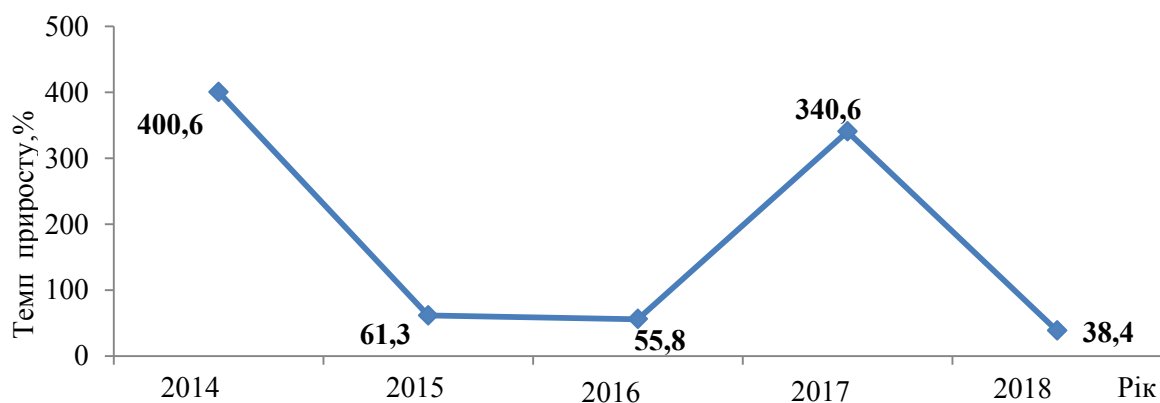


Рис. 1.2. Темпи зростання видатків державного бюджету України на фінансування житлово-комунального господарства (розроблено автором)

Водночас частка доданої вартості, створеної житлово-комунальними підприємствами в загальній структурі за період 2012–2018 роки залишається майже незмінною (Рис. 1.3).

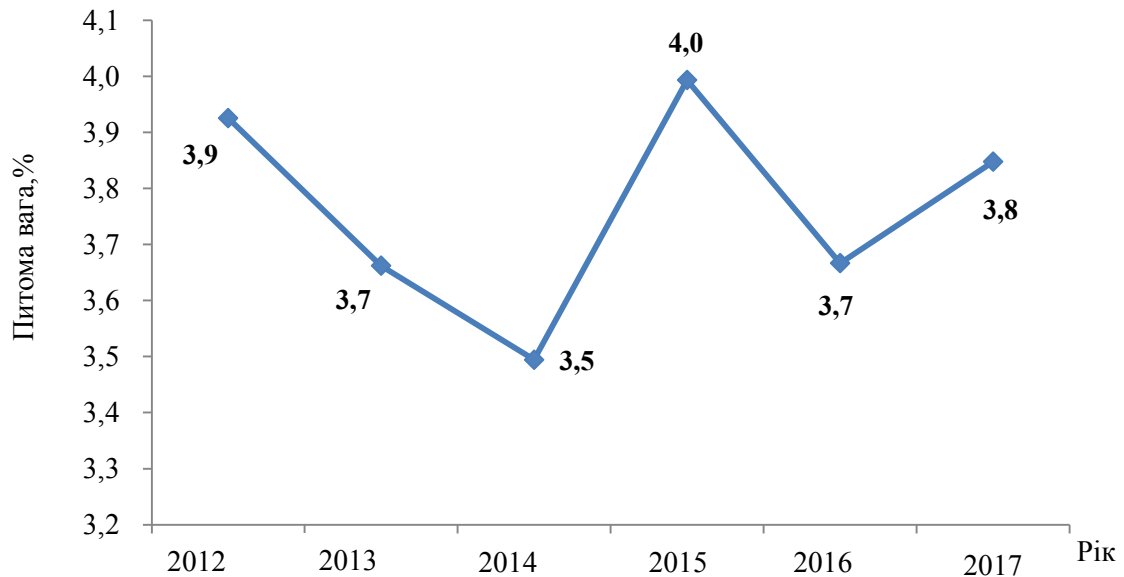


Рис. 1.3. Частка валової доданої вартості, створеної підприємствами ЖКК в загальній структурі (розроблено автором)

Негативно впливають на стан підприємств ЖКК систематичні неплатежі населення за спожиті послуги. Так, у середньому термін заборгованості за житлово-комунальні послуги по Україні станом на серпень 2018 року складає від 2 до 6,5 місяців (Рис. 1.4).

Згідно з даними інтернет-журналу Україна комунальна ([jkg-portal.com.ua](http://jkg-portal.com.ua)) упродовж січня–грудня 2018 р. населенням країни сплачено за житлово-комунальні послуги 38,4 млрд. грн. (99,0% нарахованих за цей період сум) [200].

Серед регіонів найвищий за середній по країні рівень оплати за житлово-комунальні послуги спостерігався у Івано-Франківській, Вінницькій та Львівській областях (102,4–102,0 %), найнижчий – у Дніпропетровській області (95,8–97,3 %) [68, 69, 179].

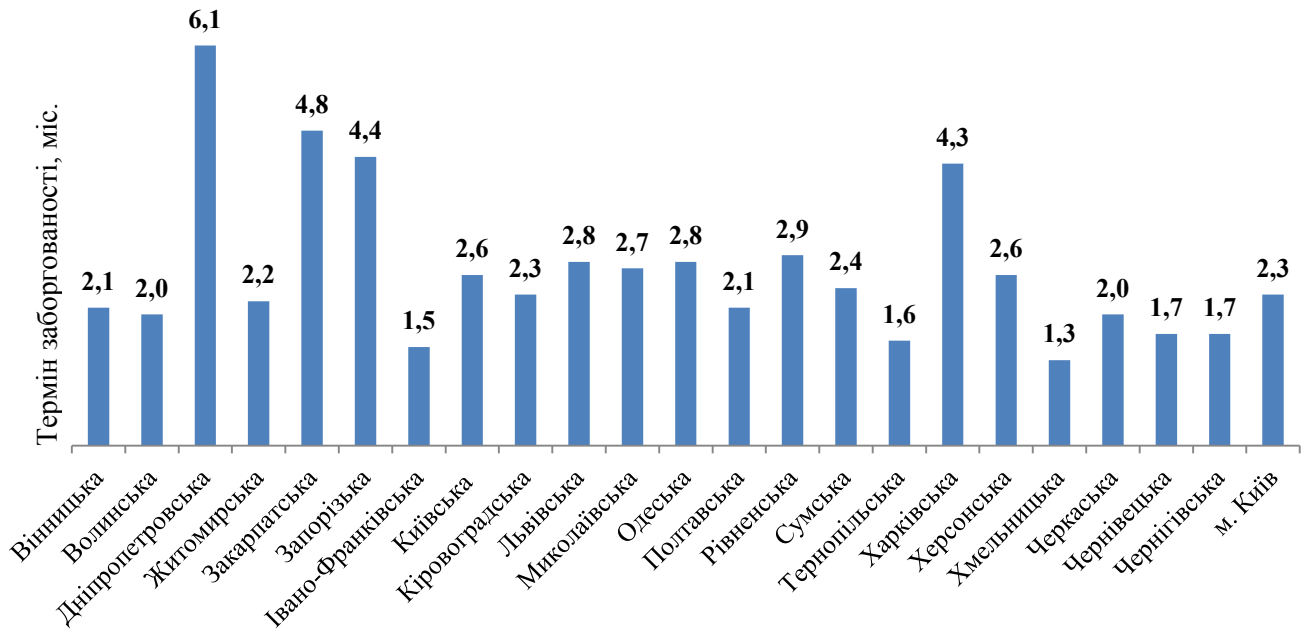


Рис. 1.4. Строки заборгованості за житлово-комунальні послуги  
(розроблено автором)

Середні нарахування за житлово-комунальні послуги на одного власника особового рахунку у грудні 2013 р. порівняно з відповідним періодом 2017 р. зменшились на 3,7% і з урахуванням електроенергії (із розрахунку 150 кВт•год) становили 518,8 грн. Заборгованість населення з оплати житлово-комунальних послуг збільшилась у грудні 2018 р. порівняно з листопадом на 3,9 % і на кінець грудня 2018 р. становила 12529,4 млн. грн., середній термін заборгованості населення за всі послуги склав 3,9 місяця. У грудні 2018 р. мали борг за 3 місяці й більше: за централізоване опалення та гаряче водопостачання – 28,2 % власників особових рахунків, утримання будинків і споруд та прибудинкових територій – 20,6 %, вивезення побутових відходів – 20,0 %, централізоване водопостачання та водовідведення – 18,1 %, газопостачання – 16,4 %. Упродовж січня–грудня 2018 р. населенням сплачено за електроенергію 10935,6 млн. грн. (128,6 % нарахованих за цей період сум). Серед регіонів найвищий за середній по країні рівень оплати електропостачання спостерігався у Одеській області, Київській області (189,6–179,0 % з урахуванням погашення боргів попередніх періодів),

найнижчий – у Чернігівській, Сумській та Житомирській областях (75,4–90,4 %). Заборгованість населення з оплати електроенергії на кінець грудня 2018 р. становила 2930,0 млн.грн. [186]

Загальна сума дебіторської заборгованості підприємств галузі зменшилась з початку 2014 року на 1678,6 млн. грн. (або на 12,3 %) і станом на 01.09.2018 складає 11,9 млрд. гривень (Рис. 1.5).

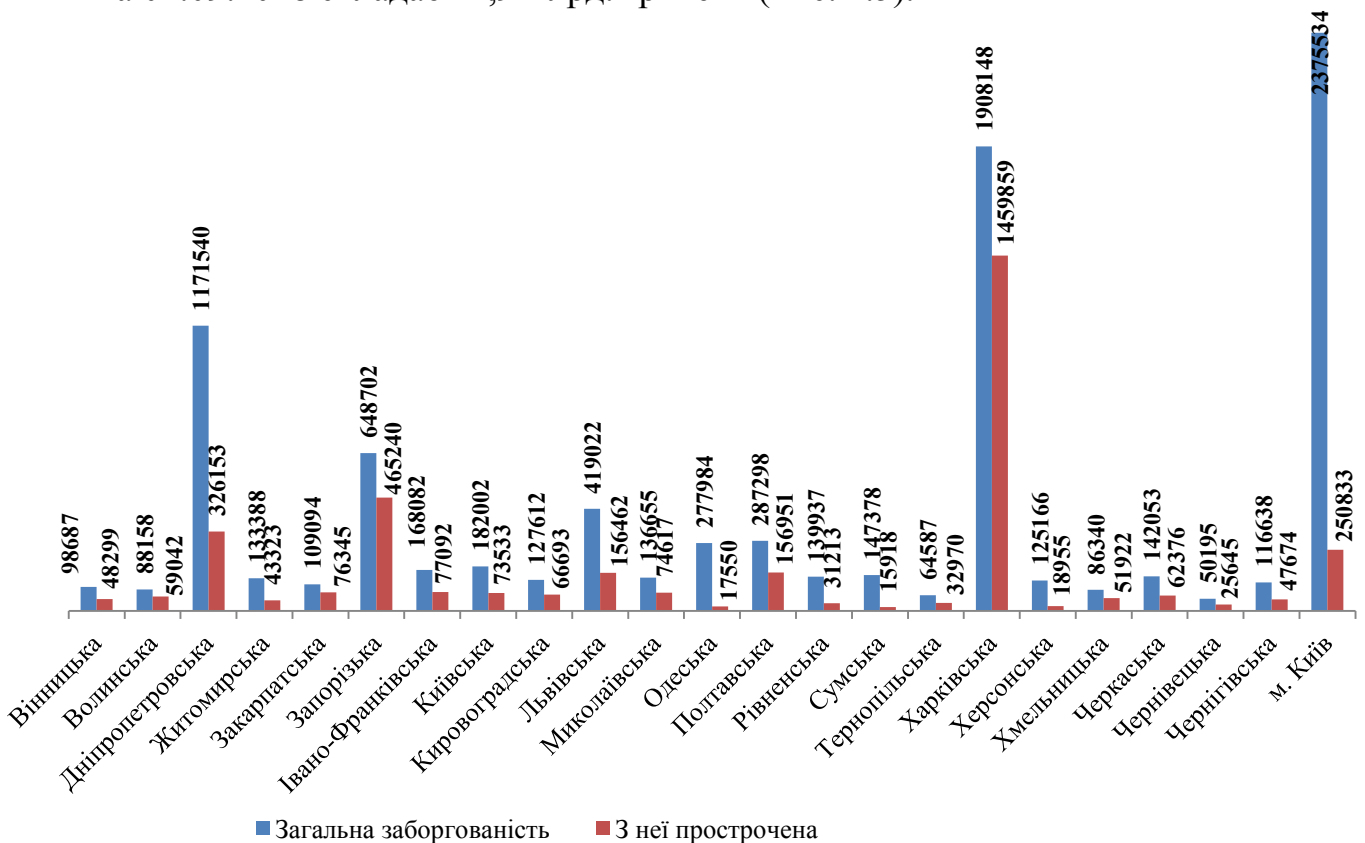


Рис. 1.5. Дебіторська заборгованість за послуги ЖКК станом на 01.09.18 р. грн. (розроблено автором)

Найбільший обсяг дебіторської заборгованості у Харківській (1 908,1 млн. грн.), Дніпропетровській (1 171,5 млн. грн.), областях та м. Києві (2 375,5 млн. грн.), найменший – в Чернівецькій (50, млн. грн.) та Тернопільській (64,6 млн. грн.) областях. При цьому питома вага простроченої заборгованості у вищеназваних областях сягає понад 50% [191].

За видами споживачів дебіторська заборгованість розподіляється наступним чином:



населення – 8050,3 млн. грн. (або 67 % від загальної заборгованості, що на 15,4%, або на 1242,1 млн. грн. менше, ніж на початку року);

пільги та субсидії – 354,0 млн. грн. (або 3 % від загальної заборгованості, що на 60 %, або на 213,3 млн. грн. менше, ніж на початку року);

державні бюджетні установи – 186,0 млн. грн. (або 2 % від загальної заборгованості, що на 32 %, або на 44,7 млн. грн. більше, ніж на початку року);

місцеві бюджетні установи –1372,6 млн. грн. (або 11 % від загальної заборгованості, що на 7,4 %, або на 94,3 млн. грн. більше, ніж на початку року);

інші споживачі –1981,6 млн. грн. (або 17 % від загальної заборгованості, що на 18 % або на 362,3 млн. грн. менше ніж на початку року) [195].

Основним дебітором житлово-комунальних підприємств є населення. Оплата послуг даною категорією споживачів здійснюється не в повному обсязі. Рівень оплати послуг населенням розглянуто на рисунку 1.6.

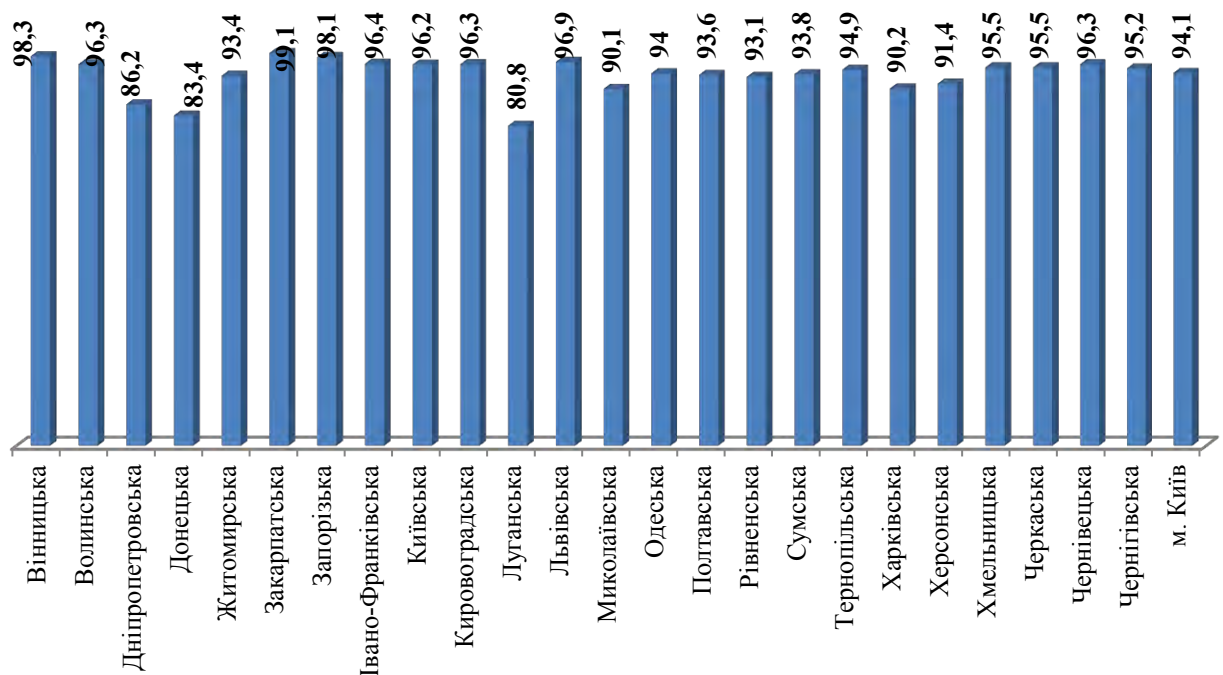


Рис. 1.6. Стан оплати населенням житлово-комунальних послуг на 01.10.2018 р., % (розроблено автором)

З графіку 1.6 видно, що найнижчий рівень оплати за спожиті послуги у Дніпропетровській (86,2 %), Миколаївській (90,1 %) та Харківській (90,2 %) областях [199, 200, 207].

Обсяги дебіторської заборгованості за спожиті послуги роблять фінансовий стан стабільно незадовільним. До цього часу укладаються більше мільйона договорів про реструктуризацію боргових зобов'язань. На виконання постанови Кабінету Міністрів України від 27.06.03 № 976 "Про затвердження Порядку погашення реструктуризованої заборгованості та внесення поточних платежів за житлово-комунальні послуги" у січні–грудні 2018 р. з населенням було укладено 71,0 тис. договорів щодо погашення реструктуризованої заборгованості. Загальна сума, на яку було укладено договори в частині погашення реструктуризованої заборгованості, становила 230,6 млн. грн., а сума внесених платежів з урахуванням довгострокових договорів склала 172,3 млн. грн. З початку дії постанови з погашення реструктуризованої заборгованості (липень 2003 року) і до сьогодні було укладено 3230,5 тис. договорів на суму 3000,4 млн. грн. Сума внесених платежів становила 2112,5 млн. гривень [200].

Аналізуючи кредиторську заборгованість, слід відзначити, що її сума зменшилась з початку 2018 року на 11 %, або на 2667,5 млн. грн. і станом на 01.09.2014 складає 21,6 млрд. гривень.

Найбільшою є сума кредиторської заборгованості на підприємствах комунальної теплоенергетики, дещо нижча у водопровідно-каналізаційному господарстві. Значні суми заборгованості в даних підгалузях житлово-комунального господарства зумовлені значною частиною матеріальних витрат, в тому числі на енергоносії [200].

Заборгованість за енергоносії у загальній сумі кредиторської заборгованості складає 15,5 млрд. грн. (або 72 %), у тому числі за газ – 12,6 млрд. грн., за електроенергію – 2,9 млрд. гривень.

Найбільший обсяг кредиторської заборгованості у Харківській (3 940,9 млн. грн.), Дніпропетровській (1 603,4 млн. грн.) областях та м. Києві

(з 221,5 млн. грн.), найменший – у Закарпатській (93,3 млн. грн.) та Житомирській (100,6 млн. грн.) областях [200].

Водночас зростає рівень заборгованості із заробітної плати працівників житлово-комунального господарства (рис 1.7).

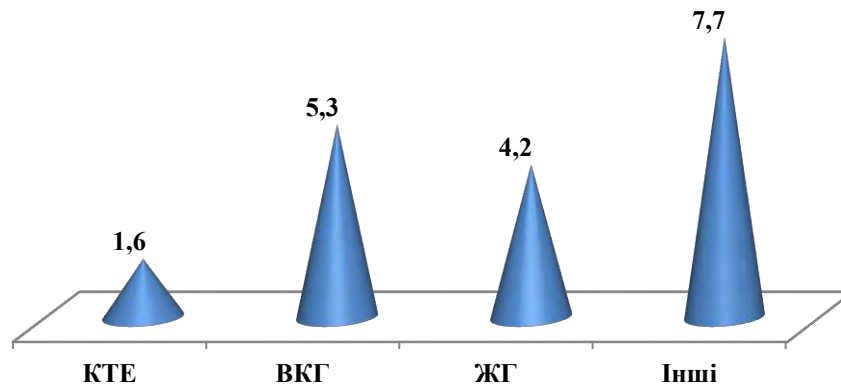


Рис. 1.7. Заборгованість із заробітної плати підприємств ЖКК за підгалуззями, млн. грн. (розроблено автором)

Як видно з графіку, найбільший рівень заборгованості з виплати заробітної плати мають підприємства водопровідно-каналізаційного господарства (28 % із загальної заборгованості) та інші підгалузі (виробничі управління, комбінати, шляхоексплуатаційні організації, підприємства санітарної очистки, зелене господарство, ремонтно-будівельні організації) – 41%.

Аналізуючи результати діяльності житлово-комунальних підприємств України, зазначимо, що за даними галузевої звітності з початку 2014 року підприємства галузі отримали збитки у сумі 4078,4 млн. гривень. Найбільші збитки отримали підприємства комунальної теплоенергетики – 2482,6 млн. грн. та водопровідно-каналізаційного господарства – 1389,2 млн. гривень.

У розрізі регіонів найбільші збитки отримали підприємства, Дніпропетровської (383,2 млн. грн.), Харківської (379,1 млн. грн.) та Львівської (205,7 млн. грн.) областей, найменші – Закарпатської (6,1 млн. грн.), Сумської (10,5 млн. грн.) та Вінницької (20,4 млн. грн.) областей [195].

У зв'язку кризовим фінансовим станом галузі, особлива увага повинна приділятися модернізації системи фінансування житлово-комунального господарства.

Для розв'язання проблем галузі розроблена загальнодержавна програма реформування й розвитку житлово-комунального господарства (25). Програмою передбачено реформування галузі з урахуванням інтересів кожної конкретної людини та широке роз'яснення процесу й результатів реформ. За період 2009–2014 років Законом України «Про Загальнодержавну програму реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2009-2014 роки» передбачалося здійснення ряду заходів із стабілізації діяльності підприємств галузі [159]. В рамках дії програми реформування місцевими радами розроблено окремі програми в рамках своєї області (із подовженням терміну дії програми до 2020 року). Якщо проаналізувати програми, то в цілому реформування передбачає вирішення таких нагальних питань як співставлення інтересів держави та підприємств ЖКК, задоволення потреб населення у якісних послугах шляхом налагоджування інфраструктури ЖКК, впровадження інновацій у виробничий процес з метою підвищення якості послуг і оптимізації тарифів, створення конкурентного середовища в сфері надання житлово-комунальних послуг.

Проте стан галузі продовжує погіршуватися. Основні засоби галузі є морально і фізично застарілими та в деяких випадках можуть наносити шкоду навколишньому середовищу. Навіть поточна діяльність житлово-комунальних підприємств є недофінансованою, немає можливості розробляти й упроваджувати ресурсозберігаючі технології, оновлювати обладнання. За статистичними даними дві третини основних фондів вичерпали термін експлуатації, рівень втрат питної води в зовнішніх мережах становить в середньому по Україні на початок 2018 року 40,7 %, 37,7 % усіх водопровідних і 32,2% каналізаційних мереж перебувають у вітхому стані, втрати теплової енергії в житловому фонді перевищують 30% [200]. Як наслідок, за останній роки значно зросла кількість аварій. Крім того,

виробництво послуг є дуже енергозатратним. Порівняно із аналогічними показниками європейських країн, енергоємність є більшою у 2-2,5 рази. Тому собівартість послуг не тільки є високою, але й має тенденцію до зростання [200].

Таким чином, житлово-комунальний комплекс на сьогодні є галуззю, що має низку проблем як фінансового, технічного так управлінського характеру. У порівнянні з іншими галузями народного господарства ЖКК є найбільш відсталою галуззю за темпами впровадження ринкових відносин, оновленні основних фондів, впровадженню інновацій. Переважною частиною підприємств галузі є державні і комунальні підприємства, які є монополістами за видами послуг, що надаються.

З огляду на соціальну, регіональну та державну значущість галузі, необхідне чітке визначення сутності, структури житлово-комунального господарства, а також його місця в системі міського господарства.

Єдиного підходу до визначення поняття «житлово-комунальне господарство» не існує як на законодавчому рівні, так і в науковій літературі. Дослідженням проблем підприємств ЖКК займалися багато як вітчизняних, так і зарубіжних вчених: Ю. Битяк, М. Галянтич, Т. Качала [72], М. Кизим [77], А. Скорик [186], О. Тищенко [198], А. Хазіков, С. Юр'єва, Т. Юр'єва [220] та багато інших. Проблеми реформування та підвищення соціально-економічної ефективності роботи галузі досліджують М. Аївазашвілі, Н. Гура, І. Осипенко, Є. Петрова, В. Полуянов, Г. Семчук, Т. Строкань, О. Судакова, А. Судаков, Є. В. Тішин та інші [161-163].

Так, Закон України «Про житлово-комунальні послуги» дає наступні визначення.

«Житлово-комунальні послуги – це результат господарської діяльності, спрямованої на забезпечення умов проживання та перебування осіб у жилих і нежилых приміщеннях, будинках і спорудах, комплексах будинків і споруд відповідно до нормативів, норм, стандартів, порядків і правил» [157].

«Комунальні послуги – це результат господарської діяльності, спрямованої на задоволення потреби фізичної чи юридичної особи у забезпеченні холодною та гарячою водою, водовідведенням, газо- та електропостачанням, опаленням, а також вивезення побутових відходів у порядку, встановленому законодавством» [157].

Розглядаючи погляди вчених на визначення житлово-комунального господарства, слід зважити на думку Т. Качали, яка визначає житлово-комунальне господарство як «сферу економіки, що забезпечує утримання в належному стані житлового фонду та елементів комунального господарства, які безпосередньо працюють на його життєзабезпечення, насамперед, електро-, тепло-, газо-, водозабезпечення та водовідведення» [72].

Водночас С. Юр'єва визначає житлово-комунальне господарство як складову міського господарства України, що має забезпечувати задовільнення матеріально-побутових потреб населення окремих територій [220]. Крім того, ЖКК розглядається з точки зору поділу на сферу матеріального виробництва і невиробничої сфери діяльності. До сфери матеріального виробництва вона відносить галузі комунального господарства, у яких праця є продуктивною незалежно від форми її втілення (у матеріальній продукції або послугах) і результатом якої є заново створена вартість (водо-, електро-, теплозабезпечення, розсадники зеленого господарства та ін.). До невиробничої сфери включаються галузі комунального господарства, котрі надають послуги населенню, що споживаються ним же в момент їх надання (послуги перукарень, готелів, пляжів, парків та ін.) [169].

На думку А. Скорик житлово-комунальне господарство являє собою галузь економіки, що визначає задовільнення потреб життєдіяльності людини в комфортності житла, його інженерному впорядкуванні, якості й надійності послуг транспорту, зв'язку, побутових та інших послуг, від яких залежить стан здоров'я, якість життя і соціальний клімат в населених пунктах [181].

А. Григорович визначає житлово-комунальне господарство як комплекс технічно, технологічно і територіально пов'язаних об'єктів, виробнича діяльність яких спрямована на максимально повне життєзабезпечення населених пунктів через надання основних та додаткових послуг [44]. До основних послуг науковець відносить житлово-комунальні та комунальні. Перші пов'язані із забезпеченням юридичних та фізичних осіб умовами проживання та перебування в житлових та нежитлових приміщеннях. Другі призначені для задовільнення потреб споживачів у водопостачанні й водовідведенні, тепло-, газо-, енергопостачанні, санітарній очистці тощо. В свою чергу Т. М. Кришталь робить наголос на соціальній значущості галузі й зазначає, що задовільнення потреб населення є об'єктивною передумовою для нормального життя практично кожної людини й однією з визначальних характеристик якості життя в будь-якому суспільстві [113].

Г. Запорожець у своєму визначенні житлово-комунального господарства враховує специфічні особливості галузі, визначає мету їх діяльності та наголошує на монополізації діяльності [62].

Узагальнюючи погляди вчених-економістів на сутність житлово-комунального господарства слід зазначити, що всі вони виокремлюють одну істотну особливість підприємств цієї галузі – їхнє призначення, а саме: задовільнення першочергових потреб населення, підприємств, спрямованість на покращення умов життєдіяльності шляхом надання послуг належної якості, незалежно від рівня життя тих чи інших верств населення. Крім того, житлово-комунальний комплекс як об'єкт дослідження може розглядатися під різним кутом зору (Рис. 1.8). [154].

Водночас міське господарство має ряд специфічних особливостей, таких як локальність розташування, поєднання процесів виробництва й споживання, створення здебільшого нематеріальних продуктів праці.

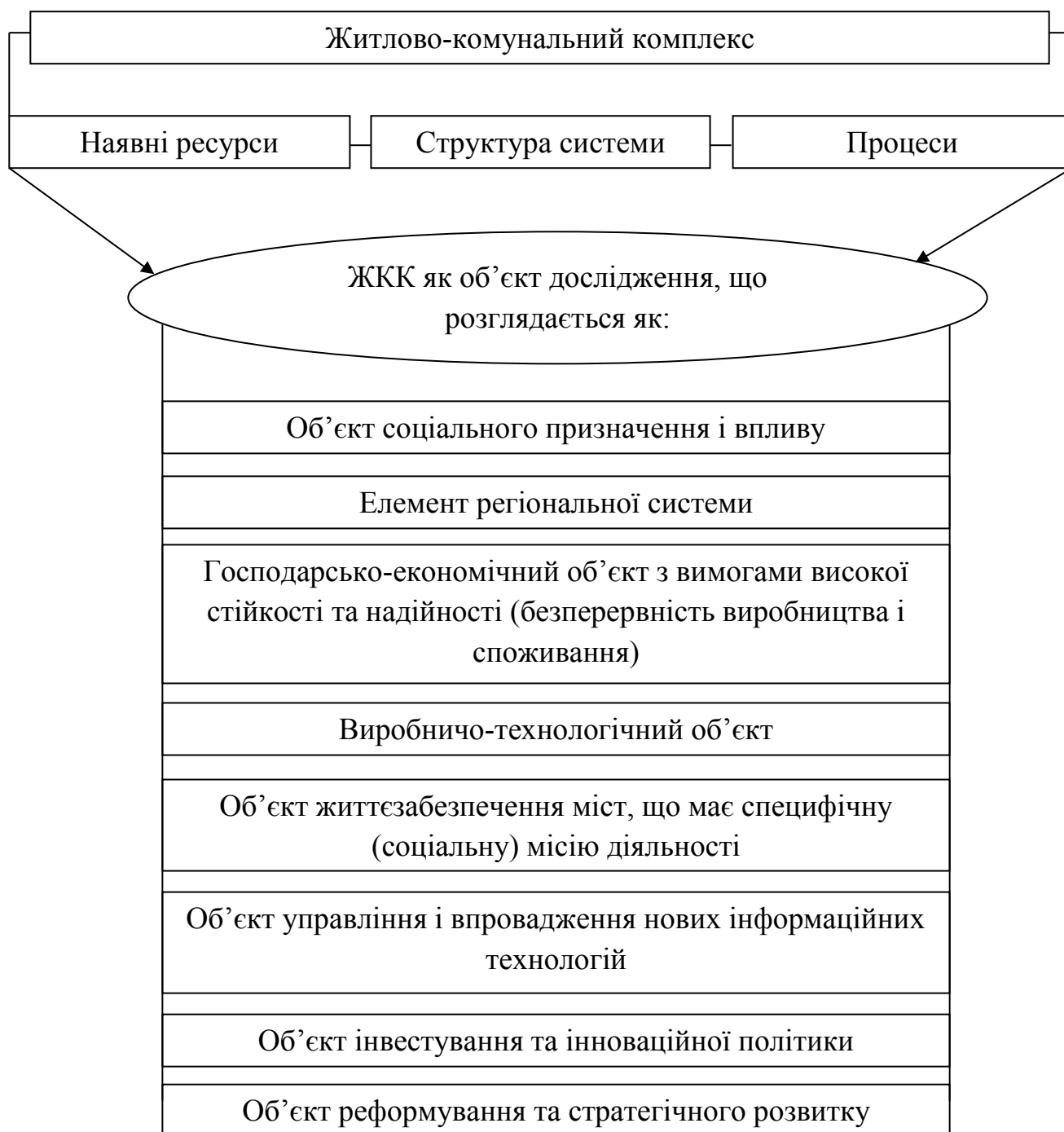


Рис. 1.8. Структурування підприємств ЖКК як об'єкту дослідження  
(розроблено автором)

Тому за видами житлово-комунальних підприємств і відповідними їхніми функціями можна виокремити наступні групи:

1. Санітарно-технічні підприємства (водопровід, каналізація, санітарно-технічне очищення);



2. Підприємства міського транспорту (трамваї, тролейбуси, метрополітен та інші);

3. Підприємства комунальної енергетики (електричні, газові, тепло-розподільні мережі, освітлення, об'єкти комунальної енергетики, котельні, електростанції та теплоелектростанції);

4. Підприємства, що займаються міським благоустроєм (шляхове господарство, озеленення, вуличне освітлення та інші);

5. Підприємства комунального обслуговування (готелі, пральні та інші).

Аналіз наукових джерел свідчить про те, що науковці виділяють різні структурні складові ЖКК, до яких належить житлове господарство, водопровідне і каналізаційне господарство, транспорт і шляхове господарство, тепlopостачання, електричні мережі та ін. (Рис. 1.9).

Виробнича структура ЖКК України включає в себе більш ніж 30 видів діяльності, має у своїй системі більш 50 тисяч підприємств та забезпечує роботою близько 4 млн. осіб.

Житлово-комунальний комплекс як галузь народного господарства має свої особливості:

1. Поєднує в собі функції виробничі та невиробничі: виготовлення матеріальних продуктів праці та надання послуг;

2. Висока фондомісткість підприємств житлово-комунального комплексу. Основні фонди сягають 98% від усіх активів підприємств галузі [53].

3. Висока соціальна значущість та контроль з боку споживачів. Підприємства житлово-комунального господарства надають послуги, від яких неможливо відмовитися, бо вони задовільняють першочергові потреби населення.



Рис. 1.9. Структура житлово-комунального комплексу України  
(розроблено автором)

Згідно з результатами досліджень, проведених центром соціальних технологій «Соціополіс», жителі українських міст вкрай негативно оцінюють стан справ у житлово-комунальній сфері. Понад 70 % опитаних вважають, що якість одержуваних ними житлово-комунальних послуг є поганим чи незадовільним, близько 25 % оцінили їх як задовільні і лише менше 5 % опитаних – як добрі. В оцінці жителями міст України найбільш актуальних проблем ЖКК виділяються дві основні складові – стосовно ціни на житлово-комунальних послуги, які надаються, і стосовно конкретних проблем окремих галузей ЖКК. Понад 60 % опитаних вважає, що тарифи на послуги ЖКК є занадто високими, а 31 % – що чинні тарифи не відповідають якості надаваних послуг [183].

4. Державне регулювання та обмеження діяльності (наприклад, стосовно встановлення тарифів на послуги). Тобто здійснюється контроль з боку державних органів за рівнем якості наданих послуг та встановленими на них тарифами [61, 119, 127].

5. Поєднання комерційних та некомерційних інтересів. Як будь-які підприємства інших галузей народного господарства, підприємства ЖКК мають на меті отримання прибутку від здійснення діяльності, створення умов для підвищення її ефективності. Проте соціальна значущість галузі вимагає окрім комерційних інтересів мати за мету також задоволення потреб споживачів за умов встановлення тарифів, прийнятних для населення, не зважаючи на фінансовий результат діяльності.

6. Розташування об'єктів підприємств ЖКК залежно від місця надання та споживання послуг (локалізація). Споживання послуг ЖКК відбувається одночасно з їх виробництвом. На відміну від промислових підприємств, на підприємствах ЖКК є накопичення готової продукції та реалізації її за умовами, що є вигідними для виробника, що призводить до нестабільності роботи підприємств, їхньої збитковості та обумовлює характерні риси в організації, структурі й використанні оборотних коштів. Водночас і споживачі мають досить обмежений вибір постачальників

житлово-комунальних послуг, що позначається на їх якості і не стимулює підприємства ЖКК до підвищення ефективності діяльності. Крім того, обсяги послуг, що надаються залежать від попиту на них, можуть змінюватися від сезону й навіть часу доби. Потужність підприємств залежить від територіальних особливостей населених пунктів та чисельності населення. Чисельність населення міст України має істотні розходження, тому й масштаби підприємств ЖКК є досить різноманітними. Найбільш повне охоплення міста мережами, спорудами та пристроями підприємств ЖКК та найближче розташування до територіального розміщення населення, дозволяє, як правило, надавати послуги більш якісно.

7. Екологічний та санітарно-епідеміологічний контроль. Вплив діяльності житлово-комунальних підприємств на екологічний та санітарний стан територій та регіонів в цілому обумовлює об'єктивну необхідність здійснення відповідних видів контролю.

8. Поєднання різних видів організаційно-правових форм господарювання та масштабів бізнесу. До складу ЖКК переважно належать підприємства державної та комунальної форми власності. Проте частина підприємств, що здійснюють побутове обслуговування (перукарні, пральні та ін.), а також підприємства, з якими укладаються договори можуть бути різних форм власності, організаційно-правового господарювання та різнитися за масштабами діяльності.

9. Відмінною особливістю діяльності підприємств ЖКК є однотипність продукції, що реалізується (підприємства водопостачання реалізують споживачам питну воду, енергетичні підприємства постачають електроенергію, міський транспорт надає послуги по перевезенню пасажирів тощо).

10. Значна роль органів місцевого самоврядування в організації здійснення діяльності підприємств ЖКК. Оскільки органи місцевого самоврядування повинні забезпечувати належний рівень життя населення регіону, закономірним є здійснення контролю за діяльністю підприємств

ЖКГ як основної галузі, без якої неможливе забезпечення достойного рівня життєдіяльності [74, 104].

Ураховуючи вищезазначені особливості, можна зробити висновки, що ЖКГ є специфічною галуззю, яка має внутрішні протиріччя:

1. Являє собою багатофункціональний комплекс, що забезпечує обслуговування як населення, так і територіальних об'єктів.

2. Одні об'єкти ЖКК віднесені до промислових галузей (водопостачання, енергетика), інші – до сфери послуг (побутове обслуговування, озеленення територій). Так, відповідно до КВЕД-2010 [179] України підгалузі ЖКК відносяться до різних видів економічної діяльності (Таблиця 2.1).

*Таблиця 1.1*

### **Класифікація підприємств ЖКК відповідно до КВЕД-2010**

Секція згідно КВЕД-2010	Код КВЕД	Підприємства ЖКК, що відносяться до секції за КВЕД
1	2	3
Секція D «Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря»	35.1 «Виробництво, передача та розподілення електроенергії»; 35.2 «Виробництво газу; розподілення газоподібного палива через місцеві (локальні) трубопроводи»; 35.3 «Постачання пари, гарячої води та кондиційованого повітря»	Включає функціонування підприємств енергопостачання та газопостачання загального користування, які здійснюють виробництво, контроль і розподілення електроенергії або газу, постачання гарячої води
Секція E «Водопостачання; каналізація, поводження з відходами»	36.0 «Забір, очищення та постачання води»; 37.0 «Каналізація, відведення й очищення стічних вод»; 38.1 «Збирання відходів»; 38.2 «Оброблення та видалення відходів»	Підприємства водопостачання, водовідведення, а також санітарної очистки міст.

Продовження табл. 1.1

1	2	3
секція Н «Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність»	49.31 «Пасажирський наземний транспорт міського та приміського сполучення»; 49.39 «Інший пасажирський наземний транспорт, н.в.і.у.»	Підприємства міського електричного транспорту
Секція І «Тимчасове розміщування й організація харчування»	55.10 «Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування»	Підприємства готельного господарства
Секція L «Операції з нерухомим майном»	81.10 «Комплексне обслуговування об'єктів»	Підприємства, що займаються обслуговуванням будинків

3. Монополізація більшої частини підприємств ЖКК при тому, що деякі з об'єктів можуть здійснювати діяльність в ринкових умовах на принципах конкурентності.

4. Застосування до підприємств ЖКК принципів комерційної діяльності при неможливості ринкового тарифоутворення. Однією з характерних особливостей комерційної організації є мета діяльності – максимізація добробуту власників (тобто максимізація прибутку), а некомерційні – несуть суспільну користь. Підприємства ЖКК відносяться до виробничо-промислових підприємств, хоча за своїми основними характеристиками вони є ближчими до суспільно-соціальних в частині орієнтованості на задоволення потреб населення, соціальній значущості в масштабах регіону. Отже, підприємства ЖКК оподатковуються як звичайні підприємства, при цьому норми тарифоутворення та здійснення діяльності регулюються державою. Крім того, здебільшого підприємства ЖКК не мають права відмовитися від надання своїх послуг навіть за умови відсутності оплати абонентів [158].

5. Недостатність державної підтримки одночасно із відсутністю дієвого механізму саморозвитку. З попереднього протиріччя випливає, що межі,

визначені підприємствам ЖКК для отримання прибутку (встановлення тарифів), роблять неможливим повне самофінансування галузі водночас із недостатнім обсягом асигнувань з бюджету.

6. Відокремленість процесів виробництва, формування самостійної структури обслуговування [53]. Підгалузі ЖКК у здійсненні своєї діяльності працюють за особливими технологіями виробництва залежно від видів послуг, що надаються (вода, електроенергія, тепло, транспортування, ремонтно-будівельні та сантехнічні роботи). Розмаїття технологій та місць їх розташування обумовлює необхідність відокремленості виробничих процесів, формування самостійної структури обслуговування, контролю, обліку й економічних механізмів впливу на здійснення діяльності. Існування пільгових категорій споживачів зумовлює необхідність дотування підприємств з різних джерел. Тому здебільшого підприємства ЖКК є збитковими [53].

Як уже зазначалось, сталість і розвиток сучасних міст України здебільшого залежить від багатьох чинників, ключовими з яких є наявність розвиненої інфраструктури та забезпечення гідних умов життєдіяльності суспільства. У системі міських комунікацій комунальні підприємства посідають далеко не останнє місце, адже зупинка їх діяльності хоча б на добу призведе до блокування практично всіх сфер життя людей та діяльності підприємств. Серед комунальних підприємств особливу увагу хотілося б звернути на підприємства водопостачання й водовідведення. Діяльність підприємств цієї галузі є надважливою для життя суспільства, бо від їх успішного й стабільного функціонування залежить забезпечення населення та промисловості питною водою, а також підтримка задовільного санітарного стану населених пунктів. Таким чином, підприємства водопостачання та водовідведення можна розглядати як стратегічно важливий об'єкт як на рівні регіону, так і на рівні держави в цілому за наступних причин [115]:

- водні ресурси є невід'ємною частиною екосистеми;

- водопровід та каналізація є основою життєзабезпечення та життєдіяльності людини;

- є базовою складовою економічного комплексу держави, що забезпечує соціально-екологічне благополуччя населення;

- є основою національної безпеки.

Тому проблемам діяльності підприємств цієї підгалузі житлово-комунального господарства необхідно приділяти максимум уваги.

Аналізуючи досвід роботи зарубіжних підприємств аналогічної галузі, слід відзначити наступні позиції [64]:

1. Підприємства цієї галузі діють у конкурентному середовищі.

2. Тарифи регулюються або державою, або встановлюються на біржових торгах, проте в умовах жорсткої конкуренції, фірми-надавачі послуг намагаються оптимізувати цінову політику.

3. Комунальні мережі належать державі, але всі постачальники мають рівні права щодо доступу до них.

4. Підприємства, що надають послуги з водопостачання та водовідведення не допускають накопичення боргів з боку споживачів. При несплаті навіть у кілька днів – припиняється надання послуг.

5. Підприємства галузі є прибутковими.

Основні відмінності діяльності вітчизняних і європейських комунальних підприємств наведено на рис. 1.10.

На противагу стабільності та прибутковості діяльності зарубіжних підприємств водопостачання та водовідведення, вітчизняні підприємства мають дуже багато проблем. Серед них – нестабільність фінансового стану, кризи неплатежів, відсутність інвестицій, недостатність коштів для капітальних вкладень та розробки інновацій та ін.



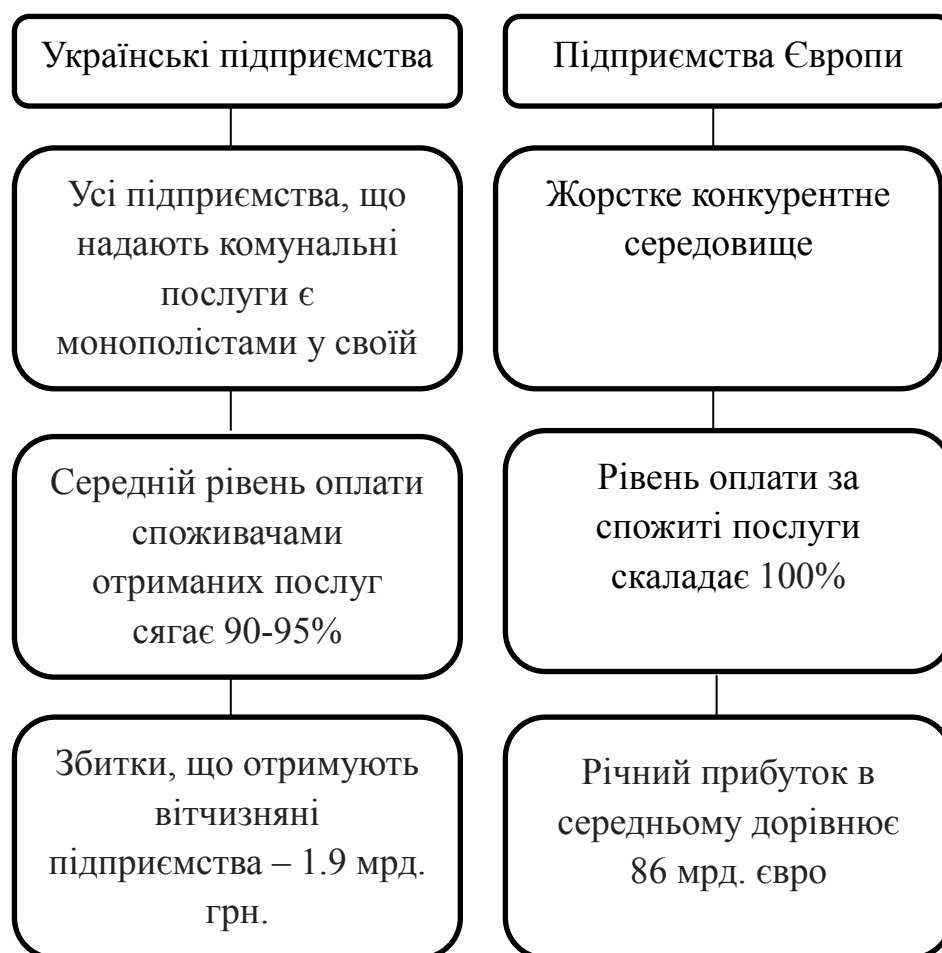


Рис. 1.10. Порівняльна характеристика діяльності підприємств водопостачання та водовідведення України та Європи (розроблено автором)

Значний вплив на фінансовий стан підприємств житлово-комунального комплексу має не оплачена в повному обсязі дебіторська заборгованість. Якщо в умовах ринкового функціонування підприємства Європи можуть припинити водопостачання навіть при невеликому терміні прострочення платежу, вітчизняні підприємства продовжують надавати послуги. Загострює проблему заборгованість з фінансування субсидій для окремих категорій споживачів [119, 130].

Слід зазначити, що проблеми кризового стану підприємств водопостачання та водовідведення, зумовлені передусім необґрунтованістю тарифоутворення та кризою неплатежів, мають і об'єктивний характер. Оскільки навіть при діючих тарифах населенню важко розраховуватися за спожиті послуги при сьогоdnішньому рівні доходу. Так, в українських

домогосподарствах доля витрат на житлово-комунальні послуги є найбільшою в Європі. У Данії, Франції, Фінляндії, Чехії цей показник сягає до 30%. Найменша доля витрат на ЖКП у Мальті (11%), Білорусії (12%) та Литві (19%) [119, 131].

Водночас, навіть при високих тарифах споживання послуг в Україні порівняно з іншими країнами є досить високим. Наприклад, обсяги спожитої води населенням в нашій країні удвічі більші, ніж в країнах Європи. Частково цей показник є високим через врахування в ньому витоків води, які не доходять до кінцевого споживача, а також містить в собі невраховані втрати води. Проте все більше споживачів встановлюють лічильники на водопостачання та водовідведення, тому вони платять за фактично спожиті послуги. Отже, культура водоспоживання в Україні не є достатньою для усвідомлення того, що користуватися водою слід раціонально. Тому обсяги водоспоживання в Україні є більшими, ніж в інших країнах Європи.

Тож, основними особливостями підприємств водопостачання та водовідведення, що принципово відрізняють їх від підприємств інших галузей народного господарства є:

- відсутність матеріального вираження кінцевого продукту (надаються послуги);
- територіальне розташування підприємств, їх споруд та пристроїв для оптимальності організації виробничого процесу;
- наявність резервних потужностей забезпечення безперебійного водопостачання та водовідведення;
- значна питома вага втрат у загальній собівартості послуг;
- залежність виробничого режиму підприємств від режиму споживання послуг;
- неможливість накопичення та складування готової продукції та скорочення (збільшення) виробничого циклу.

Крім особливостей, пов'язаних безпосередньо з діяльністю, підприємства водопровідно-каналізаційного господарства, мають також ряд

протиріч в організації та управлінні діяльністю. Їм притаманні ознаки як комерційних, так і некомерційних організацій (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

**Ознаки підприємств водопостачання та водовідведення як комерційної та некомерційної організації**

Ознаки ПВВ як комерційної організації	Ознаки ПВВ як некомерційної організації
1. Є платником податків на загальних підставах	1. Державне регулювання тарифів, що не дозволяє повністю відшкодувати собівартість послуг та призводить до збитковості
2. Метою діяльності є отримання прибутку	2. Метою діяльності є, передусім, задоволення потреб населення
3. Є монополістами	3. Державне регулювання діяльності та відсутність механізмів для саморозвитку

Сьогодні підприємства водопостачання та водовідведення мають великі фінансові ускладнення при реалізації інвестиційних програм із модернізації та розвитку. Без залучення позичених коштів вагомих успіхів у короткі строки досягти практично неможливо. Необхідні інвестиції, які в потрібному обсязі є лише у фінансових інститутах.

Найбільш сприятливі умови надають здебільшого міжнародні фінансові інститути. Проте для цього підприємство повинно виходити на міжнародний ринок, надавати якісні послуги, що відповідали б стандартам якості. Зростання внутрішньої та зовнішньої ефективності підприємств водопостачання та водовідведення приведе галузь до підвищення якості послуг, що надаються. Підвищення якості послуг зумовлює більшу лояльність споживачів та створює передумови до підвищення рівня оплати за послуги, а також економію на відповідних процедурах збору оплати та роботі за претензіями. Водночас покращення показників оплати сприятиме залученню інвестицій у галузь (можна буде прораховувати грошові потоки й

терміни окупності проектів). А це у свою чергу дозволить забезпечити формування фінансових ресурсів для стійкого розвитку підприємств та постійного підвищення зовнішньої та внутрішньої ефективності.

Таким чином, у результаті дослідження визначено незадовільний стан функціонування підприємств житлово-комунального господарства, що потребує здійснення комплексу дій, прийняття обґрунтованих управлінських рішень, розробки та реалізації інвестиційних програм із модернізації та розвитку. Зростання ефективності діяльності підприємств житлово-комунального господарства приведе до підвищення якості наданих послуг та добробуту населення. У цьому контексті важливим є наступне: розробка і впровадження цільових програм, механізмів залучення інвестицій та управління з урахуванням особливостей і напрямів діяльності підприємств житлово-комунального комплексу.

## 1.2. Роль зацікавлених осіб у формуванні ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення

Для виходу підприємств галузі з кризового стану, що поглиблювався роками, необхідно застосування цивілізованих дієвих методів управління. Світові тенденції управління на сучасному етапі розвитку економіки більше спрямовані на нематеріальні складові функціонування підприємства, які б у довготривалій перспективі забезпечували його стабільність та розвиток. Використання нематеріальних переваг повинно сприяти створенню позитивної ділової репутації. Хоч досвід формування ділової репутації мають переважно зарубіжні компанії, усе більше вітчизняних підприємств розуміють необхідність створення та покращення власної. Підприємства водопостачання та водовідведення не є винятком.

Питанням визначення, структури та оцінки ділової репутації підприємства приділяють увагу багато вчених, серед яких Р. Брейлі, Г. Даулінг [48], С. Майерс, В. Шепель [205], а також С. Горін [39],

О. Шиманська [206], О. Гребешкова [43], О. Ляшенко [114] та інші. Однак проблематика формування ділової репутації підприємств комунального сектора у працях науковців висвітлена недостатньо. Проте в діяльності цих підприємств виникає ряд питань, пов'язаних з рівнем їхньої ділової репутації, що потребує наукового узагальнення й розробки механізмів його практичного застосування.

Незважаючи на те, що термін «ділова репутація» увійшов у мову бізнесу відносно недавно, поняття згадується ще у XV столітті у торгових відносинах англійських купців. Більш широкого застосування воно набуло у середині XIX століття. Сутність ділової репутації з тих часів майже не змінювалась, проте вона стала невід'ємною частиною ведення бізнесу. Слід зазначити, що відповідно до сучасних вимог ринку термін «ділова репутація» стає все більш багатограним, складнішим і включає все більше елементів.

У науковій літературі ділова репутація розглядається з різних позицій. Одні науковці твердять, що це елемент управління, інші розглядають дану категорію з соціальної та психологічної точки зору, у теорії менеджменту ділову репутацію часто замінюють поняттями «імідж» та «гудвіл».

Так, висвітленням різних аспектів репутації, іміджу, бренда підприємства займалися такі науковці, як Г. Даулінг [48], Ч. Фомбран [222.], Н. В. Писаренко [142], В. М. Шепель [205], Е. В. Гусева [46], Л. В. Пелленен [138], Г. Почепцова [151], А. Ю. Панасюк [136], К. Букша [26] й ін.

Проаналізувавши думки та погляди вчених з цього питання, можна дійти висновку, що **імідж** створюється в якості «образу» фірми перед її цільовою аудиторією, **гудвіл** є вираженням вартості бізнесу, а **репутація** віддзеркалює реальний стан підприємства з урахуванням його переваг та недоліків, на основі чого зацікавлені особи можуть прийняти рішення про співпрацю [47, 67, 90, 122].

Тому ділова репутація підприємства повинна оцінюватись не тільки в контексті «іміджу» підприємства, «позиції на ринку» і т. п., але й як один з його активів, за допомогою якого досягається інвестиційна привабливість,

стабільність діяльності, можливість укладання ділових угод на вигідних умовах [209].

Проблематику визначення ділової репутації вивчало й досліджувало багато науковців, зокрема як юридичну категорію ділову репутацію розглядали Л. Костенко, О. Кохановська, К. Машевська, які визначили правову природу сутності ділової репутації, проблеми її захисту. Як економічну категорію ділову репутацію вивчали А. Остапенко, Т. Головченко, О. Родіонов [171], О. М. Гребешкова [43], О. Шиманська, Ю. О. Калугін, О. В. Хортюк, які сформулювали економічну сутність ділової репутації, визначили її складники та чинники формування, встановили методичні підходи до оцінювання її рівня.

Однак серед науковців немає єдиної думки щодо сутності ділової репутації, її складників та оцінки.

На думку Грема Даулінга, репутацією є «ціннісні характеристики і думки, що викликаються корпоративним іміджем і комплексом доступних до спостереження дій і рішень компанії» [48].

Водночас С. Фомбран та М. Шенлі визначають репутацію як «публічне представлення підприємства, кумулятивне судження суспільства про нього за певний період на основі порівняльного успіху на ринку та задовільнення бажань акціонерів» [224]. Водночас Д. Хаттон и М. Гурман вважають репутацію «комплексною характеристикою підприємства, що впливає на різні категорії споживачів та контактні групи» [26]. І. С. Важеніна тлумачить репутацію як «якісну характеристику життєдіяльності, що формується у суспільстві на основі отриманої ним достовірної інформації» [30].

Згідно з позицією Є. Дмитрук [54] та А. Ляшенко [114] репутацією підприємства є «комплексна характеристика підприємства, що формується на основі зіставлення сукупності притаманних зовнішнім та внутрішнім стейкхолдерам матеріальних, нематеріальних та естетичних цінностей, зміна яких може впливати на позицію підприємства на ринку [164].

Гребешкова О. М., Шиманська О. В вважають, що «ділова репутація є нематеріальним активом сучасної компанії (фірми, підприємства), який має для неї стратегічну значущість, а отже відноситься до стратегічних активів» [43].

На думку Реверчук Н. І., Дзямулич О. С., «ділова репутація — це нематеріальний актив, що має значний вплив на показники ефективності діяльності підприємства та здатний забезпечувати суб'єкту господарювання конкурентні переваги на ринку [164].

С. В. Горін у своїх дослідженнях визначає ділову репутацію як минуле організації та нематеріальне благо, яке притаманне як юридичним, так і фізичним особам [39].

«Вікіпедія» дає наступне визначення ділової репутації: «Ділова репутація — сукупність підтвердженої інформації про особу, що дає можливість зробити висновок про професійні та управлінські здібності такої особи, її порядність та відповідність її діяльності вимогам закону» [167].

Крім того, у вітчизняному законодавстві також надається визначення ділової репутації.

Відповідно до Закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» «ділова репутація – сукупність документально підтвердженої інформації про особу, що дає можливість зробити висновок про відповідність її господарської та/або професійної діяльності вимогам законодавства» [160].

Також цей термін визначений у Законі України «Про банки і банківську діяльність», згідня з яким «ділова репутація – відомості, зібрані Національним банком України, про відповідність діяльності юридичної або фізичної особи, у тому числі керівників юридичної особи та власників істотної участі у такій юридичній особі, вимогам закону, діловій практиці та професійній етиці, а також відомості про порядність, професійні та управлінські здібності фізичної особи» [156].

Отже, з огляду на різні кути зору щодо трактування терміна **ділової репутації**, його ототожнювання із поняттями «імідж» та «гудвіл», автор вважає за доцільне визначити характер поняття, встановити взаємозв'язки та окреслити відмінності відносно вищеназваних категорій. Так, основними відмінностями **ділової репутації** є передумови її формування на основі реальної інформації щодо діяльності підприємства, тоді як **імідж** є емоційним виразником цієї діяльності. У свою чергу **гудвіл** може бути вираженням вартості ділової репутації, що робить це поняття надто вузьким в контексті сприйняття репутації як сформованої думки про підприємство. Незважаючи на відмінності сутностей даних понять, між ними є дещо спільне, зокрема імідж підприємства певною мірою формує його ділову репутацію, тоді як гудвіл може виражати її вартість [2, 4, 56, 107].

Взаємозв'язок між **іміджем**, **гудвілом** та **діловою репутацією** наведено на рисунку 1.11.

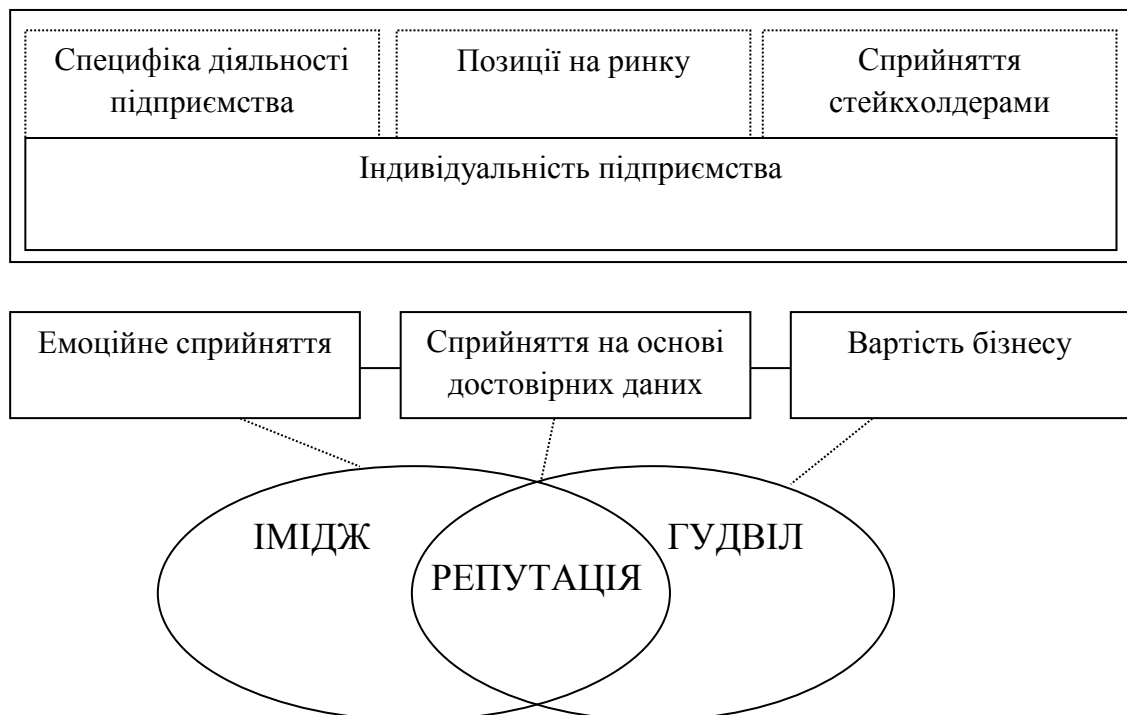


Рис. 1.11. Взаємозв'язок понять «імідж», «гудвіл» та «репутація»

(розроблено автором)



Якщо розглядати проблематику формування ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення, слід обов'язково врахувати специфіку їх діяльності. Тож враховуючи особливості галузі, наведені вище, та узагальнюючи існуючі підходи до визначення поняття «ділова репутація», ділову репутацію підприємств водопровідно-каналізаційного господарства можна визначити як нематеріальний актив, який оцінюється за допомогою таких чинників, як ведення та результативність діяльності, дії керівництва та персоналу, судження суспільства, контрагентів, органів місцевої влади та інших зацікавлених осіб, що формують ставлення до підприємства в цілому [91 - 94].

Тобто, ділову репутацію підприємств даної галузі можна розглядати як результат взаємодії із зацікавленими особами (стейкхолдерами), що проявляється як рівень їх довіри до підприємства, підтримки діяльності (що може виражатися в готовності до інвестицій, інновацій, перетворень і т. д.).

Отже, на окрему увагу заслуговує розкриття категорії «стейкхолдери» та особливостей їх взаємодії із підприємствами водопостачання та водовідведення.

Протягом останніх років у дослідженнях зарубіжних та вітчизняних вчених все більше уваги приділяється ефективності взаємодії стейкхолдерів із підприємствами, зокрема розв'язанням цих проблем займалися І. Жданов [59], В. Санін [176], І. Олексів [125], А. Зуб [64], Р. Каплан і Д. Нортон [129], Е. Фріман , М. Портер [150]. У своїх роботах більшість з представлених авторів фокусують увагу на розробці стратегії діяльності підприємства з урахуванням впливу зацікавлених сторін. Починаючи з середини 1980-х р. представлені підходи впливають на напрями і методи управління, корпоративну культуру і стратегії більшості компаній світу.

Теорія «зацікавлених осіб» формувалась у 60-х роках минулого століття на підґрунті забезпечення взаємодії між бізнес-групами. Згідно з цією теорією, компанія – це не тільки економічно цілісний суб'єкт, інструмент для одержання прибутку, але й елемент того середовища, в якому

вона функціонує, а також система, що впливає й сама зазнає впливу з боку свого оточення: місцевих співтовариств, споживачів, постачальників, суспільних організацій, а також персоналу, інвесторів та акціонерів [8, 9].

У цьому контексті заслуговують на увагу погляди Р. Акоффа, який розширив коло зацікавлених осіб — уряд і майбутнє покоління. На його думку, менеджери компанії не повинні приймати рішення, що обмежуватимуть сферу вибору нових поколінь у майбутньому. Р. Акофф визначав організацію як відкриту систему, в межах якої вирішується значна кількість соціальних проблем у процесі забезпечення ефективної взаємодії «зацікавлених осіб» із підприємством [33].

Серед теоретико-методичних підходів щодо визначення та структурування зацікавлених осіб важливе значення мають розробки Е. Фрімена, який охарактеризував стейкхолдерів як фізичних та юридичних осіб, зацікавлених у фінансових та інших результатах діяльності підприємства і здатних здійснювати на неї вплив. Маючи «частку» (stake) в підприємстві, усі зацікавлені сторони мають фінансові інтереси та очікують отримання вигоди від функціонування закладу. Під фінансовим інтересом Е. Фрімен розуміє очікувану економічну вигоду від реалізації стратегії, що виражена у фінансовій формі (грошовій, часовій, ризиковій). На думку Е. Фрімена основою взаємодії із стейкхолдерми є аналіз усіх зацікавлених осіб, як внутрішніх, так і зовнішніх [224]. Відповідно до представленого підходу учений фокусує увагу на «будь-яких індивідах, групах або організаціях, які здійснюють суттєвий вплив на рішення, що ухвалюються фірмою та / або які опиняються під впливом цих рішень» [224]. Проте з часом термін «зацікавлена сторона» та концепція стейкхолдерів були доопрацьовані, посівши певне місце в системі управління підприємством. Подібну точку зору розділяють Дж. Пост, Л. Престон та С. Сакс, які вважають зацікавленими особами будь-яких осіб, що так чи інакше пов'язані з діяльністю підприємства. В цьому розумінні автори виділяють групи, які можуть отримувати вигоди від діяльності підприємства і групи, які

відчувають на собі негативний вплив. [228]. На відміну від Е. Фрімена, вищеназвані вчені до складу стейкхолдерів не відносять суб'єктів, інтереси яких є протилежними відносно інтересів фірми (наприклад, конкуренти).

Т. Джонс і А. Уїкс визначають стейкхолдерів корпорації як групи та індивідів, що становлять її оточення (внутрішнє та зовнішнє), які впливають або на яких можуть вплинути рішення, що ухвалюються корпорацією. При цьому їх теорія висвітлює природу відносин між стейкхолдерами, а саме процеси, що супроводжують відносини, і результати (ресурсний обмін) для фірми та її стейкхолдерів [226]. На думку автора це визначення є найбільш повним, оскільки прийняті до уваги і зовнішні, і внутрішні зацікавлені особи, а також врахований їх вплив на діяльність підприємства.

Таким чином, відповідно до теорії стейкхолдерів цілі діяльності підприємства мають включати інтереси різних зацікавлених груп. Міра впливу цих груп на діяльність підприємства є ключовим чинником, завдяки якому можна здійснити ранжування відносно один до одного, тим самим створюючи ієрархію важливості взаємовідносин підприємства з цими групами. Крім того, між стейкхолдерами можуть існувати відносини, що носять конкурентний характер. При цьому інтерес зацікавлених сторін зберігається до того часу, доки підприємство здатне забезпечити такі стимули, цінність та важливість яких буде перевищувати, або хоча б компенсувати здійснені внески та задовольняти їхні потреби [110-112]. Задоволенням потреб у цьому контексті є отримання від підприємства ресурсів. Таким чином, відносини між організацією та різними групами стейкхолдерами будуються навколо ресурсного обміну, оскільки кожна зі сторін намагається створити власну ресурсну базу, яка б якнайкраще відповідала б її цілям [31, 84, 89, 106].

Заслуговує на увагу розуміння поняття стейкхолдерів А. Т. Зубом, який визначив зацікавлених осіб з позиції здійснення впливу на діяльність підприємства [64].

Д. Кліленд розглядав стейкхолдерів як людей, організації або групи людей, що регулюють взаємовідносини в процесі розробки й реалізації проекту. Він зазначав, що основною метою участі в проекті є особистий інтерес або вигоди зацікавлених осіб [78].

На противагу від попередніх дослідників, С. Йоран дає визначення стейкхолдерам з точки зору внесення певного вкладу в досягнення успіху організацією. Він характеризує стейкхолдерів як групи людей або організацій, вклад яких (робота, капітал, ресурси, купівельна спроможність, розповсюдження інформації про компанію тощо) є основою успіху підприємств. При цьому важливим є уточнення, що з одними групами зацікавлених осіб необхідно налагоджувати довгостроковий контакт, з іншими — короткостроковий [183].

Заслуговує на увагу точка зору М. Кларксона, який приділяє важливе значення питанню прав власності на організацію як в минулому, так і в майбутньому [78]. І. Гончаров розглядає стейкхолдерів як осіб або групу осіб, що зацікавлені або мають якісь вимоги до діяльності компанії і тому можуть сприяти або протидіяти рішенням, що приймає керівництво компанії. Це можуть бути фінансові інтереси, претензії, вимоги до того, що і як робить компанія, або права щодо керування компанією [37].

Проблему розуміння поняття стейкхолдерів узагальнено у відповідних стандартах та рекомендаціях. Так, у Рекомендаціях зі звітності в галузі сталого розвитку GRI (Global Reporting Initiative) зацікавлені сторони визначаються «як організації чи особи, на яких суттєво впливають діяльність, продукція та / або послуги організації, і такі, чії дії можуть впливати на здатність організації, успішно реалізовувати свої стратегії та досягати зазначеної мети» [123, 181].

Редакцією 2015 року доповнено розроблений у 2005 році Стандарт AA 1000 SES (Stakeholder Engagement Standard), розроблений у Лондонським інститутом соціальної та етичної звітності. Метою цього стандарту є

встановлення орієнтирів для якісної взаємодії. Він є основою для розробки напрямів взаємодії з метою здобуття конкурентних переваг. [190].

Узагальнюючи основні положення теорії стейкхолдерів, відзначимо, що зацікавлені сторони визначаються як індивіди або їх групи, а також організації та установи, що взаємодіють між собою та з підприємством як у внутрішньому, так і у зовнішньому середовищі, мають певні інтереси щодо його діяльності, здатні певною мірою впливати на неї, будучи водночас й об'єктом впливу та зацікавленості з боку самого підприємства, що коригує свою діяльність з огляду на їхні потреби. Відтак, застосування концепції зацікавлених сторін для формування ділової репутації забезпечує всебічне охоплення усіх аспектів не тільки діяльності підприємства, але і його оточення. Отже, важливим аспектом у процесі формування ділової репутації є ідентифікація зацікавлених осіб (стейкхолдерів) по відношенню до підприємства, їх групування, налагоджування взаємодії та управління ними (Рис. 1.12).

Відповідно до ілюстрації, вирізняємо два рівня середовища, з яким взаємодіє підприємство в процесі своєї діяльності, зокрема зовнішнє і внутрішнє.

До зовнішнього середовища функціонування підприємств належать елементи, що не контролюються підприємствами й безпосередньо впливають на його функціонування. До чинників впливу можна віднести економічні, соціальні, політичні та інші. Тобто середовище, що формує взаємодію із постачальниками, клієнтами, конкурентами, посередниками.

Внутрішнє середовище підприємства являє собою сукупність елементів, що створюються і контролюються суб'єктами господарювання.

Слід зазначити, що автором застосовується категорія «зацікавлені особи», яка є більш доречною з точки зору походження понять.

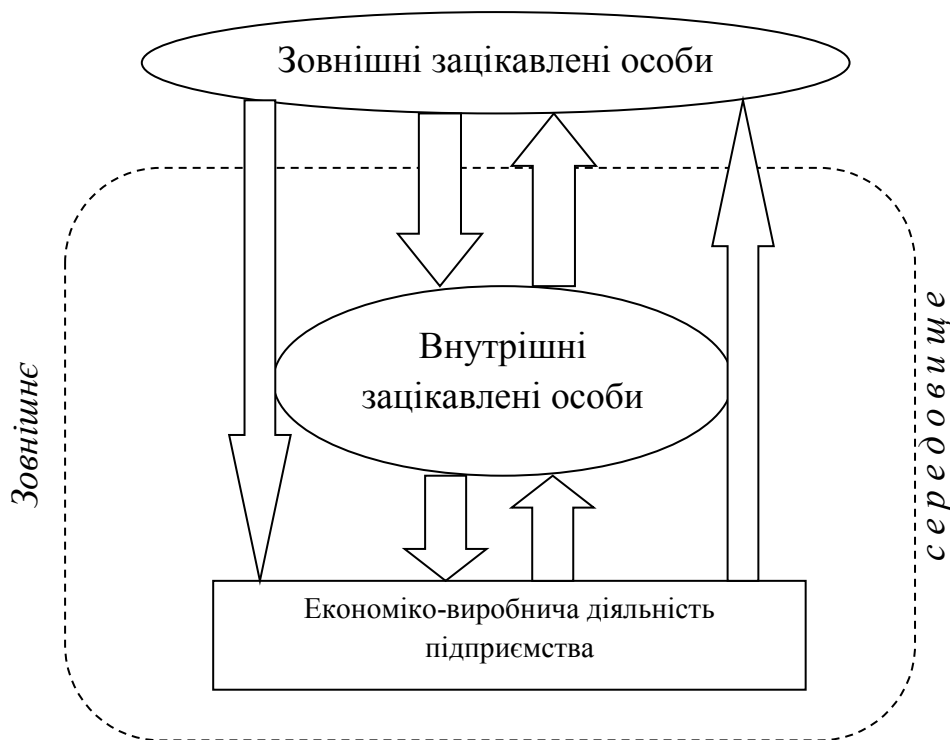


Рис. 1.12. Ідентифікація зацікавлених осіб по відношенню до підприємства  
(розроблено автором)

Оскільки, як було досліджено вище, буквально стейкхолдером є насамперед «тримач акцій», то для підприємств житлово-комунального комплексу застосування цього поняття є не цілком коректним. Тому в роботі надалі по відношенню до підприємств водопостачання та водовідведення застосовуватиметься поняття «зацікавлені особи».

Тож, для здійснення групування та аналізу зацікавлених осіб, що взаємодіють із комунальними підприємствами, ідентифікуються та групуються зацікавлені сторони, оцінюється ступінь і характер їхнього впливу. Аналіз проводиться з метою розробки механізму адаптації до зовнішнього та внутрішнього оточення підприємств.

Пошук оптимального балансу задоволення інтересів стейкхолдерів надає можливість підприємству розробити подальшу стратегію поведінки, яка б закріпила існуючі позиції ділової репутації підприємства та сприяла б її підвищенню.

У контексті формування та підвищення ділової репутації ключову роль відіграє ефективність залучення зацікавлених сторін до співпраці. Для цього використовуються різні форми взаємодії. Спілкування із стейкхолдерами може відбуватися як на формальному, так і не формальному рівні, і може мати різноманітні форми, зокрема індивідуальні зустрічі, конференції, семінари, громадські слухання, обговорення за круглим столом, консультативні комітети, участь у багатосторонніх форумах, членство й участь у роботі груп, що організовані в межах громади, й інших асоціаціях, інтерактивних форумах тощо. Залучення зацікавлених сторін має бути інтерактивним. Його суттєвою рисою є двостороннє спілкування.

Проте, більш раціональним є застосування методів, що передбачають двостороннє або багатостороннє спілкування між підприємствами ЖКК та стейкхолдерами, зокрема:

- організація зустрічей або інших форм спілкування, участь у яких беруть представники декількох груп стейкхолдерів з метою розглядання однієї проблеми;
- створення консультативних груп;
- спільні ініціативи.

Окрім використання наведених форм взаємодії зі стейкхолдерами, підприємства повинні здійснювати оцінку того, наскільки вони здатні реагувати на проблеми, що постають у ході взаємодії, які заходи можна реалізувати для їх розв'язання, а також якими можуть бути зворотні дії у відповідь на очікування зацікавлених сторін. Для цього слід провести оцінку власних ресурсів, що можуть бути потрібні для організації взаємодії зі стейкхолдерами [203, 204]. На основі виокремлених груп стейкхолдерів та окреслення кола значущих проблем, визначають характеристики власних ресурсів з урахуванням очікувань, бажання взаємодіяти, можливостей тих чи тих груп.

Окрім того, процес та форми взаємодії повинні розглядатися комплексно, стати частиною єдиної політики репутаційного менеджменту.

### 1.3 Особливості стратегічного моніторингу ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення.

Управління діловою репутацією є частиною загальної стратегії управління підприємством як системою. У довгостроковій перспективі роль ділової репутації в цілому та зокрема, є невід'ємною складовою стратегічного планування діяльності підприємства.

Водопровідно-каналізаційне господарство є однією із найважливіших галузей економіки України. Послуги, що надаються зазначеними підприємствами є невід'ємними складниками життя й розвитку сучасної людини. Припинення діяльності підприємств водопостачання та водовідведення неминуче веде до техногенної катастрофи.

З огляду на критичне технічне, економічне та фінансове становище підприємств галузі, вимагає пошуку та застосування нових ефективних методів, які б забезпечували не тільки ефективність функціонування, але й певний рівень ділової репутації підприємства. Саме тому формування та підтримання належного рівня ділової репутації підприємств галузі є об'єктивною необхідністю сучасного управління.

Оскільки на сьогодні проблема ділової репутації підприємств набуває першочергового значення, виникає потреба розробки системи моніторингу її забезпечення. Чинні моделі та методи управління, зокрема аналіз, контроль, планування, прогнозування у сучасних умовах господарювання не спроможні оперативно та адекватно реагувати на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. Недосконалість систем збору, обробки, систематизації фінансової інформації не дає можливості в повній мірі використовувати вищезазвані методи та прийоми, а також формулювати об'єктивні висновки [214, 215].

Оскільки формування ділової репутації, оцінка її рівня, прогнозування можливих слабких сторін потребує певного інформаційно-аналітичного



забезпечення, підприємство потребує постійного моніторингу стану ділової репутації і в процесі стратегічних перетворень також.

Таким чином, основним інструментом, що надає змогу швидко реагувати на постійні зміни зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на ділову репутацію, є **моніторинг**.

Теоретичні аспекти поняття «моніторинг» у загальному розумінні розкриті в працях наступні авторів: Е. М. Коротков, Б. Г. Литвак, П. І. Кононенко, Д. Хан, Н. Г. Данилочкіна, М. О. Кизим, В. А. Забродський, О. С. Олексюк, І. Й. Плікус та інші.

Великий економічний словник дає наступне тлумачення моніторингу, порівн.: «це система постійної оцінки всіх сторін діяльності підприємства, його підрозділів, керівників, співробітників з точки зору своєчасного та якісного виконання завдань стратегічного плану і виявлення відхилень фактичних результатів від передбачуваних» [57].

Побуває й таке визначення: «Моніторинг – комплекс наукових, технічних, технологічних, організаційних та інших засобів, які забезпечують систематичний контроль (стеження) за станом та тенденціями розвитку природних, техногенних та суспільних процесів» [70]. Таким чином, у загальному розумінні **моніторинг** – це постійне спостереження за процесом або явищем [217, 218].

Е. Коротков визначає термін «моніторинг» як «систематичне відстеження процесів або тенденцій, постійне спостереження з метою своєчасної оцінки виникаючих ситуацій» [71]. Б. Литвак під «моніторингом» розуміє «спеціальне організоване систематичне спостереження за станом яких-небудь об'єктів» [4].

У свою чергу, А. Сельський у визначенні моніторингу наголошує на забезпеченні зворотнього зв'язку у процесі управління [184].

Л. Пан і Н. Романченко, визначаючи сутність моніторингу, акцентують увагу на управлінні зв'язками підприємства з його внутрішнім і зовнішнім середовищем. [135].

Ю. М. Ратушний у своїй дисертаційній роботі визначає стратегічний моніторинг середовища функціонування організації як «комплекс стратегічних досліджень, призначений для відстеження, аналізу та оцінки складових оточення організації в реальному масштабі часу, прогнозу тенденцій його розвитку, діагностики взаємозв'язків та формування інформаційної бази реакції організації» [167].

Окрім загальних тлумачень даного поняття, в економічній літературі моніторинг розкривається з фінансового, маркетингового, конкурентного або будь-якого іншого аспекту діяльності підприємства.

Так, на думку І. О. Бланка, система моніторингу є розробленим на підприємстві механізмом постійного спостереження за підконтрольними показниками фінансової діяльності, визначення розмірів відхилення фактичних результатів від передбачених та виявлення причин цих відхилень [18].

Такої ж думки дотримуються В. А. Забродський та І. Й. Плікус. Дослідженням фінансового компонента моніторингу із виокремленням його інформаційної та контрольної функцій займалися В. Галіцин [142], О. Мозенков [117] та інші.

Узагальнення поданої вище інформації надає можливість висновкувати, що стратегічний моніторинг поєднує в собі механізми аналізу, зокрема безпосередньо моніторингу й контролінгу.

Так, стратегічний аналіз та економічний моніторинг мають подібні цілі та завдання, але не спроможні розв'язати ряд проблем, що не дозволяє їх використовувати в якості єдиного механізму проведення стратегічних досліджень [192, 193, 211, 219].

Стратегічний аналіз має на меті опис підприємства як об'єкта дослідження з виявленням його особливостей, тенденцій та можливих напрямків розвитку [212]. Стратегічний аналіз виконує описову, роз'яснювальну та прогнозну функції, що допомагає створенню моделі підприємства та його зовнішнього та внутрішнього оточення.

В існуючих концепціях моніторингу значна увага концентрується на внутрішньому середовищі функціонування підприємства.

Проте в працях вищезазначених учених моніторинг майже не розглядається як активний інструмент управління, що створює сприятливі умови для забезпечення певного рівня ділової репутації підприємства.

Тому особливо важливим питанням є розкриття поняття стратегічного моніторингу як етапу процесу розробки стратегії створення та підтримання належного рівня ділової репутації на підприємствах водопостачання та водовідведення. Для формування необхідних показників необхідно застосовувати процедури оцінки зовнішнього й внутрішнього середовища діяльності підприємств [3, 58,75].

Очевидно, для здійснення оцінки ділової репутації підприємств цієї галузі слід урахувувати ряд чинників існуючих систем дослідження середовища стейкхолдерів підприємства.

Тож, для формування стратегії управління діловою репутацією необхідно здійснити ряд заходів, зокрема:

1. Визначення середовища функціонування підприємства відповідно до існуючих економічних умов та специфіки діяльності.
2. Дослідження динаміки ділової репутації із плином часу та впливом зовнішніх та внутрішніх зацікавлених осіб.
3. Урахування чинників впливу, що зумовлюється формами власності, державного регулювання тощо.
4. Накопичення знань інформації про стан ділової репутації для визначення основних трендів розвитку і прогнозування змін.
5. Діагностика відхилення фактичних показників параметрів ділової репутації від прогнозних або оптимальних.
6. Формування переліку важливих параметрів ділової репутації для регулювання відхилень.
7. Реалізація механізмів формування та контролю загального показника ділової репутації згідно з результатами дослідження [108, 120, 121].

Сукупність системних стратегічних досліджень рівня ділової репутації буде являти собою систему стратегічного моніторингу.

Ураховуючи всі вищезазначені чинники, під моніторингом ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення слід розуміти спеціально організовану постійно та безперервно діючу систему, за допомогою якої здійснюється процес збору, накопичення, систематизації, аналізу інформації, яка встановлює напрями зовнішніх і внутрішніх зацікавлених осіб, що впливають на діяльність підприємств та формують рівень його ділової репутації [124].

Отже, сутність моніторингу ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення виявляється через специфіку їх діяльності, тому поряд із стандартними процесами, що притаманними моніторингу, слід розробляти ті його напрями, що враховували б дію чинників, притаманних саме цим підприємствам.

Ураховуючи вищезазначене, вважаємо, що сутність моніторингу ділової репутації підприємства полягає в наданні достовірної, повної інформації про загальний рівень та складники ділової репутації, їх динаміку, а також постійно змінюваний склад та міра впливу зовнішніх і внутрішніх зацікавлених осіб.

Виходячи з такого визначення, можна сформулювати наступні завдання моніторингу ділової репутації підприємства:

- виявлення внутрішніх та зовнішніх зацікавлених осіб, що здійснюють вплив на ділову репутацію підприємств водопостачання та водовідведення;
- визначення джерел та причин здійснення негативного впливу деякими групами зацікавлених осіб;
- визначення характеру, рівня та інтенсивності дії стейкхолдерів, що негативно впливають на ділову репутацію;
- оцінка рівня ділової репутації та дослідження його динаміки;

– розробка цільових заходів для запобігання негативного впливу на рівень ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення та впровадження заходів щодо його підвищення [35].

Отже, автор вважає за доцільне запропонувати таку структуру комплексного моніторингу ділової репутації підприємства: моніторинг середовища (зовнішнього і внутрішнього) відповідно до напрямів взаємодії із зацікавленими особами (Рис. 1.13).



Рис. 1.13. Структура моніторингу ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення (розроблено автором)

Стратегічний моніторинг ділової репутації включає підсистеми стратегічного аналізу та контролінгу, які оброблюють вихідні дані, та розподіляється на зовнішній та внутрішній моніторинг.

Відповідно виявляються зовнішні і внутрішні зацікавлені особи підприємства, формується система показників, здійснюється розрахунок та інтерпретація отриманих результатів.

Слід зазначити, що система стратегічного моніторингу як підсистема стратегічного управління повинна відповідати місії та загальній стратегії діяльності підприємства відповідно до його цілей та завдань на певному етапі здійснення діяльності.

Згідно з цими постулатами, визначення концепції стратегічного моніторингу ділової репутації повинно відбуватися в площині діяльності підприємства в цілому із врахуванням її специфіки (Рис. 1.14).

Таким чином, процес здійснення стратегічного моніторингу ділової репутації повинен базуватися на ввідних даних щодо діяльності підприємства (місії, мети, завдань), обов'язково враховуючи форму власності та організаційно-правову форму господарювання.

Визначення рівня ділової репутації вимагає як ретроспективного аналізу показників за основними її складовими, так і перспективних досліджень.

Вихідними мають стати результати дослідження внутрішнього й зовнішнього середовища функціонування підприємства в статусі групи зацікавлених осіб. При цьому обов'язково слід ураховувати основні тенденції змін як власне цільових груп, так і напрямів взаємодії з ними.

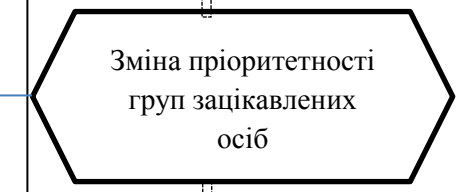
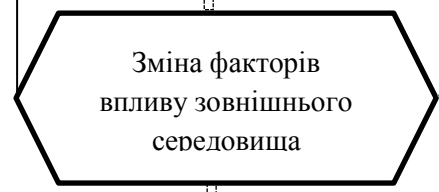
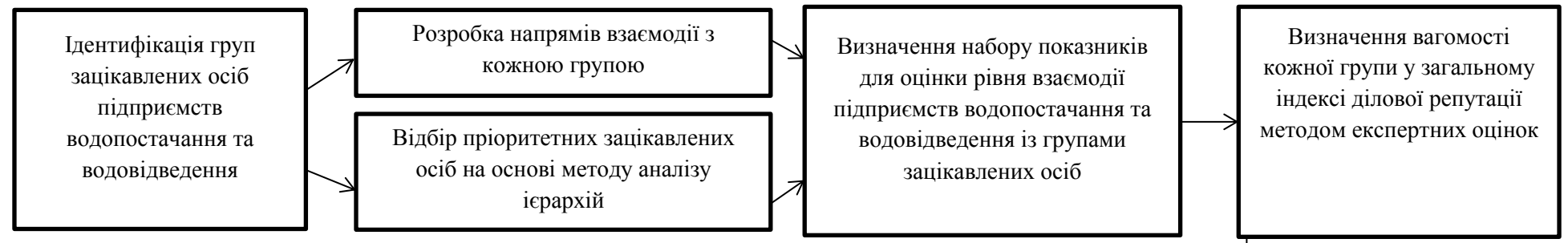


Рис. 1.14. Система стратегічного моніторингу ділової репутації  
(розроблено автором)

Застосування репутаційного менеджменту дозволяє сформувати та застосовувати ефективну систему стратегічного моніторингу ділової репутації (Рис. 1.15).

Запропонована система стратегічного моніторингу ділової репутації містить взаємопов'язані блоки: перший – ідентифікація зацікавлених осіб та дослідження факторів їхнього впливу на ділову репутацію, що включає вибір пріоритетних груп та напрямів взаємодії з ними, а також виявлення набору показників для здійснення оцінки рівня взаємодії шляхом розрахунку

### 1. Моніторинг взаємодії з групами зацікавлених осіб



### 2. Моніторинг рівня ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення



Рис. 1.15. Методичний підхід до стратегічного моніторингу ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення (Розроблено автором)



інтегрованого показника, другим – визначення рівня ділової репутації та реалізація моделі стратегічного моніторингу ділової репутації, що містить інтегрований показник рівня взаємодії, показник вагомості кожної з обраних груп у загальному рівні ділової репутації; на основі отриманих даних здійснюється побудова репутаційних радарів та інтерпретація результатів на розробленій шкалі значень індексів ділової репутації. Отримані результати використовуються для впровадження заходів щодо управління діловою репутацією відповідно до її рівня та розробки прогнозних показників ділової репутації з урахуванням запропонованих заходів.

Отже, система стратегічного моніторингу ділової репутації, з одного боку, є регулятором її формування та коригування складових та загального рівня. З іншого боку, сама система стратегічного моніторингу є об'єктом регулювання в межах діяльності підприємства в цілому.

Завдяки системі стратегічного моніторингу ділової репутації регулюються взаємовідносини з цільовими групами та коригується рівень репутації. Водночас система стратегічного моніторингу є лише підсистемою стратегічного управління підприємством, що має свої цілі та задачі, а також інструменти їх вирішення.

## **Висновки до розділу 1**

1. Досліджено місце й роль підприємств водопостачання та водовідведення у розвитку національної економіки України, проаналізовано їх сучасний стан, проблеми розвитку підприємств у контексті формування системи стратегічного моніторингу ділової репутації, обґрунтовано необхідність пошуку якісно нових, оптимальних підходів до розв'язання накопичених проблем.

2. Доведено, що проблема кризового стану підприємств водопостачання та водовідведення стає все більш актуальною й потребує вирішення, оскільки виступає не тільки значним бар'єром на шляху

ефективного реформування галузі, пошуку іноземних інвесторів, але й створює диспропорції в економіці країни в цілому, загострює соціальні проблеми. З огляду на критичне технічне, економічне та фінансове становище підприємств галузі, вимагає пошуку та застосування нових ефективних методів, які б забезпечували не тільки ефективність функціонування, але й певний рівень ділової репутації підприємства. Саме тому формування та підтримання належного рівня ділової репутації підприємств галузі є об'єктивною необхідністю сучасного управління.

3. Установлено, що відсутність єдиного підходу та багатоаспектність визначення науковцями поняття ділової репутації створює багато суперечностей щодо характеристики складників і чинників, які впливають на її рівень, механізмів захисту від негативного впливу, що, без сумніву, вимагає чіткого тлумачення змісту терміна. Шляхом встановлення чіткого логічного зв'язку між такими поняттями, як «імідж», «гудвіл» та «репутація» сформовано авторське визначення поняття «ділової репутації підприємств водопостачання та водовідведення», в основу якого покладено взаємодію із цільовими групами зацікавлених осіб. Це надало можливість визначити комплекс заходів, спрямованих на формування та збереження певного рівня ділової репутації підприємства в поточному та майбутньому періодах.

4. На основі узагальнення та систематизації теоретико-методичних підходів автором уточнено сутність поняття «стратегічний моніторинг ділової репутації», що становить основу понятійно-термінологічного апарату дослідження й дозволило розглядати його як спеціально організовану постійно та безперервно діючу систему, за допомогою якої здійснюється процес збору, накопичення, систематизації, аналізу інформації, яка визначає напрями діяльності зовнішніх і внутрішніх зацікавлених осіб, що впливають на діяльність підприємств загалом і формують рівень їхньої ділової репутації. На основі цього запропоновано здійснення стратегічного моніторингу ділової репутації, що повинен базуватися на ввідних даних щодо діяльності

підприємства (місії, мети, завдань), обов'язково враховуючи форму власності та організаційно-правову форму господарювання.

5. Визначено, що для врахування інтересів всіх стейкхолдерів, підприємствам ВКГ необхідно: виявити коло зацікавлених осіб; проаналізувати їх інтереси з метою виявлення пріоритетних питань взаємодії; розробити комплекс заходів щодо вирішення питань, що стосуються інтересів стейкхолдерів; спрогнозувати результати своєї діяльності по відношенню до стейкхолдерів та можливі варіанти управління цими результатами.

6. За результатами наукового дослідження можна стверджувати, що система стратегічного моніторингу ділової репутації, з одного боку, є регулятором її формування та коригування складників та загального рівня. З другого боку, сама система стратегічного моніторингу є об'єктом регулювання в межах діяльності підприємства в цілому та слугує основою для прийняття аргументованих управлінських рішень щодо цілеспрямованого й систематичного управління діловою репутацією в межах стратегії діяльності підприємства. На цій основі доведено доцільність розробки теоретико-методичних засад ідентифікації та оцінювання як внутрішніх, так і зовнішніх зацікавлених осіб підприємств водопостачання та водовідведення, що формують їхню ділову репутацію.

7. Запропоновано систему стратегічного моніторингу ділової репутації, що містить взаємопов'язані блоки: перший – ідентифікація зацікавлених осіб та дослідження чинників їхнього впливу на ділову репутацію, що включає вибір пріоритетних груп і напрямів взаємодії з ними, а також виявлення набору показників для здійснення оцінки рівня взаємодії шляхом вирахування інтегрованого показника, другий – визначення рівня ділової репутації та реалізація моделі стратегічного моніторингу ділової репутації, що містить інтегрований показник рівня взаємодії, визначення вагомості кожної з обраних груп у загальному рівні ділової репутації; на основі отриманих даних здійснено побудову репутаційних радарів та

інтерпретовано результати на розробленій шкалі значень індексів ділової репутації.

Отримані результати використовуються для впровадження методики управління діловою репутацією відповідно до її рівня та розробки прогнозних показників ділової репутації з урахуванням запропонованих заходів.

Основні результати досліджень, проведених у розділі 1 дисертаційної роботи, опубліковані у наукових статтях [81; 82;83; 85; 89; 90; 91; 92; 94; 101]