

Це відбувається, тому що туристичний попит носить сезонний характер, ціни на послуги з кожним роком ростуть, а самі послуги змінюються і вдосконалюються, що вимагає швидкої реакції від суб'єктів готельного бізнесу та залучення додаткових коштів.

Можна зробити висновок, що в найближчому майбутньому в Україні відбудуватиметься зростання кількості якісних готелів на усіх ринкових сегментах, як під управлінням національних операторів, так і міжнародних брендів.

Література:

1. Балацька Н.Ю. Особливості та перспективи розвитку готельного бізнесу в Україні / Н.Ю. Балацька, В.М. Репринцева // «Молодий вчений». – 2016. – №1(28). – Частина 1. – С. 12-15.

2. Експрес-випуск Державної служби статистики України «Мережа колективних засобів розміщування у 2015 році» / Матеріали офіційного сайту Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Заголовок з екрану.

ФУНДАМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ: РЕЗУЛЬТАТЫ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ КАК МЕТОДИКИ

Саранча Е.А.

*Научный руководитель: Бабайлов В.К., к.э.н., доцент
Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет*

Разработка на кафедре экономики предприятия ХНАДУ новых парадигм экономики, менеджмента, предпринимательства, высшего образования и особенно создание универсальной модели их разработки заставили по-новому рассматривать элементы её структуры [1], [2], [3], [4].

И особенно важным было новое понимание результатов решения проблемы на каждом уровне фундаментального исследования.

Целью доклада явилось обоснование тезиса: «Результаты всех уровней фундаментального исследования являются методиками».

Для достижения цели использована модель разработки парадигм экономики, представленная в табл. 1 [3].

Из модели следует, что результатами решения проблем являются: зависимость; закономерность; закон; основной закон; парадигмы. Зависимость – это результат решения проблемы фундаментального исследования на уровне идеи. Закономерность – результат решения проблемы на уровне гипотезы. Закон концепции – результат решения проблемы на уровне концепции. Закон теории – результат решения проблемы на уровне теории. Основной закон – результат решения проблемы на уровне основной теории. Парадигма – результат решения проблемы на уровне науки.

Модель разработки парадигм экономики

Результаты уровней ФИ	Результаты этапов фундаментального исследования (ФИ)		
	Объект	Предмет (аспект, уровень Проблемы)	Установленная апробацией Зависимость стоимости от определяющих её факторов
Идея	Стоимость	Неизвестная качественная зависимость стоимости	Зависимость качественная стоимости от затрат труда на основе – Интуиции
Гипотеза	Идея	Неизвестная количественная зависимость стоимости	Закономерность на основе Логик отдельных фактов практики
Концепция	Гипотеза	Недоказанность закономерности	Закон экономики (любой частный) на основе Логик доказательства
Теория	Концепция	Неподтверждённый всей практикой закон	Закон экономики (любой частный) на основе подтверждения всей практикой
Основная Теория	Теории	Необобщённые частные законы экономики	Основной закон экономики: «Стоимость равна затратам труда» на основе обобщения всех частных законов экономики
Наука	Основная Теория	Основной закон экономики, неапробированный Временем	Парадигмы экономики

Нетрудно видеть, что перечисленные результаты уже используются в соответствующих уровнях фундаментального исследования как логические средства решения их проблем, то есть являются методиками. Так, зависимость используется в гипотезе как методика для установления закономерности; закономерность используется в концепции как методика для установления закона; закон концепции используется как методика для установления закона теории; закон теории используется как методика для установления основного закона основной теории; основной закон используется как методика установления парадигмы. Законы используются и за пределами фундаментального исследования как методики экспериментального исследования (для разработки соответствующих прикладных методик, техник и технологий), а парадигма – как методика прикладного исследования (для формулировки миссии предприятия).

Таким образом, доказано, что все результаты фундаментального исследования действительно являются методиками.

Литература:

1. Бабайлов В.К. Предпринимательство: концепция новой парадигмы / В.К. Бабайлов // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №1(4)-2013. – Харків: ХНАДУ, 2013 – С. 9-13.

2. Бабайлов В.К. Новая парадигма экономики / В.К. Бабайлов // Новий колегіум. – 2015. – № 1. – С.53-57.

3. Бабайлов В.К. Модель разработки парадигм: важнейшие свойства / В.К. Бабайлов // Новый коллегіум. – 2016. – № 3. – С.48-53.

4. Бабайлов В.К. Новая парадигма менеджмента / В.К. Бабайлов // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №3(14), том 1 – 2016. – Харків: ХНАДУ, 2016 – С. 72-76.

ТАРИФІКАЦІЯ, ЯК МЕТОД ПІДВИЩЕННЯ ДОХОДНОСТІ ПРИМІСЬКИХ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Свіязов М.В.

*Науковий керівник: Горова К.О., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

На сьогодні відсутність тарифної політики у приміських пасажирських перевезеннях є значним недоліком, котрий притаманний дирекціям Укрзалізниці. У той час, як більшість транспортних компаній світу вже розробили розвинену тарифну сітку [1], котра влаштовує різноманітні переваги пасажирів, в Україні залізниця як і раніше використовує лише разові, пільгові та місячні проїзні квитки, таким чином не заохочуючи потенціальних пасажирів до більш частого використання залізничного транспорту. У купі з іншими недоліками це зменшує популярність УЗ та призводить до нових збитків компанії [2]. Проте саме відсутність обслуговування можна виправити з меншими витратами коштів та за менший проміжок часу. Покращення сервісу натомість призведе до збільшення потенційних пасажирів, котрих буде приваблювати нова цінова політика та потенційні вигоди у порівнянні з іншими видами транспорту. Задля більшої конкретизації були проведені розрахунки вартості проїзду для пасажира, котрий користується потягами часто, з середньою та. Для визначення разової вартості була обрана ціна на квиток у 3-й зоні, що дорівнює відстані 11-20 км та є оптимальною дистанцією, котра покриває більшість населених пунктів.

Формула підрахунку відповідно наступна:

$$P = q * p \quad (1)$$

де P – загальна вартість проїзду протягом місяця;

q – кількість поїздок протягом місяця (прийняти 32, 24 та 16 разів на місяць відповідно позначені як P_{32} , P_{24} , та P_{16});

p – ціна одного квитка (4,45 грн станом на вересень 2016 р);

Таким чином вартість проїзду протягом місяця становитиме:

- для постійних пасажирів – $P_{32} = 142,4$ грн;

- для пересічних пасажирів – $P_{24} = 106,8$ грн;

- для рідких пасажирів – $P_{16} = 71,2$ грн.