

Шутаєва О.О.

УДК 338.242

**СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В ДОСЯГНЕННІ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Анотація. У статті розглядається соціальна відповідальність бізнесу в системі соціально-трудових відносин. Обґрунтовується необхідність і переваги соціально відповідальної поведінки як умови формування конкурентоспроможності підприємств в сучасному суспільстві. Розкриваються основні напрями підвищення соціальної відповідальності бізнесу з метою підвищення ефективності управління, зростання добробуту учасників економічних відносин і стабільності суспільства. Комунітарна соціальна відповідальність розглядається не тільки як найважливіший елемент механізму реалізації стратегії модернізації та соціально-економічного розвитку країни, але і як найбільш ефективний спосіб досягнення конкурентоспроможності підприємства на всіх рівнях.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, прибуток, конкурентоспроможність, комунітарна соціальна відповідальність.

Аннотация. В статье рассматривается социальная ответственность бизнеса в системе социально-трудовых отношений. Обосновывается необходимость и преимущества социально ответственного поведения как необходимого условия формирования конкурентоспособности предприятий в современных условиях. Раскрываются основные направления повышения социальной ответственности бизнеса в целях повышения эффективности управления, роста благосостояния участников экономических отношений и стабильности общества. Коммунитарная социальная ответственность рассматривается не только как важнейший элемент механизма реализации стратегии модернизации и социально-экономического развития страны, но и как наиболее эффективный способ достижения конкурентоспособности предприятия на всех уровнях.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, прибыль, конкурентоспособность, коммунитарная социальная ответственность.

Summary. Features of modern economic development recently formed public attention to new mechanisms of relations between the government, business and society. Manifestation of socially responsible business behavior is characteristic of post-industrial social development. Currently, the most economically developed countries has spread the concept of "corporate social responsibility", understood as a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations, interacting with stakeholders on a voluntary basis.

The article deals with social responsibility in the system of labor relations. The necessity and benefits of socially responsible behavior as a prerequisite for the formation of the competitiveness of enterprises in modern conditions. Reveals the main directions of improving the social responsibility of business in order to improve governance, wealth creation and economic agents of social stability. Communitarian social responsibility is not only seen as an important element of the mechanism of the strategy of modernization and socio-economic development of the country, but also as the most effective way to achieve the company's competitiveness at all levels.

Keywords: corporate social responsibility, profit, competitiveness, community social responsibility.,

Особливості розвитку сучасної економіки останнім часом формують пильну увагу громадськості до нових механізмів відносин між владою, бізнесом і суспільством. На сьогодні у найбільш економічно розвинутих державах світу поширення набула концепція «корпоративної соціальної відповідальності» (КСВ), що розуміється як концепція, згідно з якою компанії інтегрують соціальні та екологічні питання у свою комерційну діяльність та у їх взаємодію із заінтересованими сторонами на добровільній основі. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), насамперед, це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, за тих, на кого безпосередньо чи опосередковано ці рішення впливають [4].

Однією із складових КСВ є соціальна відповідальність, яка полягає у наявності концепції, що заохочує компанії враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив діяльності компанії на споживачів, стейкохолдерів, працівників, громади та навколишнє середовище в усіх аспектах своєї діяльності. Соціальна відповідальність бізнесу передбачає відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів, а також гармонійне співіснування взаємодії та постійний діалог із суспільством, участь у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

Тобто у загальному розумінні КСВ це довгострокове зобов'язання компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя працівників та їх родин, громади й суспільства загалом.

Отже, КСВ є добровільною діяльністю компаній приватного та державного секторів, спрямованою на дотримання високих стандартів операційної та виробничої діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє середовище тощо, з метою вирівнювання існуючих економічних і соціальних диспропорцій, створення довірливих взаємовідносин між бізнесом, суспільством та державою. Нині соціально відповідальна діяльність бізнесу є загальноприйнятим правилом, якого дотримується значна кількість великих, середніх і навіть малих компаній в усьому світі.

Протягом останніх років в Україні помітно підвищився інтерес до теми корпоративної соціальної відповідальності. Це пов'язано не тільки з появою можливості участі бізнесу в управлінні державою, а й з об'єктивними процесами, що відбуваються в усьому світі.

Перехід України до сталого економічного розвитку, її інтеграція до європейського і світового співтовариства вимагають запровадження сучасної практики взаємодії держави і бізнесу, а також бізнесу і суспільства, які б дозволили посилити взаємну відповідальність усіх учасників суспільного життя, створити

умови для подальшого стабільного розвитку суспільства. КСВ в Україні знаходиться на стадії свого становлення. Найактивнішими у цій сфері є, насамперед, представництва іноземних компаній, які переносять на українське підгрунтя сучасні світові практики, принципи і стандарти, а також найбільші українські підприємства.

Тема корпоративної соціальної відповідальності знаходиться сьогодні в центрі суспільної уваги в багатьох країнах і в світі в цілому, як і тема взаємин бізнесу і влади. Активно обговорюються правила ведення бізнесу та правила його регулювання, завдання громадського контролю результатів ділової активності та їх наслідків для зовнішнього оточення, основи взаємодії соціальних партнерів та правила ведення діалогу. Це пояснюється помітно збільшеною роллю бізнесу в суспільному розвитку, підвищенням вимог до його відкритості та прозорості.

Різноманітні питання теорії та практики взаємовідносин влади, бізнесу та суспільства досліджувалися у працях зарубіжних науковців: М. Альберта, Х. Боуена, А. Керолла, Ф. Котлера, Дж. Ленсена, М. Месконі, Л. Нельсона, М. Портер, Ж. Сапіра, С. Холмса., Хедоури Ф. В Росії теоретичні питання з означеної проблематики розробляються такими вченими і практиками, як М. Афанасьєв, В. Варнавський, С. Глазьєв, Т. Гришина, А. Зудін, Л. Лаптева, М. Ліборакіна, Е. Самраїлова, Т. Саннікова, Е. Феоктистова, Ф. Шамхалов, Ю. Шишков, В. Уколов, Є. Ясін, В Якунін.

Дослідженню системи взаємовідносин влади, бізнесу і суспільства присвячено наукові праці багатьох вітчизняних вчених, зокрема, П. Бурковського, А. Гальчинського, Л. Верховодова, О. Дергачова, О. Мартякова, О. Пасхавер, І. Рейтерович, О. Сушко та ін. Разом з тим, вивчення і пошук шляхів вирішення проблем взаємодії влади, бізнесу і суспільства в нашій країні знаходяться на стадії становлення. Недостатньо вивченими є підходи до відносин бізнесу, суспільства і держави як до джерела розвитку національної економічної системи. Подальшого аналізу потребує інноваційна взаємодія бізнесу і держави, орієнтована на інтереси суспільства.

В той же час в Україні лише в останні роки почали приділяти увагу даному питанню та робити перші кроки на шляху формування власного бачення корпоративної соціальної відповідальності підприємств враховуючи особливості економічного, політичного, культурного та соціального середовища. Українська наука знаходиться тільки на початковій стадії, але слід вказати на деяких вітчизняних дослідників даного напрямку – Н. Бібік, А. Зінченко, Ю. Саєнко, М. Саприкіна, В. Попович, І. Акімова, О. Осінкіна, В. Мазуренко та інші.

Проте в сучасних умовах глобальних економічних викликів назріла нагальна потреба в дослідженні новітньої парадигми корпоративної соціальної відповідальності, її механізму, сучасних концепцій і шляхи імплементації світового досвіду застосування КСВ у діяльності національних компаній, а також виявленні ролі КСВ у формуванні конкурентоспроможності підприємств на всіх рівнях.

Метою статті є дослідження сутності корпоративної соціальної відповідальності як необхідної передумови ефективного функціонування економічної системи, та виявленні її ролі в формуванні конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах.

Найвідоміші міжнародні ініціативи у розвинених країнах Європи та Америки в галузі соціальної відповідальності бізнесу з'явилися в 1990-х роках. Це, перш за все, Глобальний Договір ООН, який об'єднав провідні соціально-відповідальні корпорації світу на основі десяти принципів відповідального ведення бізнесу. Керівники корпорацій, що беруть участь у Глобальному Договорі, вважають, що підприємства повинні підтримувати права людини; свободу об'єднань і визнання на ділі права на укладення колективних договорів; виступати за ліквідацію будь-якої дискримінації у сфері праці та зайнятості; відповідати за стан навколишнього середовища та сприяти екології; протидіяти всім формам корупції [24].

Будучи найбільшою в світі глобальною ініціативою за твердженням відповідальної громадянської позиції корпорацій, до якої приєдналися тисячі учасників із понад 100 країн світу, Глобальний договір ставить своїм першочерговим завданням демонстрацію і забезпечення соціальної легітимності бізнесу та ринків. Своїм приєднанням до Глобального договору компанія заявляє про те, що розділяє переконання в тому, що ділова практика, яка спирається на універсальні принципи, сприяє більшій стійкості і справедливості глобального ринку, сприяє формуванню процвітаючих суспільств. В інтересах досягнення цих цілей Глобальний договір забезпечує навчання та участь за допомогою декількох механізмів: політичних діалогів, навчання, місцевих мереж і партнерських проектів. Отже, Глобальний договір є:

- добровільною ініціативою щодо сприяння сталому розвитку та відповідальній громадянській позиції корпорацій;
- набором цінностей, заснованих на принципах, які отримали загальне визнання;
- мережею компаній та інших зацікавлених сторін;
- форумом для навчання та обміну досвідом.

Глобальний договір ООН підписали вже 8000 компаній в 145 країнах. З 2006 року в Україні існує місцева мережа Глобального договору, яка об'єднує понад 160 учасників – від великих міжнародних та українських компаній до середніх і малих підприємств, а також неурядових організацій, академічних установ, бізнес-асоціацій тощо.

У першому півріччі 2014 за невиконання взятих на себе зобов'язань з ініціативи були виключені 285 компаній з різних країн світу, в тому числі 7 українських компаній (National Joint Stock Insurance Company «Oranta», Vanco Prykerchynska Ltd, Verdani Ltd, Lexcom, LLC Drilling Company RUDIS, ViDi Group, Iaros) [24].

На світовому рівні різні міжнародні організації, серед яких ООН, ОЕСР, Європейський союз та інші, активно підтримують зусилля бізнесу щодо підвищення його соціальної відповідальності. Результатом

цього, як правило, стає сталий розвиток бізнесу та суспільна значущість його добровільних зусиль та ініціатив. Успішні компанії все більше усвідомлюють взаємозв'язок, що існує між проблемами збереження навколишнього середовища, соціальними та економічними питаннями.

В Україні останнім часом все більша кількість компаній переходять від позиції «ми виробляємо продукт, потрібний споживачеві, і платимо податки, на цьому наша відповідальність закінчується» до позиції відкритої громадянської відповідальності, причому добровільною. Тут головними є дві основні причини. По-перше, - об'єктивно зростаюча залежність компаній-виробників від суспільних умов своєї діяльності в регіонах присутності. Регулярно проводяться дослідження світових компаній-лідерів в області КСВ показують, що ці компанії в середньому витрачають у цій галузі на рік на добровільній основі від 0,5 до 1,5% від свого обороту [22]. По-друге, мотивація компанії до вкладень в цю «непродуктивну сферу» - усвідомлення того, що у випадку дійсно системного впровадження КСВ компаніям фактично вдається впроваджувати систему управління нефінансовими ризиками, ядром якої є управління взаємодією з усіма зацікавленими сторонами. Ці дві основні тенденції змін у сфері соціального партнерства призводять і до послідовного вдосконалення систем корпоративного управління компаній, що позитивно позначається на іміджі, діловій репутації і в кінцевому підсумку на капіталізації компаній. Тобто в операційному плані компанії несуть додаткові непродуктивні витрати, але в кінцевому підсумку виграють за рахунок зростання вартості компаній. І часто темпи зростання капіталізації істотно випереджають зростання витрат на КСВ.

Соціальна відповідальність бізнесу в Україні, як було вже зазначено вище, перебуває в стадії становлення. Соціальна відповідальність українських компаній та організацій спрямовується насамперед на трудові відносини і заходи із захисту здоров'я і безпеки споживачів. Менш поширеними є заходи щодо захисту природних ресурсів та взаємодії з громадою. Кілька десятків, переважно великих, компаній мають оприлюднені політики та стратегії соціальної відповідальності бізнесу та впроваджують відповідні ініціативи.

Центр Розвитку КСВ виділив п'ять етапів розвитку за попередні п'ять років, що свідчить про динамічність і популярність як самої концепції, так і ефективності для організацій, які її реалізують [22]. Більшою мірою, поки це відноситься до великих компаній в Україні. За останні п'ять років на глобальному та національному рівнях змінилися відносини і підходи до КСВ, концепція набула рис системності та комплексності.

Підвищення ролі соціальної відповідальності бізнесу в Україні має стати істотним чинником вирішення соціальних та екологічних проблем та підвищення конкурентоздатності економіки. Розвиток інституту соціальної відповідальності бізнесу передбачає перехід до системної участі держави в сфері стимулювання соціально відповідальної поведінки суб'єктів господарювання. Саме це зазначено в Стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року [18].

Серед основних напрямків діяльності компаній, підтримуваних заходами КСВ з використанням відповідних управлінських процедур і показників економічної, соціальної та екологічної результативності, виділяють наступні:

- Корпоративний розвиток - проведення реструктуризацій та організаційних змін за участю представників вищого менеджменту компаній, їх персоналу та громадських організацій;
- Екологічна політика та використання природних ресурсів;
- Ефективний розвиток персоналу;
- Здоров'я і безпека на робочому місці;
- Взаємодія з місцевими органами влади, державними структурами та громадськими організаціями для вирішення спільних соціальних проблем;
- Співпраця з постачальниками і покупцями своєї продукції та послуг;
- PR-забезпечення всіх вище перелічених напрямів та інші [17].

Таким чином, КСВ стає багатовекторним фактором впливу на компанію і, що вкрай важливо, на всю систему корпоративного управління. Багато компаній-лідерів у сфері КСВ істотно вдосконалюють організацію і технології свого менеджменту та корпоративного управління, створюючи спеціальні департаменти з управління нефінансовими ризиками та звітності в області КСВ та сталого розвитку (наприклад, РАО «СЕС Росії», Компанія СКМ в Україні), а також засновуючи спеціальні комітети при своїх радах директорів, які очолюють виконавчі або спеціально запрошувані незалежні директори.

Практичне застосування КСВ призводить компанії до міжсекторної співпраці - соціальному партнерству, яке розуміється в більш широкому сенсі, ніж це передбачено сучасним Кодексом законів про працю України.

Поява поняття «соціальна відповідальність» нерозривно пов'язане з об'єктивним процесом соціалізації економіки. Але найбільшу взаємозалежність між «економічним» і «соціальним» можна простежити в еволюції ролі прибутку і конкурентоспроможності. У багатовіковій історії товарного господарства прибуток і конкуренція завжди були тісно пов'язані один з одним і взаємозалежні. Природно, що разом з еволюцією ринкових відносин істотно змінюються уявлення про прибуток і конкуренції, про співвідношення цих категорій в господарській діяльності.

У сучасному ринковому господарстві прибуток виступає в основному як економіко-фінансова категорія. Прибуток являє собою виражений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що представляє собою різницю між сукупним доходом і сукупними витратами в процесі здійснення підприємницької діяльності. В індустріальному суспільстві успіх у конкурентній боротьбі також визначається переважно економічними умовами і насамперед ціновим фактором. Вигравав той, хто міг на ринку запропонувати більш низьку ціну свого продукту, ніж його конкурент. Але ціновий фактор як

визначальний конкурентну перевагу змушував підприємця всіма шляхами домагатися зниження витрат виробництва. Найбільш доступним і поширеним методом досягнення цієї мети була економія на оплаті праці та інших соціальних витратах.

Звичайно, соціальна напруженість на підприємствах зростала, але в силовій конфронтації з найманою працею приватний капітал, як правило, виходив переможцем, так як мав у своєму розпорядженні фінансовими ресурсами, був більш організований, користувався підтримкою влади і розколом профспілкового руху, тиском армії безробітних на ринку праці та т. п.

При традиційній орієнтації на прибуток, на нашу думку, дуже важко буде перейти до інтеграції соціальної відповідальності в систему соціального партнерства. Сучасна система соціально-трудових відносин може призвести до соціальної катастрофи, і не в останню чергу завдяки тому, що в існуючих механізмах працівники не відповідають за кінцевий результат своєї праці: у працівника і роботодавця єдина мета - заробити грошей. Ця мета їх об'єднує. А роз'єднує їх система розподілу цих зароблених грошей. Найбільш шкодить продуктивності праці саме відчуття несправедливості розподілу фінансових, ресурсів. Давно відомо, що ефективно виробництво там, де норми розподілу прибутку відповідають поняттям справедливості. А вилікувати недоліки сучасного соціального партнерства можливо завдяки впровадженню соціального аудиту на підприємствах. Можливо, найважливішою зміною стала еволюція самого характеру конкуренції та методів одержання прибутку. Ціновий фактор перестає грати вирішальну роль в сучасній конкуренції. Визначальним моментом стає не ціна товару або послуги, а їх цінність для споживача. Експерти Світового Економічного Форуму у м. Давосі прийшли до висновку, що сьогодні вирішальну роль у конкуренції грають не «жорсткі» чинники (ціна, питома вага компанії на ринку, податкова система), а «гнучкі» чинники (насамперед, «якість продукту», «інноваційний характер», «рівень сервісного обслуговування», «привабливий імідж підприємства в очах суспільства»), а також інші фактори, які несуть в собі більше аспектів «соціального», ніж «економічного»). Коли продукт купується, це означає, що він соціально затребуваний. А затребуваний він тому, що споживач впевнений в його екологічній чистоті і нефальсифікованому характері. Велику роль відіграє і суспільний «лейбл» підприємства: воно не помічено в тінювих обладках, не використовує неякісну сировину, не завдає шкоди навколишньому середовищу, добровільно звітує перед суспільством про свою соціальну діяльність.

Нарешті, треба відзначити і той факт, що за останнє сторіччя принципово змінилися і структура, і склад найманих працівників. Вже давно пішов в історичне минуле «пролетар», поняття «робоча сила» також стає все більш спірним, так як роботодавця цікавлять сьогодні не стільки фізичні можливості працівника, скільки його висока кваліфікація, здатність брати участь в «інтерпренерской» діяльності підприємства. Ефективна робота висококваліфікованого персоналу обумовлює і гідну оплату його праці. У сучасних умовах спроби економити на оплаті праці та інших соціальних витратах обертаються абсолютно не виправданими ризиками, різко знижують конкурентну здатність підприємств, галузей, регіонів. І, навпаки, витрати на відтворення висококваліфікованого персоналу, його професійну підготовку та перепідготовку, створення сприятливого соціального клімату і згуртованої команди - іншими словами, на інвестиції в людський капітал стають найбільш рентабельними.

Підвищення питомої ваги висококваліфікованих і добре оплачуваних найманих працівників, повага людської гідності, незалежно від того, яке місце працівник займає в ієрархічній структурі підприємства або регіону, політика керівництва, спрямована на мінімізацію соціальних ризиків, - все це дозволяє формувати більш стабільний і сприятливий соціальний клімат у рамках господарюючого суб'єкта. Звичайно, мова не йде про повну соціальну гармонію - бо вона неможлива, тому учасники спільної діяльності господарюючих суб'єктів дуже відрізняються один від одного за своїм соціальним статусом, доходами, способом життя, менталітету, здоров'ю, освіті і так інше. Проте в нових умовах соціальної економіки створюється реальна можливість для формування загальних цілей і загальної зацікавленості всіх учасників господарської діяльності. Такий спільною основою є досягнення господарюючим суб'єктом конкурентоспроможності. На відміну від прибутку, що розділяє власників і найманих працівників, конкурентна здатність підприємства дає йому можливість поєднати інтереси різних соціальних груп. Так, якщо наймані працівники будуть сприймати приватного власника як рівноправного партнера в справі досягнення загальних корпоративних цілей, то об'єктивно і проявиться їх спільна соціальна відповідальність за загальну справу.

Таким чином, якщо господарюючий суб'єкт життєздатний, а учасники господарського процесу зацікавлені в досягненні загальних цілей, проявляючи при цьому соціальну відповідальність, то результати зможуть задовольнити всіх: підприємці отримають прибуток, кредитори - відсотки, менеджери - високий рівень винагороди та можливість рухатися по ієрархії управління, працівники - збережуть своє робоче місце і будуть мати гідну заробітну плату.

У сучасній системі управління прибуток як основна мета підприємства поступається свій пріоритет конкурентної здатності. У стратегії стабільного і довгострокового розвитку, безумовно, велике значення має не миттєва вигода, що досягається за рахунок сприятливої спекулятивної кон'юнктури, а досягнення конкурентоспроможності, заснованої на раціональному використанні людських ресурсів. Але людський потенціал не може бути створений водночас - він вимагає значних зусиль і більшого часу. Треба враховувати, що в стратегічній перспективі у підприємства можуть бути періоди, коли чистий прибуток не є головним запланованим завданням. Наприклад, якщо мова йде про період становлення бізнесу, його глибокої реорганізації, освоєнні нової продукції або ринків і так інше.

Крім того, ринкова економіка характеризується плюралізмом форм власності. Соціальні функції, наприклад, державної і муніципальної власності мають свої особливості. Навряд чи було б виправданим вважати отримання прибутку головним завданням державних і муніципальних установ у сфері освіти,

охорони здоров'я, науки. У той же час зовсім закономірно, що ці сфери мають бути конкурентоспроможними і відповідати міжнародним стандартам. Еволюція співвідношення прибутку і конкурентної здатності істотно змінює і систему управління підприємством (таблиця 1).

Таблиця 1. Прибуток і конкурентоспроможність в системі управління підприємством

Критерій	Прибуток	Конкурентоспроможність
Об'єкт управління	Фінансові ресурси та персонал	Людські ресурси
Основна мета та засоби її досягнення	Отримання економічної вигоди за рахунок зниження продажної ціни в результаті скорочення витрат виробництва	Досягнення стійкого і довгострокового розвитку на основі розвитку соціального клімату шляхом збільшення соціальних інвестицій.
Фактори конкурентної боротьби	Ціновий фактор, збільшення обсягу виробництва і свого питомої ваги на ринку, державна підтримка.	Висока якість та екологічність продукції, її інноваційний характер, привабливий імідж підприємства.
Функції управління	Традиційні: планування, аналіз, контроль та облік; мотивація і стимулювання, покарання і заохочення, прийняття рішень.	Традиційні плюс нові: стратегічне планування розвитку соціального капіталу, формування людських ресурсів, розвитку інновацій.
Методи спостереження	Безпосередній контроль, контролінг, моніторинг	Аудиторський обстеження, аудит конкурентоспроможності.

По-перше, комунітарних соціальна відповідальність не може виступати одно миттєвою дією, а повинна бути процесом, який безперервно розвивається. Цей процес може бути зупинений, якщо який-небудь із соціальних партнерів перестане виконувати свої зобов'язання в соціально-трудовій сфері, така ситуація неминуче позначиться на не тільки на рівні самої конкурентної здатності, а й на результатах господарської діяльності самого підприємства (галузі, регіону).

По-друге, комунітарна соціальна відповідальність соціальних партнерів не може не змінювати, не здійснювати інноваційного впливу на всю господарську діяльність підприємства (галузі, регіону, всього народного господарства), підвищуючи, таким чином, його конкурентоспроможність. Тому еволюція конкурентоспроможності підприємства та спільної (комунітарної) соціальної відповідальності соціальних партнерів взаємозумовлені.

У третьому, не треба забувати, що поняття «конкурентоспроможне підприємство» поширюється і на кожного працівника господарюючого суб'єктів; не можна заперечувати, що сьогодні є значні можливості для розвитку особистості, які одночасно створюють і серйозні проблеми для існування самої людини, тому що немає гарантій права на працю, дохід, освіту, соціальний захист, здоров'я і таке інше. Саме тому від того, наскільки ефективно соціальні партнери беруть участь у регулюванні соціально-трудових відносин, прямим чином залежить ступінь соціальної стійкості і захищеності найманих працівників, рівень їх особистої конкурентоспроможності, що є однією з умов ефективної діяльності підприємства, досягнення ним високого рівня конкурентоспроможності.

Таким чином, впровадження комунітарної соціальної відповідальності в систему соціального партнерства одночасно дозволяє не тільки підвищити рівень відповідальності кожного з соціальних партнерів в регулюванні соціально-трудових відносин, але й неминуче позначиться на підвищенні конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта на будь-якому рівні управління.

Джерела та література:

1. Н. В. Бібік. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні : сучасний стан та перспективи розвитку [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://www.kpi.kharkov.ua/archive/2012/14/2bibik.pdf>
2. Варнавский В. Г. Партнерство государства и частного сектора : формы, проекты, риски / В. Г. Варнавский. – М. : Наука, 2005. – 178 с.
3. Гришина Т. В. Социальная ответственность в системе регулирования социально-трудовых отношений : автореф. дис. д. экон. наук: 08.00.05. / Т. В. Гришина. Москва, 2011. Режим доступу : <http://www.dissercat.com/content/sotsialnaya-otvetstvennost-v-sisteme-regulirovaniya-sotsialno-trudovykh-otnoshenii>
4. Державна служба України з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва. Режим доступу : <http://www.dkrp.gov.ua/info/642.htm>
5. Зінченко А. Г. Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010 : стан та перспективи розвитку / А. Г. Зінченко, М. А. Саприкіна. – К. : Вид-во «Фарбований лист», 2010. – 56 с.
6. Зудин А. Ю. Государство и бизнес в России: эволюция взаимоотношений. / Неприкосновенный запас, – № 6 (50), 2006, с. 200 – 212 [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://magazines.russ.ru/nz/2006/50/zu18.html>
7. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Котлер Ф., Лі Н. / Пер. з англ. – К. : Стандарт, 2005. – 302 с
8. Лаптева Л. Г. Социальная ответственность бизнеса. Корпоративная отчетность – новый фактор взаимодействия бизнеса и общества : Сб. ст., лекций и выступлений / Лаптева Л. Г. – М. : ЗАО Финансовый издательский дом «Деловой экспресс», 2004. – 310 с.
9. Либоракина М. Социально ответственный бизнес : Глобальные тенденции и опыт стран СНГ : Пер. с англ. / Либоракина М. – М. : Фонд «Институт экономики города», 2001. – 114 с.

10. Мазуренко В. П., Засенко О. Ю. Сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності у міжнародному бізнесі / В. П. Мазуренко, О. Ю. Засенко. [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1199>
11. Мартякова О. Проблеми партнерства бізнесу, влади та суспільства в системі регіонального розвитку / О. Мартякова, Т. Василенко // Схід. – 2011. – № 1 (108). – С. 97–100.
12. Мескон М. Х. Основы менеджмента / Пер. с англ. / Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. – М. : «Дело», 1997. – 704с.
13. Пасхавер О. Й. Великий український капітал : взаємовідносини з владою і суспільством / О. Й. Пасхавер, Л. Т. Верховодова, К. М. Агеєва // Центр економічного розвитку. – К. : Дух і літера, 2007. – 130 с.
14. Сасенко Ю. Сучасний стан, проблеми та тенденції соціально-трудова відносин в Україні: спроба соціального конструювання [Текст] / Міжнар. бюро праці, Проект техн. співробітництва «Україна : сприяння реалізації основних принципів та прав у світі праці», НАН України, Ін-т соціол., Центр соц. Експертиз ; відп. ред. Ю. І. Саєнко. – К. : Стило, 2003. – 362 с.
15. Самраилова, Е. К. Социальный капитал [Текст] : теоретические аспекты и методика измерения / Е. К. Самраилова. // Труд и социальные отношения. – 2010. – № 3. – С. 20 – 28
16. Санникова Т. Public-private partnership [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.opec.ru/comment_doc.asp?d_no=46833.
17. Соціально відповідальний бізнес. Режим доступу : <http://www.svb.org.ua/>
18. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201310_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini_spilnota_sv_b.pdf
19. Уколов В. Ф. Взаимодействие власти, бизнеса и общества / В. Ф. Уколов. – М. : Экономика, 2009. – 622 с.
20. Феоктистова Е. Н., О корпоративной социальной ответственности в России [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://www.ao-journal.ru/journal/lib/free/detail/ArticleID/176>
21. Шамхалов Ф. И. Государство и экономика : Основы взаимодействия / Ф. И. Шамхалов. – М., 2003.22. Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Режим доступу : <http://csr-ukraine.org/>
22. Якунин В. И. Партнерство в механизме государственного управления / В. И. Якунин // Социологические исследования. – 2007. – № 2. – С. 24–32.
23. United Nations Global Compact. Режим доступу : <http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/index.html>

Калафатов Э.А.

УДК: 330.15: 338.1

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ И ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТСКОЙ СФЕРЫ

***Анотация.** В данной научной статье была рассмотрена туристская сфера крымского региона, а так же все смежные сферы. Проведено исследование туристского потенциала крымского региона, выявлены основные проблемы, которые затрудняют развитие туристского потенциала. На основании изученного материала были предложены пути развития туристской отрасли и всех смежных отраслей, которые способны помочь эффективно использовать тот туристский потенциал крымского региона, который есть, и помочь создать более новое мышление в сфере крымского туризма.*

***Ключевые слова:** проблемы финансирования, анализ, туристская сфера.*

***Анотация.** У даній науковій статті була розглянута туристична сфера кримського регіону, а так само всі суміжні сфери. Проведено дослідження туристичного потенціалу кримського регіону, виявлені основні проблеми, які ускладнюють розвиток туристичного потенціалу. На підставі вивченого матеріалу були запропоновані шляхи розвитку туристичної галузі та всіх суміжних галузей, які здатні допомогти ефективно використовувати той туристичний потенціал кримського регіону, який є, і допомогти створити більш нове мислення у сфері кримського туризму.*

***Ключові слова:** проблеми фінансування, аналіз, туристська сфера.*

***Summary.** In this research paper was considered tourist areas of the Crimean region, as well as all related spheres.*

Currently, tourism is one of the fastest growing service industries. Speaking as one of the most effective catalysts for the socio-economic development, the tourism industry has a stimulating effect on almost all related sectors of the economy. Tourism is an activity that requires a favorable economic environment for the development and attraction of significant financial resources. Therefore, the question of reviewing the financial security of the tourism industry are important in a practical and theoretical level.

In the course of the study identified the main problems that hinder the development of tourist potential. These include:

- low level of service;
- a small number of consumers of tourist services;
- a small market share of individual enterprise tourist areas and small volumes of sales of tourist services;
- inefficient interaction of businesses, members of the tourist market, etc.

One of the important issues that must be addressed to enterprises of tourist areas for full funding is the need to create (attraction) of the consumer.