

У результаті даного ми дійшли висновку, що в Україні об'єктивно існують передумови для розвитку підприємництва у сфері сільського туризму: спостерігається висхідна динаміка показників, які формують попит на тлі відсутності пропозиції у багатьох областях (у 2015 р. жодної садиби не було у 9 областях; лише по одній садибі було у 4 областях, по дві – у 3). У Польщі у кожному із воєводств наявні агроготелі й, відповідно, їх варіація територіального розміщення значно нижча порівняно з Україною. Підприємництво у сфері сільського туризму концентрується більшою мірою на заході України. Популярність західних областей пояснюється їх природними та історико-культурними особливостями. Переважаюча частка агроготелів розмішена на Прикарпатті і в Карпатах.

Області України, які межують з Польщею (Волинська, Львівська, Закарпатська) суттєво поступаються Люблінському і Прикарпатському воєводствам за показниками щільності готелів у розрахунку на 10 тис. кв. км площі і на 1 млн. осіб населення. Попри специфіку розвитку сільського туризму у кожній з областей, можемо констатувати, що свій потенціал щодо організації надання послуг із відпочинку у сільській місцевості вітчизняним і закордонним туристам вони використовують недостатньо.

Нині головне завдання державних інституцій на рівні регіонів вбачається у забезпеченні сприятливих умов для розвитку туристичного бізнесу у сільській місцевості на засадах соціальної, економічної, та екологічної безпеки. Учасникам бізнес-проектів у сфері сільського туризму не жорстка адміністративна регламентація, а вільний ринок має створювати можливості для фінансово-економічного маневру, свободи вибору пріоритетів, форм і видів діяльності.

### Список літературних джерел

1. Гальків Л.І. Чинники та соціально-економічні ефекти розвитку сільського зеленого туризму в Україні / Л.І. Гальків, О.В.Килин // Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: зб. наук. пр. Серія: Проблеми економіки та управління. – Львів: В-во Львівської політехніки. – 2015. – № 815. – С.22-27.

2. Туристична діяльність в Україні у 2015 році: статистичний бюлетень. – Державна служба статистики України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/publtur\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publtur_u.htm).

3. Tourism in 2015; Statistical Information and Elaborations – Statistical Publishing Establishment, Warszawa, 2016.

**Герасимчук Н. О.**, студентка  
ДВНЗ «Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана

## **РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ У РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ**

В умовах сучасності людський, інтелектуальний та соціальний капітал відіграють значну роль в економіці як країни загалом, так і окремого регіону. Вступаючи на шлях ринкових відносин, в Україні особливо гостро постало питання про соціальну відповідальність бізнесу, зокрема на основі вкладення інвестицій у людський капітал та реалізації концепції корпоративної соціальної відповідальності. На сьогодні держава уже не в змозі самостійно забезпечити прийнятний рівень соціальної захищеності населення, зокрема на рівні регіону. Тому, до цієї функції варто залучати також окремі підприємства.

Адже, у розвинених країнах ресурси підприємств усе частіше застосовуються не лише з метою дотримання вимог безпечної праці та підтримки належної якості робочої сили, але й, наприклад, для зменшення екологічної напруги та усунення загроз навколишньому середовищу. Це зумовлює актуальність та практичне значення наукових досліджень проблем соціального інвестування підприємств в Україні, зокрема підтверджує роль підприємств в контексті соціально-економічного розвитку регіону.

Існує безліч підходів до визначення сутності поняття «соціальні інвестиції». Наприклад, наш сучасник Мельничук Л. С. трактує їх так: «Соціальні інвестиції – є компонентою інвестиції у людський капітал, а інвестиції у людський капітал, своєю чергою, компонентами соціальних інвестицій загалом» [4]. Натомість, Бондаренко А. В. та Омелянович Л.О. вважають, що соціальні інвестиції – це спосіб реалізації корпоративної соціальної відповідальності за допомогою цільових програм, які відповідають потребам основних груп зацікавлених осіб – споживачів, персоналу, місцевих громад [1].

Звідси, можемо зробити висновок, що існують два види соціальних інвестицій: 1) внутрішні, які включають в себе інвестиції у людський капітал, ресурсозбереження та добросовісна ділова практика; 2) зовнішні – інвестиції у розвиток місцевих громад, охорона природи та навколишнього середовища.

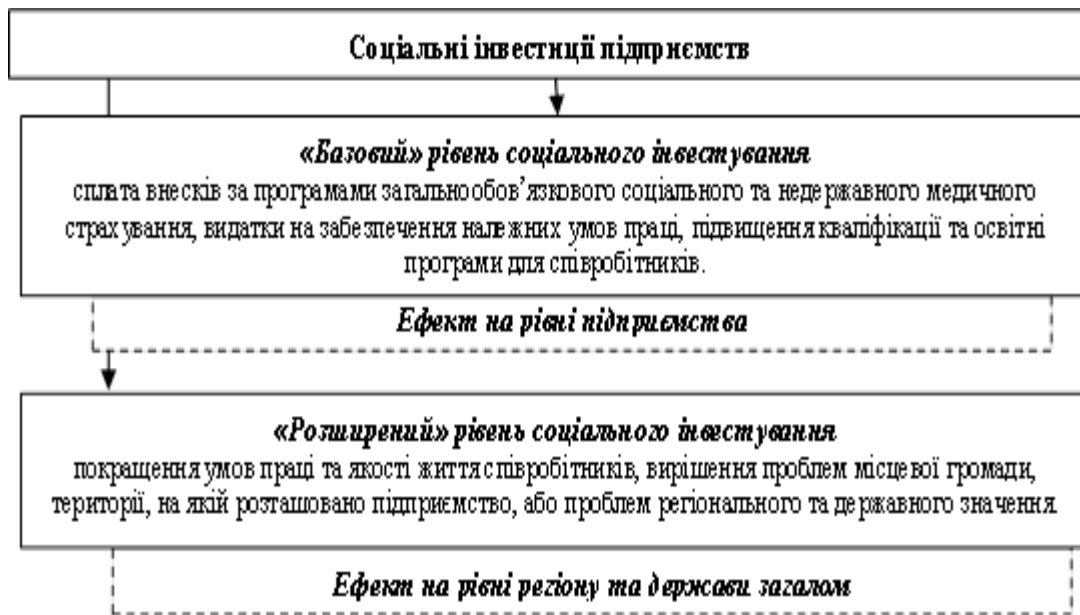
Розглядаючи роль соціальних інвестицій підприємств у розвитку регіонів, варто наголосити, що ефективність соціальних інвестицій буде мати місце лише у випадку поєднання обох видів інвестицій. Не лише інвестиції у розвиток населення регіону мають бути пріоритетними, а й інвестиції у людський капітал самого підприємства. Своєю чергою, їх поєднання принесе синергетичний ефект для розвитку як підприємства, так і регіону.

Для суб'єктів господарювання економічна вигода від соціальних інвестицій для суб'єктів господарювання характеризується такими індикаторами: підвищується продуктивність праці, знижуються втрати від тимчасової непрацездатності співробітників, підвищується забезпеченість кваліфікованими спеціалістами, знижуються санкції та штрафні платежі (зумовлені впливом на навколишнє середовище). З іншого боку, корпоративні соціальні інвестиції можуть забезпечувати тривалий за часом соціальний ефект завдяки покращенню якості життя працівників, створенню позитивного іміджу компанії в стратегічній перспективі, запровадженню ресурсозберігаючих технологій [2]. На рівні регіону, наведені вище ефекти можуть стати основою для посилення його конкурентних позицій за рахунок результативної взаємодії соціальної та комерційної компоненти.

На практиці соціальні інвестиції вітчизняних підприємств здійснюються для задоволення суспільних потреб на різних рівнях (рис. 1). В Україні більшість соціальних інвестицій підприємств зосереджені на «базовому» рівні, а отже спрямовані на реалізацію лише внутрішніх програм, метою яких є розвиток власного людського капіталу, ресурсозбереження та задоволення потреб співробітників.

Проте, невелика частка українських компаній здійснюють також соціальні інвестиції «розширеного» рівня. Наприклад, компанія «Монсанто Україна» здійснює соціальні інвестиції з огляду на потреби конкретного регіону. Так у 2016 році, в рамках програми «Україна – житниця майбутнього», що функціонує завдяки Фонду Монсанто, було виділено 400 тис. грн. на соціальні проекти у сільських громадах різних регіонів. Проектами-переможцями стали три соціальні проекти – перетворення старовинної хати на інклюзивний простір для дітей з інвалідністю (громадська організація «Ми – друзі», Чернігівська обл.), облаштування спортивної зали сільської школи (громадська організація «Добробут Синяви», Київська обл.) та створення школи бджільництва для школярів та безробітних мешканців села (громадська організація «Взаємодія», Кіровоградська обл.) [5]. На нашу думку, лише

соціальні інвестиції «розширеного» рівня можуть свідчити про соціальну відповідальність підприємства та його значну роль у розвитку регіону, в якому розташоване дане підприємство.



**Рис. 1. Рівні соціального інвестування\***

\* Джерело: узагальнено автором

Детальний аналіз стану соціального інвестування в Україні ускладнюється непрозорістю інформаційної політики вітчизняних компаній, а саме неповнотою їх звітності щодо фінансових вкладень в реалізацію соціальних програм різного типу. Так, для вітчизняних компаній середній рівень розкриття інформації у 2013 р. становив 16,9 %, у 2014 – 17,1 %, а у 2015 р. – 21 % [3]. Існує цілий ряд об'єктивних причин, які зумовлюють небажання підприємств оприлюднювати звітність про реалізацію власних соціальних програм. Зокрема до них належить можливість конфлікту інтересів інвесторів, що зацікавлені в отриманні максимального прибутку, та управлінців, які прагнуть реалізувати соціальні програми з метою підвищення стратегічної привабливості компанії [2].

Проте, поряд виникає й інша доволі негативна практика, коли підприємство позиціонує себе як соціально відповідальне, щорічно оприлюднює соціальні звіти, а в дійсності не здійснює ніяких соціальних інвестицій. Тому, у ряді випадків варто ставити під сумнів достовірність звітів, які надають підприємства про свої соціальні інвестиції. Наприклад, у розвинених країнах з приводу цього ще у другій половині минулого століття виникло таке поняття, як «Greenwash». На українську мову цей термін можна перекласти як «Зелене відмивання». Особливу популярність дана стратегія набула тоді, коли почався стрімкий ріст суспільної екологічної свідомості. «Greenwash» - це помилкова, хибна інформація, яка розповсюджується підприємствами, для створення екологічного іміджу в очах громадськості та задля уникнення уваги з боку влади та екологічних інспекцій. Явище Greenwash має багато форм: від дорогих рекламних кампаній, що підкреслюють важливість збереження екологічної рівноваги на планеті, до участі фірм у конференціях із проблем захисту навколишнього середовища та екологічних форумах. Ці зусилля спрямовані на те, щоб позиціонувати себе в очах громадськості як друга та захисника природи і уникнути

державних та міжнародних санкцій, спричинених забруднюючою діяльністю і порушенням міжнародних та державних екологічних стандартів [6]. На сьогодні, така тенденція існує не лише у екологічному напрямі діяльності компаній, а й загалом у сфері соціального інвестування.

На нашу думку, вирішення наведених вище проблем має здійснюватися саме на державному та регіональному рівнях – державні органи та екологічні організації повинні об'єктивно ставитися до всіх компаній, які діють на території кожного регіону, незважаючи на їх «альтруїстичну» діяльність, враховуючи той факт, що жодна з них ніколи не поставить соціальні інвестиції на перший план перед своєю головною метою – одержанням прибутку. Ми вважаємо, що на регіональному рівні мають бути створені державні чи громадські структури з відповідними повноваженнями, щодо аудиту соціальних інвестицій компаній, їх відповідності соціальним звітам. Крім того, щоб такі перевірки здійснювалися справедливо, без будь-яких корупційних схем, що є актуальним і для України, - варто здійснювати щорічні аудиторські перевірки із залученням саме незалежних громадських спостерігачів, які б входили до складу аудиторської перевірки. Проте, з другої сторони, зрозумілим є те, що це призведе до значних затрат з боку як держави, так і громадських організацій, тому такий процес повинен бути затверджений заздалегідь на державному рівні.

Українським компаніям варто запозичити досвід іноземних компаній, що щорічно опубліковують соціальні звіти, щодо своїх соціальних інвестицій, які обов'язково затверджуються незалежними аудиторами. Наприклад, у компанії Anglo-American відповідна щорічна доповідь має назву «Звіт про безпеку, охорону здоров'я, збереження довкілля» (Safety, Health and Environment Report), у компанії Unilever – «Доповідь про екологічну результативність» (Environmental Performance Report), корпорації Royal Dutch/Shell – «Доповідь про населення, планету і доходи» (People, Planet and Profits) [7]. На нашу думку, такий крок є необхідним для всіх підприємств, але варто не забувати про той факт, що непідтверджений незалежним аудитором соціальний звіт – це, на жаль, не обов'язково те, що є реаліями компанії.

Отже, узагальнюючи вище сказане, зробимо акцент саме на необхідності соціальних інвестицій на рівні регіону. Адже, на практиці, можна побачити, що концентрація зусиль соціального інвестора на конкретних проблемах окремої території призведе до зростання ефективності соціальних інвестицій, вирішення цих проблем. Своєю чергою, активізація державних програм на місцевому рівні призведе, як до підтримки соціальних інвестицій компаній у людський капітал, так і корпоративної соціальної відповідальності. Покращення соціальної інфраструктури місцевими органами влади призведуть до використання українськими компаніями «розширеного» рівня соціального інвестування. Як результат – покращення інвестиційного клімату нашої держави.

### Список літературних джерел

1. Бондаренко А.В. Соціальне інвестування як фактор забезпечення соціально-економічного розвитку держави / А.В. Бондаренко, Л.О. Омелянович // Вісник ДонНАБА. – 2009. – № 5(79). – С. 201–203.
2. Герасименко Г. В. Соціальні інвестиції підприємств: проблеми та перспективи розвитку в Україні/ Г. В. Герасименко // Вісник Хмельницького національного університету - 2010. - № 6, - Т. 2. – С. 130-133.
3. Індекс прозорості 100 найбільших компаній України – 2015. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2016/02/11.02-Transparency-Index-rpt.pdf>

4. Мельничук Л. С. Сутність та значення соціальних інвестицій. / Л. С. Мельничук // Глобальні та національні проблеми економіки: електронне наукове фахове видання. - 2016. – Вип. 11. – С. 434 – 437.

5. Монсанта Україна. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.monsanto.com/global/ua/ourcommitments/pages/corporate-giving.aspx>

6. Омеляненко, В.А. Екологічні аспекти економічної діяльності транснаціональних корпорацій / В.А. Омеляненко, З.С. Бунковська, В.Ф. Грищенко // Екологічний менеджмент у загальній системі управління: тези доповідей Десятої щорічної Всеукраїнської наукової конференції (20-21 квітня 2010 р., м. Суми). - Суми: СумДУ, 2010. - Ч. 2. - С. 20-23.

7. Черторижський В. М. Політика транснаціональних корпорацій на транскордонному екологічному ринку/ В. М. Черторижський, А. В. Колодійчук // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.8. – С. 100-104.

Науковий керівник: **Гернего Ю. О.**, к.е.н.  
ДВНЗ «Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана

**Зам'ятіна Н.В.**, к.е.н.  
Чернівецький торговельно-економічний  
інститут КНТЕУ

## **ПРИРОДНО-РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ**

Кардинальні зміни соціально-економічних відносин, інтенсифікація виробництва, зростання антропогенного впливу людини на навколишнє середовище, подолання кризових явищ в економіці потребують ретельного аналізу екологічної складової економічного зростання з позицій виснаження природних ресурсів території, їхньої деградації, оцінки зовнішніх ефектів виробничої діяльності у процесі функціонування господарського механізму.

Сучасний стан світової економіки, де як країни, так і регіони, функціонують в конкурентному середовищі, вимагає від регіональних систем якісно нових підходів до формування та нарощення конкурентних переваг, найповнішого врахування усіх наявних ресурсів території та їх раціонального використання, оцінки й аналізу їхнього сучасного стану, потенційних можливостей економічного зростання.

Соціально-економічний розвиток кожного регіону детермінується кількістю, якістю та збалансованістю наявних ресурсів: природних, трудових, матеріально-технічних, фінансових, інформаційних тощо. Сукупність ресурсів, які можуть бути використані у процесі відтворення, спрямованого на повніше задоволення потреб регіону і країни в цілому, складає його відтворювальний потенціал. В теоретичних дослідженнях проблем регіонального розвитку і практиці широко вживаються терміни: виробничий, науково-технічний, трудовий, експортний, природно-ресурсний та інші потенціали [1, с. 27]. Найбільш поширеним серед вчених регіоналістів є вживання терміну «природно-ресурсний потенціал». Під природно-ресурсним потенціалом розуміють сукупність природних ресурсів і природних умов, які знаходяться в певних географічних межах та забезпечують