

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Modern Economics

Електронне наукове видання з економічних наук

Виходить 6 разів на рік

№ 3 (2017)

Миколаїв
2017

Засновник: Миколаївський національний аграрний університет.

Головний редактор: ШЕБАНІН В. С. – д-р техн. наук, професор, академік НААН України.

Заступник головного редактора: СІРЕНКО Н. М. – д-р екон. наук, професор.

Відповідальний секретар: ПОЛТОРАК А. С. – канд. екон. наук.

Члени редакційної колегії: НОВІКОВ О. Є. – д-р екон. наук, доцент; ПОТРИВАЄВА Н. В. – д-р екон. наук, професор; ВИШНЕВСЬКА О. М. – д-р екон. наук, професор; БАНЄВА І. О. – д-р екон. наук, професор; БАРАНОВА В. Г. – д-р екон. наук, професор; ГАВРИШ В. І. – д-р екон. наук, професор; ГАРКУША О. М. – д-р екон. наук, професор; ГОНЧАРЕНКО І. В. – д-р екон. наук, професор; ГУДЗИНСЬКИЙ О. Д. – д-р екон. наук, професор; ДУБІНІНА М. В. – д-р екон. наук, доцент; ЄРМАКОВ О. Ю. – д-р екон. наук, професор; ІРТИЩЕВА І. О. – д-р екон. наук, професор; КІЩАК І. Т. – д-р екон. наук, професор; КОТИКОВА О. І. – д-р екон. наук, професор; КЛЮЧНИК А. В. – д-р екон. наук, професор; КСЬОНЖИК І. В. – д-р екон. наук, доцент; ПОГРІЩУК Б. В. – д-р екон. наук, професор; САХАЦЬКИЙ М. П. – д-р екон. наук, професор; УШКАРЕНКО Ю. В. – д-р екон. наук, професор; ЧЕРВЕН І. І. – д-р екон. наук, професор; ШЕБАНІНА О. В. – д-р екон. наук, професор; ЯЦЕНКО В. М. – д-р екон. наук, професор; БАБЕНКО М. Д. – канд. екон. наук, доцент; БАРИШЕВСЬКА І. В. – канд. екон. наук, доцент; БУРКОВСЬКА А. В. – канд. екон. наук, доцент; ВОЛОСЮК Ю. В. – канд. техн. наук, доцент; КЛОЧАН В. П. – канд. екон. наук, доцент; КОЗАЧЕНКО Л. А. – канд. екон. наук, доцент; КУЗЬОМА В. В. – канд. екон. наук, доцент; ЛУНКІНА Т. І. – канд. екон. наук, доцент; МЕЛЬНИК О. І. – канд. екон. наук; СІРЦЕВА С. В. – канд. екон. наук; ЧЕБАН Ю. Ю. – канд. екон. наук, доцент; ШИШПАНОВА Н. О. – канд. екон. наук; АСТАФ'ЄВА В. О. – канд. екон. наук, доцент (Республіка Білорусь); Джулія Олбрайт – PhD, професор (США).

Рекомендовано до поширення в мережі Інтернет вченою радою

Миколаївського національного аграрного університету

(протокол № 12 від 27 червня 2017 р.).

Виходить 6 разів на рік.

Посилання на видання обов'язкові.

Точка зору редакційної колегії не завжди збігається з позицією авторів.

Адреса редакції: 54020, Миколаїв, вул. Георгія Гонгадзе, 9,

Миколаївський національний аграрний університет

тел. 0 (512) 58-03-25

www.modecon.mnau.edu.ua

e-mail: modecon@mnau.edu.ua

© Миколаївський національний
аграрний університет, 2017

Карпова Т. С., кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів і банківської справи, Донецький національний університет імені Василя Стуса

СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ОСНОВА ВЗАЄМОВИГІДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА БІЗНЕСУ ТА ДЕРЖАВИ

На сьогоднішній день соціальне партнерство стає одним із ключових механізмів регулювання соціально-трудових відносин. Застосування його принципів на практиці допомагає знизити бюджетне навантаження, сприяє розвитку інфраструктури, підвищує рівень зайнятості, збільшує кількість малих підприємств, підвищує якість товарів і послуг. У статті доведено необхідність дослідження категорії «соціальне партнерство» як ефективного способу взаємодії держави, суспільства та бізнесу. Представлено сучасну модель соціально-орієнтованої ринкової економіки. Виділено особливості соціального партнерства, його цілі, форми та функції. Систематизовано напрямки регулювання соціально-трудових відносин за допомогою соціального партнерства. Запропоновано принципи соціального партнерства та виявлено проблеми, які гальмують його розвиток. Досліджено функції соціально відповідального бізнесу і особливості в поведінці «корпоративного громадянина». Зроблено висновок, що у всьому світі бізнес все сильніше усвідомлює потребу в соціально відповідальній поведінці. В Україні держава повинна розробляти заходи щодо підтримки та стимулювання відносин соціального партнерства, визначати вектор відносин бізнесу і держави, залучати компанії приватного і державного секторів до спільного виконання соціальних завдань.

Ключові слова. бізнес, суспільство, держава, соціальне партнерство, соціальна відповідальність, справедливість, підвищення рівня життя.

Карпова Т. С., кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и банковского дела, Донецкий национальный университет имени Василя Стуса

СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ОСНОВА ВЗАИМОВЫГОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА БИЗНЕСА И ГОСУДАРСТВА

На сегодняшний день социальное партнерство становится одним из ключевых механизмов регулирования социально-трудовых отношений. Применение его принципов на практике помогает снизить бюджетную нагрузку, способствует развитию инфраструктуры, повышает уровень занятости, увеличивает количество малых предприятий, повышает качество товаров и услуг. В статье отражена необходимость исследования категории «социальное партнерство» как эффективного способа взаимодействия государства, общества и бизнеса. Представлена современная модель социально-ориентированной рыночной экономики. Выделены особенности социального партнерства, его цели, формы и функции. Систематизированы направления регулирования социально-трудовых отношений с помощью социального партнерства. Предложены принципы социального партнерства и проблемы, тормозящие его развитие. Исследованы функции социально ответственного бизнеса и особенности в поведении «корпоративного гражданина». Сделан вывод, что во всем мире бизнес все сильнее осознаёт потребность в социально ответственном поведении. В Украине государство должно разрабатывать мероприятия по поддержке и стимулированию отношений социального партнерства,

определять вектор отношений бизнеса и государства, привлечь компании частного и государственного секторов к совместному выполнению социальных задач.

Ключевые слова. бизнес, общество, государство, социальное партнерство, социальная ответственность, справедливость, повышение уровня жизни.

Карпова Т., Ph.D., Associate Professor of Finance and Banking Department, Donetsk National University named after Vasyl Stus

SOCIAL PARTNERSHIP AS THE BASIS OF MUTUALLY BENEFICIAL COOPERATION OF BUSINESS AND STATE

Introduction. Nowadays, social partnership becomes increasingly popular. In the conditions of economic crisis it is the most modern and effective way of interaction between the state, society and business. Tools of social partnership help to reduce the budget burden, contribute to the development of infrastructure, raise employment, increase the number of small businesses, improve the quality of goods and services.

The purpose of this article is to define the concept of social partnership as the most important component of modern relations of the state and business, the allocation of its goals, forms, principles, functions and directions of regulation the social and labor relations through social partnership.

Results. Now social partnership has become one of the key mechanisms for regulating social and labor relations. The article reflects the need of studying the category of "social partnership", to analyze of which is devoted works of famous scientists and economists. It is given the scientists' points of view on this category, representatives of government and business in their turn interpret social partnership in different ways. It is presented a model of modern socially-oriented market economy. It is singled out the features of social partnership, its subjects, goals, forms and functions. It is systematized the directions of social and labor relations regulation with the help of social partnership. It is proposed the principles of social partnership and highlighted problems that hamper its development. It is given the data of foreign companies' research, the connection of their profitability and active social position. It is investigated the functions of socially responsible business and peculiarities in the behavior of the "corporate citizen". It is designated bodies, that controls relations of social partnership in Ukraine.

We came to the conclusion that business around the world become increasingly aware of the need for socially responsible behavior. In developed countries there are various government programs of supporting and stimulating social partnership and business responsibility. In Ukraine the state should determine the desired behavior of business and government, involve companies of the private and public sectors in the joint implementation of social tasks, develop standards and measures for stimulating the business to socially responsible behavior.

Keywords. business, society, state, social partnership, social responsibility, justice, improvement of living standards.

JEL Classification. A13; D21; D71; H53; J23.

Постановка проблеми. В сучасних умовах відбувається зміна ринкової моделі економіки на соціально-орієнтовану. Партнерські відносини стають все більш популярними, тому що вони спрямовані на реалізацію соціальних проектів. На сьогоднішній день соціальне партнерство набуває нових рис: воно присутнє не тільки в трудовій сфері, а й інших секторах економіки. В умовах економічної кризи це найбільш

сучасний і ефективний спосіб взаємодії держави, суспільства та бізнесу. Інструменти соціального партнерства допомагають знизити бюджетне навантаження, сприяють розвитку інфраструктури, підвищують рівень зайнятості, збільшують кількість малих підприємств, підвищують якість товарів і послуг. Саме тому соціальне партнерство, його принципи та умови застосування у вітчизняній практиці стають особливо актуальними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню питань соціального партнерства присвячені праці відомих вчених та економістів: Г. Боуена, А. Керолла, В. І. Гостеніної, М. А. Комарова, М. М. Максимцова, Г. І. Грекової, Н. І. Ларионової, В. А. Міхеєва, В. К. Потемкіна, А. Е. Диніна, Р. Н. Павлова та ін.

Метою даної статті є визначення поняття соціального партнерства як важливої складової сучасних відносин держави та бізнесу, виділення його цілей, форм, принципів, функцій та напрямків

регулювання соціально-трудова відносин за допомогою соціального партнерства.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. У сучасних умовах соціальне партнерство стає одним із ключових механізмів регулювання соціально-трудова відносин. Бізнес-структури, що працюють в Україні, ще не усвідомлюють в повному обсязі свою роль і відповідальність у соціальному розвитку держави, а також свої стратегічні інтереси, тому у них виникає потреба у співпраці з державними та недержавними установами у вирішенні соціальних проблем різного рівня. В даний час соціальне партнерство в Україні ще є фрагментарним, безсистемним, але все одно дає позитивні результати.

У діючій на сьогоднішній день моделі соціально-орієнтованої ринкової економіки відбувається розподіл соціальних функцій між різними секторами економіки, зокрема соціально відповідальним бізнесом та неприбутковими організаціями для досягнення загальних соціальних результатів (рис.1).

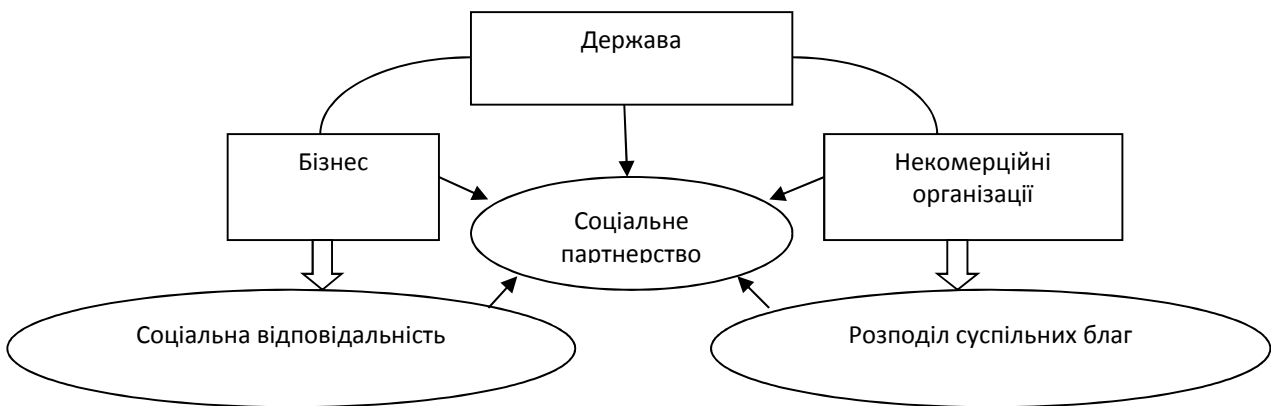


Рисунок 1 – **Модель соціально-орієнтованої ринкової економіки**

Джерело: [1]

Передові ланки бізнес-структур, насамперед у великому бізнесі, починають звертати увагу на такі аспекти як репутація, корпоративний бренд, корпоративна лояльність персоналу, лояльність бізнесу до соціального оточення [2]. На зміни, що відбулися в системі соціально-трудова відносин, вплинули два істотних фактори:

соціальний розвиток людини та становлення технологічних параметрів еволюції виробничого середовища. Людина стала розглядатися як цінний ресурс, суб'єкт суспільного розвитку, що має різні потреби та виконує різні економічні функції.

Соціальне партнерство – це рівноправне співробітництво всіх суб'єктів соціально-

трудова відносина для встановлення соціального діалогу учасників трудового процесу, підвищення соціальної відповідальності бізнесу, розвитку його моральних основ та зниження соціальної напруженості в сфері праці [3, с.35]. З економічної точки зору соціальне партнерство означає матеріальне і моральне стимулювання найманих працівників та підвищення їх зацікавленості у темпах зростання виробництва, продуктивності праці, прибутку і рівня життя в цілому. Багатоміриність процесу соціального партнерства передбачає оптимізацію відносин між діючими в країні громадськими силами [3, с. 34].

Для кожного із секторів соціальне партнерство має свої особливості. Представники бізнес-структур трактують його як переважно взаємовигідні довгострокові чи середньострокові відносини бізнесу з суспільством для вирішення соціальних проблем. Заходи соціальної спрямованості грають важливу роль, їх здійснюють неурядові організації та органи державної влади різного рівня. Слід звернути увагу, що соціальне партнерство – це профільна діяльність підприємства, тобто надання населенню якісних послуг за оптимальними цінами незалежно від місця проживання споживачів цих послуг [4].

Представники органів влади вважають, що поняття соціальне партнерство складається з двох частин: соціально-трудова сфера, при визначенні соціально-трудова відносин, у якій приймають участь профспілки, асоціації роботодавців, органи державної влади, і спільної тристоронньої діяльності некомерційних організацій, бізнесу і влади для досягнення соціальних цілей. Перший вид відносин спрямований на створення сприятливих умов праці, підвищення кваліфікації працівників, безпечних умов праці та ін. Другий вид відносин спрямований на підвищення якості життя, допомогу соціально вразливим верствам населення, працевлаштуванню безробітних тощо.

Узагальнюючи точки зору економістів на взаємини в рамках соціального партнерства, можна виділити основні особливості даної категорії: системний, взаємовигідний і добровільний характер; інтеграцію соціального партнерства в соціальну сферу життя суспільства; взаємозв'язок соціального партнерства і соціальної відповідальності; багаторівневості і інформаційну відкритість соціального партнерства.

Суб'єктами соціального партнерства на практиці виступають підприємці (роботодавці), працівники, профспілки, держава, а об'єктом – соціально-трудова відносина між його суб'єктами з приводу заробітної плати, зайнятості, розширення соціальних гарантій, охорони й умов організації праці та ін.

Ми виділяємо основні цілі соціального партнерства:

- захист інтересів різних соціальних верств, груп і класів;
 - допомогу у вирішенні найважливіших економічних і соціальних завдань;
 - стабільність, демократію та формування соціальної держави та суспільства.
- Формами соціального партнерства є:
- колективні переговори з підготовки проектів угод та їх укладення;
 - взаємні консультації (переговори) з питань регулювання правовідносин у сфері праці, забезпечення гарантій трудових прав працівників і вдосконалення трудового законодавства;
 - участь працівників та їх представників в управлінні підприємством;
 - участь представників працівників і роботодавців в досудовому вирішенні трудових спорів [5].

Функції соціального партнерства поділяються на прямі (забезпечення соціального миру) і непрямі (вплив соціального партнерства на формування громадянського суспільства і розвиток соціального суспільства, стабільності, економічної безпеки і соціальної відповідальності).

Головними напрямками регулювання соціально-трудова відносин за допомогою соціального партнерства є:

1. Формування і розвиток цивілізованих форм соціально-трудова відносин на основі продуманої та збалансованої політики в сфері оплати праці, зайнятості, розвитку ринку праці.

2. Розгляд людини як найвищої цінності.

3. Розробка підприємствами всебічної економічної, мотиваційної та соціальної політики щодо зайнятих і найманих працівників.

4. Присвоєння колективним договорам соціально-захисної функції та правового статусу, що надають реальну можливість регулювати, попереджати або дозволяти соціально-трудова конфлікти.

6. Удосконалення сфери організації праці.

7. Впровадження різних методів стимулювання працівників.

8. Постійне підвищення кваліфікації працівників та їх професійне зростання.

Принципи соціального партнерства відображені на рис. 2.

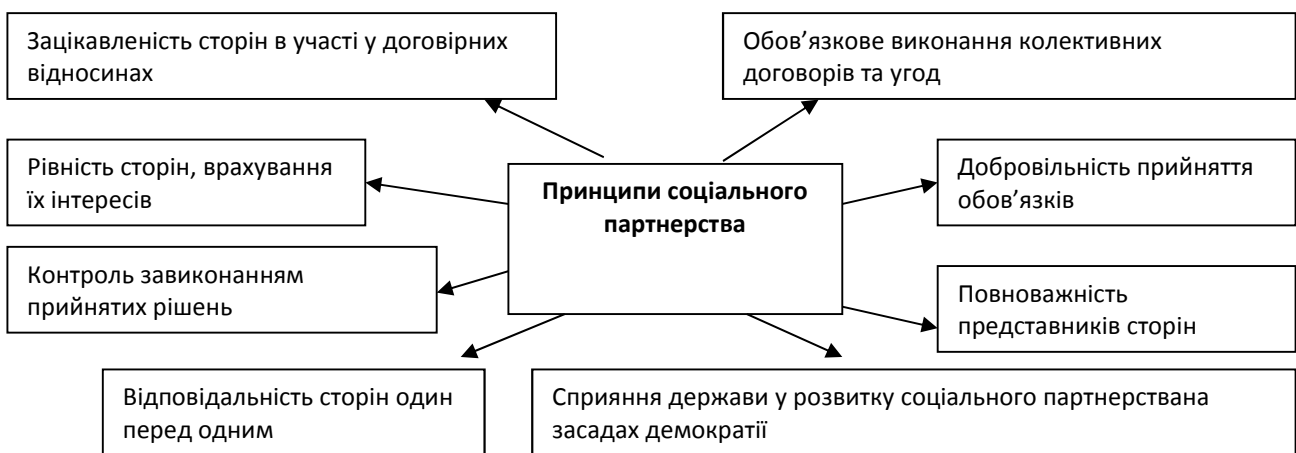


Рисунок 2 – Принципи соціального партнерства

Джерело: представлено автором

У процесі свого розвитку соціальне партнерство стикається з безліччю проблем, серед яких:

– неможливість соціального партнерства стати повноцінною реальністю без передумов економічного зростання та розвитку національної економіки;

– відстороненість останнім часом багатьох профспілок від участі в житті найманих працівників і захисті їх інтересів, а також відсутність профспілок на більшості підприємств малого бізнесу;

– нездатність працівників заявити про свої вимоги через страх втратити робоче місце;

– відсутність належної системи регулювання соціально-трудова відносин в секторі малого бізнесу.

Зауважимо, що хоча для України поняття «соціальне партнерство» вважається новим, все-таки не можна не погодитися з вченим Н.А. Волгіним, який вважає, що «в радянський період дуже активно використовувалася майже вся атрибутика соціального партнерства – укладення колективних договорів і угод, участь робітників в управлінні виробництвом, консультаціях і переговорах з соціальних питань. Існували навіть плани соціального розвитку на підприємствах, однак ці процеси ніхто не називав соціальним партнерством» [6, с.606]. Термін «соціальне партнерство» можна порівняти з поняттям корпоративної соціальної відповідальності, яке було запозичене з практики західних компаній. На нашу думку дані поняття є

взаємопов'язаними, тому що соціальне партнерство є складовою соціальної відповідальності, яка за своєю суттю більш ширша.

Соціально відповідальні підприємства більш стійкі, а бізнес-діяльність компанії та її соціальна відповідальність тісно взаємопов'язані. Практично всі сфери бізнес-активності в більшій чи меншій мірі включають соціально значущі компоненти. Дослідження 469 американських компаній різних галузей, проведене організацією Conference Board, довели, що існують дуже значна позитивна кореляція між прибутковістю активів (ROA) і соціальною активністю компанії; значна позитивна кореляція між прибутковістю продажів (ROS) і соціальною активністю компанії; позитивна кореляція між прибутковістю капіталу, прибутковістю акцій (ROC, ROE) і соціальною активністю компанії. Загальний прибуток акціонерів компаній, що мають високі фінансові та соціальні показники (social performance) за останні 15 років зросла на 43%. За той же час цей показник для «просто» фінансово успішних компаній зріс лише на 19%. Соціальна залученість приносить свої дивіденди. Прибутковість продажів у соціально активних компаній на 3% вище, прибутковість активів на 4% вище, а прибутковість капіталу і акцій на 10% вище, ніж у компаній, що не проявляють себе в цій сфері [7]. Дослідження 100 німецьких компаній довели позитивну кореляцію між інвестиціями в розвиток персоналу і курсом акцій компанії. 87% співробітників європейських компаній відчують відданість соціально-залученим підприємствам, 32% європейських менеджерів «в дуже великій мірі згодні» і 55% просто «згодні» швидше працювати на компанію, яка підтримує суспільно-корисні програми. Існує прямий зв'язок між ставленням співробітників до компанії та її доходами [8].

На думку американських споживачів, «корпоративний громадянин» поводить себе наступним чином (оцінка проведена по 50 пунктам, виходячи зі ступеня важливості

теми): веде чесний бізнес; гарантує високу якість продуктів і послуг; піклується про безпеку споживачів; забезпечує безпечні умови праці працівників; веде «білу» фінансову звітність; не підкупує держчиновників; швидко і чесно ліквідує «етичні проколи»; будує чесні відносини з постачальниками; забезпечує соціальний захист працівникам, які вийшли на пенсію; займається питаннями екології; підтримує освітні та дослідницькі програми; надає місцевим організаціям підтримку, пропонуючи їм товари і послуги; спонсорує заходи та займається меценатством [9]. Основні функції бізнесу, що мають відношення до соціальної відповідальності представлені в табл.1 [10]. Визнаючи перераховані функції бізнесу в аспекті його соціальної відповідальності, українські громадяни пред'являють до нього свою систему вимог. Перше місце в цій системі займають економічні вимоги: виробництво якісних товарів за розумною ціною, гідна зарплата, захист здоров'я та забезпечення безпеки співробітників, створення робочих місць і сплата податків. На другому місці стоять соціальні очікування: захист навколишньої середовища, боротьба з бідністю, «непричетність» до будь-яких форм хабарництва та корупції. На третьому місці – надання індивідуальної адресної соціальної допомоги, підтримка благодійних організацій, мистецтва і культури. У світовій практиці благодійність становить малу частку (близько 3%) соціально-відповідальної поведінки компаній. У всьому світі бізнес береться за вирішення злободенних соціальних проблем і дійсно вирішує їх, зміцнюючи довіру населення і своїх клієнтів. Більшість українських підприємців вважають, що соціальна активність пов'язана з бізнес-цілями їх компаній.

Для порівняння російські компанії поняття корпоративної соціальної відповідальності трактують як активне заняття реструктуризацією своїх підприємств, підтримку малого бізнесу, сфери освіти, реалізацію переселенських програм для своїх

працівників, які вийшли на пенсію [11]. У сучасних умовах необхідно формування системи колективної співпраці між підприємцями (роботодавцями) і найманими працівниками. На державному, регіональному та галузевому рівнях

необхідно сформувати нову для нашої країни правову модель і повноправне представництво роботодавців і найманих працівників. Певні організаційно-правові заходи в даному напрямку вже зроблені з прийняттям в Україні низки законів.

Таблиця 1 **Функції соціально відповідального бізнесу**

Функції соціально відповідального бізнесу	1. Розробка стратегії діяльності підприємства, спрямованої на його сталий розвиток, вигідної і прийнятної для всіх зацікавлених сторін.
	2. Організація праці та виробничого процесу, які свідчать, наскільки дотримуються норми безпеки і захисту навколишнього середовища при здійсненні виробничих процесів, а також забезпечується якість товарів та їх безпека для споживачів.
	3. Закупівлі та управління поставками, що передбачає придбання товарів і послуг у місцевих постачальників і дозволяє оцінити допомогу компанії в дотриманні встановлених стандартів і підтримці місцевих виробників та ринків збуту.
	4. Збут і продаж товарів, які свідчать, наскільки безпечні технології збуту і корисні відносини між виробником і продавцем для кінцевого споживача.
	5. Розвиток соціально-трудових відносин, що передбачають умови працевлаштування співробітників (в тому числі молоді, інвалідів, пенсіонерів, представників меншин), дотримання охорони гігієни праці, їх навчання, стратегію подолання негативних наслідків реструктуризації підприємств, скорочення штатів, попередження та вирішення соціально трудових конфліктів та ін.
	6. Продаж, маркетинг і відносини з клієнтами, які свідчать, чи є інформація в рекламі товару і на його упаковці вичерпною і правдивою, а також які механізми використовуються для вибудовування відносин між компанією та її клієнтами.
	7. Управління фінансовими ресурсами і відносинами з інвесторами, що передбачає ефективність топ-менеджменту і фінансового контролю, допустиму відкритість і прозорість документації, ставлення до хабарів і внутрішніх торговельних операцій.
	8. Проектно-конструкторські роботи, що передбачають обсяг вкладень, облік соціальних і екологічних проблем, створення проектно-конструкторських бюро в місцях освоєння нових ринків.
	9. Відносини з владою, що мають на увазі забезпечення відкритості та прозорості у відносинах з центральними і місцевими органами влади, в лобістській діяльності, а також участь підприємства у різних союзах і об'єднаннях суб'єктів підприємництва для поліпшення політики і норм, що регулюють такі сфери як працевлаштування, природоохоронна діяльність та ін.
	10. Участь підприємства у суспільному житті міста, регіону, ступінь його відкритості для взаємин із місцевим населенням.
	11. Заходи з охорони навколишнього середовища, що свідчать про наявність у підприємства своєї природоохоронної політики і відповідальності перед громадськістю за свій вплив на навколишнє середовище, проведення екологічної експертизи нових проектів і товарів.

Джерело: узагальнено автором

Необхідно відзначити, що в останні роки все частіше використовується поняття «соціальний діалог». На думку фахівців соціальний діалог є механізмом узгодження інтересів, а соціальне партнерство – механізмом регулювання трудових відносин на макрорівні, а також на рівні регіонів і окремих підприємств. Зараз в Україні створені та функціонують спеціальні органи, які здійснюють повноваження у сфері

соціального партнерства: Національна рада соціального партнерства (1993), Національна служба посередництва і примирення (1998). Вони беруть участь у врегулюванні колективних трудових спорів (конфліктів), прогнозують їх виникнення і сприяють їх швидкому вирішенню та примиренню сторін. Створений у лютому 1992 року Український союз промисловців і підприємцівнацілений об'єднати суб'єктів бізнесу, громадські

організації, галузеві асоціації та здійснювати представництво інтересів роботодавців у процесі соціального партнерства. В Україні створено Національну тристоронню соціально-економічну раду, діяльність якої спрямовано на формування об'єднаної позиції всіх сторін соціального діалогу щодо стратегії економічного і соціального розвитку України та розроблення рекомендацій Президенту України, Верховній Раді та Кабінету Міністрів України з регулювання економічних, соціальних і трудових відносин.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Прояв соціальної активності в нашій країні має спонтанний характер, що викликає потребу в розвитку її нормативно-правового та організаційного забезпечення з урахуванням використання зарубіжного досвіду. У розвинених країнах існують різні державні програми підтримки і стимулювання соціальної відповідальності бізнесу, в рамках яких держава визначає бажану поведінку, привертає компанії приватного і державного секторів до спільного виконання соціальних завдань, розробляє стандарти і заходи щодо стимулювання бізнесу до соціально відповідальної поведінки.

Таким чином, суб'єкти підприємництва у всьому світі, як і учасники їх проектів, все більше усвідомлюють потребу в соціально

відповідальній поведінці. Соціальне партнерство і соціальна відповідальність стає одним з найважливіших факторів, які впливають на бізнес-діяльність. Тому кожному підприємству рекомендується стати більш відповідальним із соціальної точки зору, застосовуючи міжнародний стандарт *ISO 26000*, і впроваджуючи соціально відповідальну поведінку в існуючі організаційні стратегії, системи, практики і процеси. Усвідомлення підприємством своєї відповідальності впливає на його загальну репутацію, здатність залучати і стабілізувати кадровий склад, підтримувати моральний стан персоналу та підвищувати продуктивність праці; формувати думку інвесторів; залучати та утримувати споживачів продукції та послуг, підвищувати якість взаємовідносин із державними та місцевими органами влади і управління, засобами масової інформації, спільноту, в якій функціонує підприємство, а також із його постачальниками і партнерами по бізнес-діяльності. Адаптація міжнародного стандарту *ISO 26000* для українського бізнесу вимагає подальшого розвитку нормативно-правового забезпечення, формування нових підходів до моралі та культури ведення бізнесу, розширення його інноваційної спрямованості.

Література:

1. Арцер Т. В. Бизнес и некоммерческие организации – социальное партнерство: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.01 – Татьяна Владимировна Арцер [заседание диссертационного совета Д 212.267.11 при ГОУ ВПО «Томский гос. унив.»]. – Томск, 2009, 25 ил. стр.
2. Мельник М. І. Проблеми та тенденції розвитку соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу [Електронний ресурс] / М. І. Мельник. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vlca_ekon/2010_33/41.pdf.
3. Уколова Л. В. Социальное партнерство как механизм развития социально-трудовых отношений / Л. В. Уколова // Материалы международной научно-практической конференции 2008 года. – С. 32–44.
4. Бачинская Т. Социальное партнерство как общественный тренд [Електронний ресурс] / Т. Бачинская. – Режим доступу: <https://soc-otvet.ru/sotsialnoe-partnerstvo-kak-obshhestvennyj-trend/>
5. Понятие, основные принципы и формы социального партнерства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://b-t.com.ua/tp/6_koldogovor_26.html
6. Волгин Н. А. Социальная политика : учебник / Под общ.редакцией Н. А. Волгина. – М. : Издательство «Экзамен», 2006. – 734с.
7. Нотатки з конференції «Відновлення довіри та співпраця з реальним сектором – запорука розвитку банківської системи» // Вісник НБУ. – 2010. – №8. – С. 40–43.
8. Lenssen G. The Role of Business in Society in Europe / G. Lenssen, V. Vorobey – Habisch / (Eds): Corporate Social Responsibility Across Europe. – Berlin, London, Springer 2004.

9. Zadek S. Responsible Competitiveness / S. Zadek, J. Sabapathy, T. Swift, H. Dossing. – Corporate Responsibility Clusters in Action. – January 2003, Geneva.
10. Карпова Т. С. Механізм взаємообумовленого розвитку малого бізнесу і соціальної сфери : монографія / Татьяна Сергеевна Карпова / Винница, ТОВ «Нілан-ЛТД», ДонНУ, 2016. – 221с.
11. Відповідальність бізнес-суспільства: Резюме 3-ї Міжнар. конф. «Ялта-2006» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.minfin.kmu.gov.ua.

References:

1. Arser, T. V. (2009), “Business and non-commercial organizations – social partnership”, Ph.D. Thesis, Economy, Tomsk national university, Tomsk, Russia.
2. Meljnyk, M. I. (2010), Problemy ta tendenciji rozvytku socialjnoji vidpovidalnosti vitchyznanogho biznesu [Problems and tendencies of development the social responsibility of Ukrainian business], [Online], available at: http://nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vlca_ekon/2010_33/41.pdf.
3. Ukolova, L. V. (2008), “Social partnership like mechanism of development social and work relations”, *Materyaly Mezhdunarodnoj nauchno-praktycheskoj konferencyy*, pp. 32–44.
4. Bachinskaya, T., “Social partnership as a social trend”, available at: <https://soc-otvet.ru/sotsialnoe-partnerstvo-kak-obshhestvennyj-trend/> (Accessed 27 June 2017).
5. “The concept, basic principles and forms of social partnership”, available at: http://b-t.com.ua/tp/6_koldogovor_26.html (Accessed 27 June 2017).
6. Volghyn, N. A. (2006), *Socjalnaja polytyka: uchebnyk* [Social politic: the book], *Ekzamen*, Ukraine.
7. “The restoration of trust and cooperation with the real sector – the key of development the banking system” (2010), *Notatky z konferenciji, Bulletin of the NBU*, vol. 8, pp. 40–43.
8. Lenssen, G.(2004), *The Role of Business in Society in Europe*, Berlin, London.
9. Zadek, S. (2003) *Responsible Competitiveness*, Geneva.
10. Karpova, T. S. (2016), “Mekhanizm vzaymoobuslovlennogho rozvytyja malogho byznesa i socyalnoj sferi [Mechanizm of interdependent development the small business and social sphere], *DonNu*, Vynnyca, Ukraine.
11. Responcibility of business environment (2006) *Rezjume 3-ji Mizhнарод. konferencii “Jalta-2006”*, Crimea, Ukraine.



З М І С Т

Ахновська І. О. ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ СУСПІЛЬСТВА	6
Бірюк О. Г. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ПРОДУКЦІЇ ВИНОГРАДАРСТВА	14
Болгов В. Є. ЕТАПИ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ ТА ЇЇ НАСЛІДКИ	23
Бурковська А. В., Сацура О.Ф. ВИЗНАЧЕННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ УКРАЇНИ	31
Волосович С. В., Апостолюк О. Ю. ІНСТИТУТИ ДЕРЖАВНОЇ ФІНАНСОВОЇ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	41
Головко М. Й., Совщак С. С. АНАЛІЗ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ ФУНКЦІОНУВАННЯ МІСЦЕВИХ ПОДАТКІВ ТА ЗБОРІВ	50
Данилова Н. В. КОНЦЕПЦІЯ «ЗЕЛЕНОГО ОФІСУ»: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДЛЯ УКРАЇНИ	60
Карпова Т. С. СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ОСНОВА ВЗАЄМОВИГІДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА БІЗНЕСУ ТА ДЕРЖАВИ	69
Коблянська І. О., Коблянська Г. Ю., Гребенчук Ж. В. МЕТОДИКА ОБЛІКУ І АУДИТУ РОЗРАХУНКІВ ПІДПРИЄМСТВА З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ І ПІДРЯДНИКАМИ	78
Несторишен І. В., Туржанський В. А., Бережнюк І. І. ПІДХОДИ ДО РЕЙТИНГОВОГО ОЦІНЮВАННЯ СПРОЩЕННЯ ПРОЦЕДУР МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ.....	88

Плаксюк О. О. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КЛАСТЕРНОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	98
Сержанов В. В., Костьов'ят Г. І. КОСТОМІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА, ЯК НАПРЯМОК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ	107
Яцишин Г. В. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	114