

їни. Запропонований методологічний підхід до формування системи забезпечення конкурентоспроможності ВНЗ, спрямований на покращення якості підготовки кадрів на всіх її ланках, їх пристосування до постійно зростаючих вимог ринку освітніх послуг, до чинників глобальної конкуренції, які постійно змінюються.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Босак О.В. Чинники конкурентоспроможності вищих навчальних закладів у системі формування економіки знань / О.В. Босак // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. – Львів: НЛТУ України, 2007. – Вип.17. – С. 291-296.
2. Горинь Я.О. Фактори конкурентоспроможності ВНЗ на ринку освітніх послуг / Я.О. Горинь, О.С. Сенишин, М.О. Горинь // Молодіжний економічний дайджест: Науковий електронний журнал. – 2014. – № 1. – С. 123-126.
3. Кравченко К.В. Управління конкурентоспроможністю ВНЗ [Електронний ресурс] / К.В. Кравченко. – Режим доступу: http://almamater.luguniv.edu.ua/magazines/elect_v/NN15/11kkvvnz.pdf.
4. Либак І.А. Ринок освітніх послуг і конкурентоспроможність навчальних закладів / І.А. Либак // Вісник Хмельницького національного університету. – 2012. – № 2. – Т. 1. – С. 192-196.
5. Мохначев С.А. Особенности управления конкурентоспособностью высшего учебного заведения / С.А. Мохначев // Вестник НГУ. Серия: Социально-экономические науки. – 2007. – Т. 7. – Вып. 3. – С. 97-100.
6. Прус Л.Р. Теоретичні засади управління конкурентоспроможністю вищих навчальних закладів / Л.Р. Прус // Вісник Тернопільського держ. екон. ун-ту. – 2006. – № 2. – С. 114-123.
7. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью вуза / Р.А. Фатхутдинов // Высш. образование в России. – 2006. – № 9. – С. 37-38.
8. Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII // Голос України. – № 148. – 06.08.2014 р.
9. Експрес випуск «Вищі навчальні заклади 1990–2015» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.org/uk/operativ/menu/>.
10. Офіційний сайт профспілки працівників освіти і науки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pon.org.ua/povnyu/3632>.

УДК 658.5:330.341.1

Захаркін О.О.

*кандидат економічних наук, доцент,
докторант факультету економіки та менеджменту
Сумського державного університету*

СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНЕ ІННОВАЦІЙНЕ ІНВЕСТИВАННЯ НА ОСНОВІ СТЕЙКХОЛДЕРСЬКОГО ПІДХОДУ

У статті розглянуто питання взаємозв'язку діяльності підприємств і суспільства в контексті створюваних підприємствами зовнішніх ефектів. Проаналізовано характер і мету взаємодії підприємства з основними групами стейкхолдерів при реалізації інноваційних проектів. Розглянуто пріоритети інвесторів та роль міжнародних організацій і об'єднань, які контролюють роботу в сфері здійснення соціально-відповідальних інновацій. Визначено напрямки взаємодії підприємства з його працівниками, споживачами, засобами масової інформації та їх роль у реалізації соціально-відповідальних інновацій.

Ключові слова: соціально-відповідальні інновації, стейкхолдери, інвестори, підприємство, споживачі, державне регулювання.

Захаркин А.А. СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННОЕ ИННОВАЦИОННОЕ ИНВЕСТИРОВАНИЕ НА ОСНОВЕ СТЕЙКХОЛДЕРСКОГО ПОДХОДА

В статье рассмотрены вопросы взаимосвязи деятельности предприятий и общества в контексте создаваемых предприятиями внешних эффектов. Проанализирован характер и цели взаимодействия предприятия с основными группами стейкхолдеров при реализации инновационных проектов. Рассмотрены приоритеты инвесторов и роль международных организаций и объединений, контролирующих работу в сфере осуществления социально ответственных инноваций. Определены направления взаимодействия предприятия с его работниками, потребителями, средствами массовой информации, а также определена их роль в реализации социально ответственных инноваций.

Ключевые слова: социально ответственные инновации, стейкхолдеры, инвесторы, предприятие, потребители, государственное регулирование.

Zakharkin O.O. SOCIALLY RESPONSIBLE INNOVATION INVESTMENT BASED ON THE STAKEHOLDER'S APPROACH

In the article the questions of the interconnection of the enterprise's activity and society within the framework of inner effects, created by the enterprise were researched. The character and the aims of the cooperation between the enterprise and the stakeholders while the realization of the innovation processes was analyzed. Investors' priorities and the part on international organizations and units, which control the work in the sphere of implementation of the social responsible innovation, were discovered. It was defined the ways of cooperation of the enterprise with its' workers, production consumers, mass media, and their role in the realization of the social responsible innovations.

Keywords: social responsible innovations, stakeholders, investors, enterprise, consumers, state regulation.

Постановка проблеми. В умовах сучасного світового економічного укладу підприємства і суспільство не є повністю відокремленими один від одного. У кожного з цих суб'єктів є потреби, задоволення яких залежить від іншого суб'єкта. Наприклад, для підприємств важливо оперувати на ринку, де споживачі не тільки зацікавлені в його товарах, а й фінансово спроможні їх придбати. Для суспільства розвиток промислового сектора означає створення

робочих місць і забезпечення зайнятості населення, гарантування надходження податкових платежів до державного та місцевих бюджетів і т.д. З іншого боку, діяльність підприємств майже завжди супроводжується створенням певних негативних ефектів для суспільства, які проявляються, наприклад, у забрудненні навколишнього середовища, погіршенні здоров'я споживачів, зниженні соціального благополуччя і т.д.

Наявність як позитивних, так і негативних зовнішніх (екстернальних) ефектів впливає на вартісні показники як самого підприємства, так і на «суспільну вартість», тобто моральні та економічні умови існування суспільства, що знаходиться у сфері впливу певного підприємства. У такий спосіб у зоні перетину інтересів суспільства та підприємств можна виділити формування спільної для них вартості або цінності, що полягає в одночасному забезпеченні життєдіяльності підприємств і задоволенні ними соціальних, екологічних, економічних потреб суспільства [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед дослідників, які присвятили роботи питанням взаємодії підприємств та суспільства в контексті сталого розвитку, можна виділити О. Балацького, Л. Мельника, А. Яковлева [2; 3], Е. Гірусова, С. Бобильова, А. Новосьолова, Н. Чепурних [4], Л. Гринів [5], В. Сахаєва [6], Є. Лапко [7] та інших. Соціальний вплив інноваційної діяльності розглядали В. Геєць, В. Семиноженко [8], А. Гальчинський, А. Кінах [9], Б. Малицький [10], А. Мазур [11], Д. Барон [1] та інших.

Водночас, незважаючи на накопичений досвід та теоретичні надбання науковців, питання удосконалення управлінських підходів до реалізації інноваційних рішень на підприємствах із одночасним забезпеченням їх соціальної відповідальності й досі залишаються недостатньо висвітленими і потребують подальшого розроблення.

Постановка цілей. Метою роботи є розробка моделі управління підприємством при здійсненні соціально-відповідальних інновацій та визначення ролі у ній всіх стейкхолдерів підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Головним критерієм ефективності соціальних інновацій бізнесу є зростання його вартості в довгостроковому періоді. Для підвищення ефективності інновацій компанії повинні приймати рішення про формування інвестиційного портфеля на основі системи показників, яка враховує інтереси і бізнесу, і стейкхолдерів [12].

Світові тенденції до зростання зацікавленості підприємств у інтерналізації зовнішніх ефектів відповідно позначаються на трансформації їх організаційно-управлінських структур та зміні в організації і порядку прийняття управлінських рішень щодо майже усіх видів бізнес-процесів на підприємстві.

Як зазначають В. Садков і О. Кузнецова, у мотивації соціально-відповідального інвестування велику роль відіграє вплив інвесторів на компанії, їх можливість безпосередньо, через інструменти фінансового ринку або як акціонери впливати на вартість і розвиток корпорації, а також важливість громадської думки, інформованість стейкхолдерів бізнесу шляхом публікації соціальної звітності, висновків соціального аудиту та присвоєння рейтингу компанії [13].

Із погляду окремого підприємства формування фінансових вигод від впровадження соціально значущих та спрямованих на сталий розвиток інновацій залежить, по-перше, від сприйняття таких інновацій відповідними групами суспільства, а по-друге, від їхнього розуміння корисності таких нововведень і обізнаності про масштаби їх здійснення конкретним підприємством. Враховуючи зазначене, процес розробки та впровадження інновацій в сучасних соціально-економічних умовах розвитку світової економіки повинен передбачати залучення до нього так чи інакше всіх стейкхолдерів, тобто формування широкої моделі управління підприємством при здійсненні ним інноваційної діяльності.

При цьому варто зазначити, що вказана модель не передбачає безпосередньої участі окремих груп стейкхолдерів (особливо непрямих) у прийнятті управлінських рішень. Однак врахування їх інтересів та задоволення відповідних потреб стає необхідною умовою успішності інновацій, а тому прямо або побічно впливає на відповідні управлінські рішення.

Ще одним важливим аспектом побудови широкої моделі управління підприємством при реалізації інноваційних проектів слід зазначити наявність зворотного зв'язку, тобто організація взаємодії зі стейкхолдерами не тільки з формування даних про потреби та бажані напрями інноваційної діяльності, а й зі зворотного інформування їх про досягнення підприємства у цій сфері, його переваги над конкурентами, ступеня врахування громадських потреб і т.д., з метою створення позитивного іміджу, збільшення споживчого попиту і отримання інших конкурентних переваг.

За словами Є. Пальшиної [14], розвиток інноваційної концепції в галузі соціальної відповідальності сприяє здійсненню соціальних проектів і розширює партнерські зв'язки компаній у бізнес-середовищі та суспільстві: з постачальниками, споживачами, страховими компаніями, рекламодавцями, банками, ЗМІ, з органами державного управління і з неурядовими організаціями. Такі зв'язки і соціальна політика, що постійно проводиться, роблять бізнес реально соціально відповідальним. У сформованому середовищі бізнес знаходить партнерів для створення механізмів цивілізованого лобювання своїх інтересів, у зокрема і в реалізації законодавчих ініціатив, готує умови для постійного діалогу з суспільством і розширення сфери впливу на систему державного управління.

Розглянемо характер та цілі взаємодії підприємства з основними групами стейкхолдерів (інвестори, споживачі, партнери, працівники, ЗМІ, місцеві громади, держава) при реалізації ним інноваційних проектів більш детально.

Одними із найважливіших стейкхолдерів компанії є інвестори (акціонери). Основною їх метою вкладання коштів у підприємство є отримання прибутку. Водночас закордонна практика свідчить про зростання зацікавленості інвесторів у стратегічному та інноваційному розвитку компанії, вкладенні коштів у якісні проекти з довгостроковою перспективою.

Як зазначає Є. Харитонова [15, с. 44], бізнес як структурна частина суспільства не повинен звужувати свої функції до максимізації прибутку. Соціальну відповідальність бізнесу слід сприймати в сучасному суспільстві як взаємовигідну співпрацю і для самого бізнесу, і для держави, і суспільства. Соціально відповідальна поведінка дозволяє компаніям зміцнювати свій імідж і репутацію, підвищувати якість менеджменту та інвестиційну привабливість.

Цілі акціонерів також залежать від структури власності компанії, способа залучення капіталу. Наприклад, при фінансовому забезпеченні компанії на основі кредитних ресурсів, а також при належності контрольного пакету акцій одному чи декільком власникам, в оцінці результативності роботи підприємства перевага надається основним фінансовим показником, приросту ринкової вартості та рентабельності.

За умов формування капіталу компанії за рахунок залучення ресурсів на фондовому ринку в індивідуальних та інституційних інвесторів вагомості набувають і інші параметри функціонування підприємства, такі як сфера діяльності, вид та характеристика продукції, імідж, суспільні вигоди. Таке твердження особливо справедливе для тих інвесторів, які

одночасно є представниками й інших груп стейкхолдерів підприємства: працівників, споживачів, жителів місцевої громади тощо.

Прийняття рішень щодо вкладення коштів для зазначених груп інвесторів базується не лише на даних фінансової звітності підприємства, але й на даних нефінансових рейтингових агентств та індексах, що ґрунтуються на принципах соціально-відповідального інвестування [16, с. 26].

Суттєво впливають на зміну пріоритетів інвесторів та звернення їх уваги на соціально-відповідальні компанії, що інвестують у сталий розвиток, також інвестиційні фонди та компанії з управління активами, які пропагують необхідність таких напрямків вкладень та визначають у своїй діяльності «бажані» та «небажані» галузі, обмежуючи інвестування в останні.

Значну роль у формуванні настроїв інвесторів відіграють міжнародні об'єднання та організації, які координують роботу у сфері здійснення інвестицій у сталий розвиток: Європейський інвестиційний форум, Американський інвестиційний форум, Організація з соціальних інвестицій, Азійська асоціація з відповідального інвестування [17, с. 42–44].

Наступною важливою групою стейкхолдерів є працівники підприємства. У процесі реалізації інноваційної діяльності взаємодія з працівниками може відбуватися як в прямій формі (через опитування: анкетування, індивідуальні інтерв'ю, соціальні заходи), так і в опосередкованій (через представників працівників і профспілок усіх рівнів) [16, с. 27]. Застосування першої форми взаємодії є особливо важливим для виявлення потенційних можливостей для оптимізації бізнес-процесів та впровадження організаційних інновацій. Другий підхід стосовно налагодження взаємодії на рівні профспілок буде необхідним для більш масштабних проектів, зокрема й реалізації продуктових та технологічних інновацій.

Визначаючи роль працівників в інноваційному процесі, можна зазначити, що вони належать до групи внутрішніх стейкхолдерів, а тому обговорення з працівниками перспектив і стратегії діяльності підприємства, його спрямованості на інноваційних розвиток з підтримкою соціально значущих проектів сприятиме формуванню позитивного іміджу і за межами підприємства, а також забезпечуватиме більшу надійність його стратегії для зовнішніх стейкхолдерів, якщо її підтримуватимуть працівники компанії.

Найважливішою групою зовнішніх стейкхолдерів підприємства є споживачі. Незалежно від характеристики і призначення товарів, разом із основними критеріями їх вибору, такими як ціна і якість, споживачі починають звертати все більше уваги на спосіб виробництва, рівень застосовуваних технологій, їх безпечність, а відповідно і безпечність самого продукту.

У контексті провадження інноваційної діяльності, що передбачає

досягнення суспільно значущих цілей, для забезпечення в майбутньому бажаного рівня фінансових показників підприємства надзвичайно важливим є налагодження двосторонньої взаємодії зі споживачами та іншими зовнішніми стейкхолдерами. З одного боку, отримання даних про потреби та інтереси споживачів дозволить визначитися з напрямками, видами та масштабами впровадження інновацій; запобігти ризику несприйняття їх ринком.

З іншого боку, поінформування споживачів про напрямки інноваційної діяльності з урахуванням чинників етичної поведінки, соціальної та екологічної значущості, корпоративного управління; підвищення в суспільній свідомості важливості зазначених критеріїв дозволить не лише сформувати позитивний імідж підприємства, але й забезпечити його суттєвими конкурентними перевагами, що з фінансового погляду позначиться на прирості чистого доходу, прибутку та покращенні інших фінансових показників діяльності.

Як і робота з працівниками, взаємодія зі споживачами може проводитись напряму (переважний метод для товарів промислового призначення) або через організації, що представляють їх інтереси (співки захисту прав споживачів або організації, що представляють інтереси споживачів конкретної групи

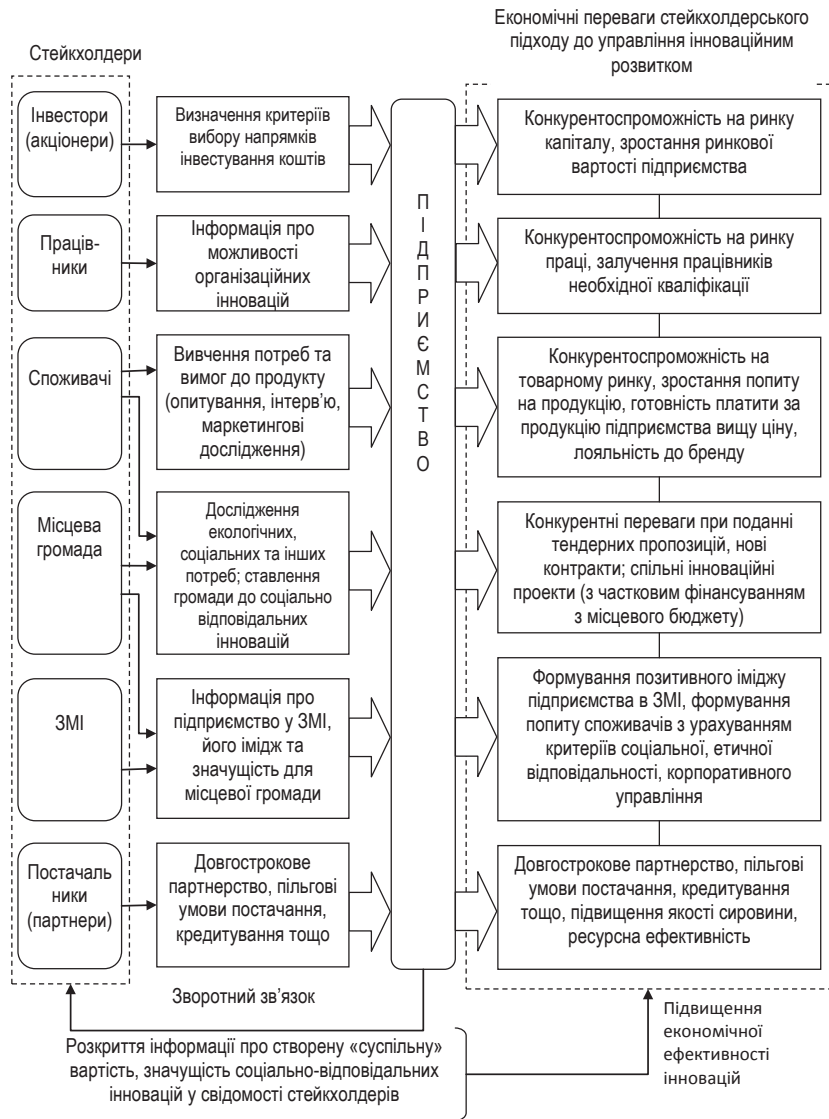


Рис. 1. Широка модель управління підприємством при здійсненні соціально-відповідальних інновацій (авторська розробка)

товарів/послуг). У галузях, зосереджених переважно на товарах промислового призначення (наприклад, важке машинобудування), для ефективної реалізації соціально-відповідальних інновацій важливо, щоб усі бізнес-партнери визнавали необхідність та пріоритетність саме такого напрямку стратегічного розвитку.

Також необхідність узгодження принципів корпоративної соціальної відповідальності та інвестування у сталий розвиток виникає при співпраці із постачальниками і партнерами, адже залучення їх до такої діяльності розширює можливості для інноваційної діяльності та підвищує її ефективність.

Зокрема спільне спрямування на сталий розвиток дозволяє підприємствам:

- підвищити загальний рівень якості продукції (зокрема і якості сировини, матеріалів, що використовуються при її виробництві);

- удосконалити логістику та підвищити прозорість ланцюгів постачання (сприє вирішенню екологічних, соціальних та інших завдань);

- сформувати лояльність споживачів до товарів та покращити імідж компанії.

Водночас відкритість інформації про постачальників і партнерів підприємства створює залежність його репутації, а отже, і ринкової конкурентної позиції, від репутації постачальників і добросовісності ведення ними бізнесу.

Окремою групою зовнішніх стейкхолдерів у межах нашого дослідження доцільно виокремити засоби масової інформації, адже саме вони забезпечують поширення інформації про діяльність підприємства та найсуттєвіше впливають на формування громадської думки. Взаємодія підприємств з медіа повинна забезпечувати донесення достовірної інформації до громадськості та інших груп зацікавлених сторін. Для ефективної співпраці з цією групою стейкхолдерів підприємство має постійно знаходитися в тісному контакті з усіма представниками ЗМІ: державними, регіональними і місцевими газетами, інтернет-сайтами, телебаченням [16, с. 31].

Безпосередня оцінка соціальних, етичних, екологічних ефектів від інноваційної діяльності підприємства може бути проведена на території його присутності – території відповідного регіону, місцевої громади, де функціонує підприємство. Відповідно місцева громада також виступатиме одним із ключових зовнішніх стейкхолдерів.

Позитивні соціально значущі ефекти від діяльності підприємства на окремій території не обов'язково пов'язані з реалізацією ним інноваційної чи інвестиційної діяльності, а передбачають також забезпечення зайнятості населення, співпрацю з громадськими неурядовими організаціями, органами місцевого самоврядування з певних економічних та соціальних питань тощо. Проте саме налагодження взаємодії з місцевою громадою та формування її позитивного ставлення до підприємства може забезпечити вагому складову фінансового успіху компанії при реалізації соціально-відповідальних інновацій.

Передусім залучення цієї групи стейкхолдерів у процесі прийняття рішень щодо інновацій передбачає врахування потреб місцевої громади та забезпечення технологічного розвитку підприємства і випуску продукції, які максимально відповідають її очікуванням. Такий підхід забезпечить конкурентоспроможність продукції підприємства на місцевому ринку та кращу реакцію на зміни споживчого попиту.

Крім того, збільшенню доходу від реалізації продукції підприємства сприятиме те, що виділяючись на фоні конкурентів, інноваційна та соціально-відповідальна компанія отримуватиме переваги при прийнятті тендерних пропозицій та укладанні нових контрактів.

Додатковим фактором покращення фінансових показників діяльності такого підприємства є його конкурентоспроможність на ринку праці і можливість залучення висококваліфікованих фахівців та необхідних кадрів серед місцевого населення для забезпечення високого рівня продуктивності праці [16, с. 32].

Висновки. Організація інноваційної діяльності підприємства на основі стейкхолдерського підходу повинна враховувати двосторонню взаємодію як із внутрішніми, так і зовнішніми стейкхолдерами підприємства, що дозволить обрати ті напрямки впровадження інновацій, що найбільш повно відповідають суспільним потребам, а також сформувати за рахунок цього більші обсяги надходжень фінансових ресурсів внаслідок підвищення лояльності споживачів, зростання конкурентоспроможності та позитивного іміджу компанії на ринку. Узагальнюючи результати проведеного дослідження, на рисунку 1 представлено широку модель управління підприємством при реалізації ним інноваційної діяльності.

На сучасному етапі все більше підприємств визнає, що для забезпечення своєї конкурентоспроможності та стабільності діяльності при формуванні стратегій розвитку потрібно бути не лише інноваційно-активним підприємством, але й під час реалізації інновацій передбачати заходи з мінімізації негативних екологічних, соціальних, етичних ефектів.

Такий підхід дозволить підвищити ресурсну ефективність та удосконалити систему управління виробничими ризиками, пов'язаними з вичерпністю ресурсів, скоротити витрати за рахунок інновацій в системах логістики і організації ланцюгів постачання, а також дозволить розраховувати на підтримку місцевих громад, держави та інших партнерів за рахунок спільної реалізації стратегічних проектів, державно-приватного партнерства тощо.

Такий підхід дозволить підвищити ресурсну ефективність та удосконалити систему управління виробничими ризиками, пов'язаними з вичерпністю ресурсів, скоротити витрати за рахунок інновацій в системах логістики і організації ланцюгів постачання, а також дозволить розраховувати на підтримку місцевих громад, держави та інших партнерів за рахунок спільної реалізації стратегічних проектів, державно-приватного партнерства тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Baron, J., 2014. What is socially innovative investing? The search for companies that do good and do well. U.S. Trust. [pdf] Bank of America Corporation, Available at: <http://www.ustrust.com/publish/content/application/pdf/GWMOL/USTp_ARVP5FLB_2015-06.pdf>.
2. Балацкий О.Ф. Экономика и качество окружающей среды / О.Ф. Балацкий, Л.Г. Мельник, А.Ф. Яковлев. – Л.: Гидрометеоиздат, 1984. – 190 с.
3. Мельник Л.Г. Экономические проблемы воспроизводства природной среды / Л.Г. Мельник – Х.: Вища шк.: ХГУ, 1988. – 159 с.
4. Экология и экономика природопользования / [Э.В. Гирусов, С.Н. Бобылев, А.Л. Новоселов, Н.В. Чепурных]. – М.: ЮНИТИ, 1996. – 456 с.
5. Гринів Л. Розвиток новітньої макроекономічної теорії: проблеми та моделі / Л. Гринів // Вісник Львівського університету. Серія економічна. – Вип. 40. – 2008. – С. 11–18.
6. Сахаев В.Г. Экономика і організація охорони навколишнього середовища / В.Г. Сахаев, В.Я. Шевчук. – К.: Вища шк., 1995. – 272 с.
7. Лапко Е. Экологический фактор в инновационной деятельности / Е. Лапко // Экономика Украины. – 1998. – № 8. – С. 69–75.
8. Геєць В.М. Інноваційні перспективи України: моногр. / В.М. Геєць, В.П. Семиноженко. – Х.: Константа, 2006. – 272 с.
9. Інноваційна стратегія українських реформ / А.С. Гальчинський, В.М. Геєць, А.К. Кінах, В.П. Семиноженко. – К.: Знання України, 2002. – 336 с.
10. Малицкий Б.А. Неoliberalизм и кризис инновационного развития экономики. Формула кризиса / Б.А. Малицкий. – К.: Феникс, 2009. – 64 с.
11. Мазур А.Г. Управління в регіональних економічних системах: теорія, методологія, практика / А.Г. Мазур. – Вінниця: ТОВ «Консоль», 2003. – 408 с.

12. Шубина Е. Корпоративная социальная ответственность бизнеса в интересах инновационного развития [Электронный ресурс] / Е. Шубина, Д. Миронова // Проблемы и перспективы развития науки в начале третьего тысячелетия в странах СНГ: материалы VII Международной научно-практической интернет-конференции, (Переяслав-Хмельницкий, 29-31 янв. 2013 г.). – С. 69–71. – Режим доступа: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/1581>.
13. Садков В. Социальное и социально ответственное инвестирование [Электронный ресурс] / В. Садков, О. Кузнецова // Социальное партнерство. – 2007. – № 3. – Режим доступа: <http://www.oilru.com/sp/16/686/>.
14. Пальшина Е.Н. Финансово-экономический механизм инновационной концепции взаимодействия государства и общества [Электронный ресурс] / Е.Н. Пальшина // Современные проблемы науки и образования. – 2011. – № 2. – Режим доступа: <http://www.science-education.ru/96-4638>.
15. Харитоновна Е.Н. Управление социально ответственной деятельностью промышленных предприятий / Е.Н. Харитоновна. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2008. – 202 с.
16. Саприкіна М. Діалог зі стейкхолдерами: рекомендації компаніям / М. Саприкіна, Д. Каба. – К.: ТОВ «Фарбований лист», 2011 – 475 с.
17. 2012 Global Sustainable Investment Review. [pdf] Global Sustainable Investment Alliance. Available at: <http://gsiareview2012.gsi-alliance.org/pubData/source/Global%20Sustainable%20Investment%20Alliance.pdf>.

УДК 338.48.–049.5

Івашина Л.Л.

кандидат технічних наук,

*доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаського державного технологічного університету*

БЕЗПЕКА ТУРИСТІВ – ЗАПОРУКА УСПІХУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Статтю присвячено питанням визначення сутності безпеки та безпечного середовища, умов гарантування безпеки життя та безпечення туристів, гостей і працівників сфери туризму, індустрії гостинності. Акцентовано увагу на необхідності розробляти превентивні заходи безпеки та надавати організаційні, методичні, технічні, інформативні засоби для створення умов безпеки життєдіяльності в туризмі. Рекомендовано відповідні заходи безпеки.

Ключові слова: безпека, безпека життєдіяльності, туризм, охорона праці, пожежна безпека, пожежонебезпека, санітарна гігієна, тероризм, екологічна безпека.

Івашина Л.Л. БЕЗОПАСНОСТЬ ТУРИСТОВ – ГАРАНТИЯ УСПЕХА ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

Статья посвящена вопросам определения сущности безопасности и безопасной среды, условий гарантирования безопасной жизнедеятельности туристов, гостей и работников сферы туризма, индустрии гостеприимства. Акцентируется внимание на необходимости разрабатывать превентивные мероприятия безопасности и обеспечить организационные, методические, технические, информативные средства для создания условий безопасности жизнедеятельности в туризме. Даны рекомендации относительно безопасности.

Ключевые слова: безопасность, безопасность жизнедеятельности, туризм, охрана труда, пожарная безопасность, пожароопасность, санитарная гигиена, терроризм, экологическая безопасность.

Ivashina L.L. SAFETY OF TOURISTS FOR THE SUCCESS OF THE TOURISM BUSINESS

The article is devoted to definition of essence of security and safe environment, conditions guaranteeing the safety of tourists, visitors, and workers in the tourism and hospitality industry. The attention is focused on the need to develop preventive security measures and to provide organizational, methodological, technical, informative tools to create the conditions of safety in tourism. Recommendations are given regarding safety.

Keywords: security, safety, tourism, labour protection, fire safety, fire risk, sanitary hygiene, terrorists, environmental safety.

Постановка проблеми. Аналізуючи стан безпеки в туристичній сфері, зокрема в готельному бізнесі, на курортах світу, можна навести чимало прикладів щодо непоодиноких і навіть масових випадків травмування та загибелі туристів і відвідувачів розважальних місць, курортних територій, інших об'єктів сфери туризму та індустрії гостинності.

У багатьох випадках це стосується як піку навантаження на територію дестинації туристів, так і активних, екстремальних, ексклюзивних видів туризму. Не винятком є факти травмування туристів під час перебування в небезпечних місцях або в період можливих природних катастроф, наслідків від стихій тощо. Не можна виключати з цього переліку наявність фактів порушення правил безпеки щодо поводження з вогнем, піротехнічними засобами, вибухонебезпечними речовинами, а також технічними пошкодженнями або неякісним станом туристичної інфраструктури, зокрема зі плавзасобами, повітряними кулями та інш.

Для певних країн світу фактором небезпеки може бути неправильне поводження з тваринами, недостатнє врахування ризиків від непередбачуваної поведінки представників тваринного світу; недостатня обізнаність щодо правил поведінки у природному середовищі, а також відсутність або зневажливе ставлення до превентивних заходів з питань безпеки.

Одним з важливих факторів впливу на стан безпеки в туристичній сфері є людський фактор. Це стосується як представників туристичних підприємств, які приймають і супроводжують туристів протягом їх перебування у дестинації, так і поведінки та підготовленості до подорожі та взаємодії в навколишньому середовищі туристів, рекреантів, відвідувачів туристичних локацій.

Значно впливають на створення привабливих та одночасно сприятливих і безпечних умов перебування туристів і рекреантів у цілому в місцях тривалого відпочинку та тимчасового перебування у різних країнах світу як технічні засоби інфраструк-