

Сазонець І.Л., Гладченко А.Ю., Гессен А.Є.

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ГЛОБАЛЬНОЇ РІВНОВАГИ

Монографія

*Видавництво
"Волинські обереги"*



2016

УДК 338.1(477)
ББК 65.9(4Укр)-56
С 148

Рекомендовано до друку Вченою Радою Академії муніципального управління(протокол № 13 від 22 червня 2016 р.)

Рецензенти:

д-р держ. упр., с.н.с. Драган І.О. – проректор з наукової роботи Академії муніципального управління (м. Київ);

д-р держ. упр., проф. Сиченко В.В. – завідувач кафедри менеджменту Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету;

д-р екон. наук, проф. Безтелесна Л.І. – завідувач кафедри трудових ресурсів та підприємництва Національного університету водного господарства та природокористування (м. Рівне).

Сазонець І. Л.

С 148 Соціально-економічні детермінанти глобальної рівноваги : монографія / І. Л. Сазонець, А. Ю. Гладченко, А. Є. Гессен. – Рівне: Волин. береги, 2016. – 352 с.

ISBN 978-966-416-472-3

У монографії висвітлено тісний взаємовплив процесів глобалізації, сталого розвитку, соціального інвестування та корпоративної соціальної відповідальності, державну політику та стратегічний розвиток системи управління економічною рівновагою. Досліджено науково-методичні засади формування та розвитку системи корпоративної соціальної відповідальності, проаналізовано інструменти її реалізації. Подано пропозиції щодо напрямів залучення соціальних інвестицій в корпоративний сектор економіки України.

Для науковців, аспірантів, студентів, а також фахівців з питань глобалізації та соціалізації економіки.

УДК 338.1(477)
ББК 65.9(4Укр)-56

© Сазонець І. Л., 2016
© Гладченко А. Ю., 2016
© Гессен А. Є., 2016
© "Волинські береги", 2016

ISBN 978-966-416-472-3

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. СУЧАСНИЙ СТАН ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ І СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ РІВНОВАГИ.....	9
1.1. Результативність діяльності ТНК у вирішенні проблем економічної рівноваги на територіях присутності.....	9
1.2. Систематизація методологічних аспектів концепції сталого розвитку в діяльності регіональних інтеграційних угруповань з метою забезпечення економічної рівноваги	32
1.3. Результативність діяльності міжнародних організацій в забезпеченні глобальної рівноваги.....	52
РОЗДІЛ 2. НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ.....	71
2.1. Сутність та форми запровадження корпоративної соціальної відповідальності	71
2.2. Формування сучасної концепції корпоративної соціальної відповідальності	78
2.3. Формування корпоративної соціальної відповідальності на прикладі надання будівельних послуг	94
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОРПОРАЦІЙ.....	113
3.1. Аналіз механізмів реалізації соціальних програм і їх фінансування в будівництві	113
3.2. Перспективи і практика реалізації соціальної відповідальності в іноземних корпоративних моделях.....	140
3.3. Розробка методики проведення дослідження перспектив розвитку соціальної відповідальності корпорацій будівельної галузі.....	159

РОЗДІЛ 4. РОЗРОБКА НАПРЯМІВ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ.....	176
4.1. Особливість середовища і тенденції реалізації будівельними компаніями корпоративної соціальної відповідальності	176
4.2. Розробка рекомендацій вдосконалення механізму реалізації соціальної відповідальності будівельних корпорацій.....	200
4.3. Реалізація принципів соціальної відповідальності в корпоративному секторі України засобами моделювання	214
РОЗДІЛ 5. ВДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМ ІНВЕСТИВАННЯМ НА ПІДПРИЄМСТВІ	256
5.1. Систематизація факторів впливу на активізацію соціального інвестування на підприємстві.....	256
5.2. Розробка методичних підходів до вдосконалення процесу управління соціальним інвестуванням на підприємстві.....	271
5.3. Розробка методичних підходів до оцінки ефективності соціального інвестування на підприємстві	285
ВИСНОВКИ.....	309
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	320
ДОДАТОК	336

ВСТУП

Нагальною потребою для економічної думки України на сьогодні стало виявлення закономірностей у трансформаційних процесах державного управління економічною рівновагою в умовах глобалізації з огляду на формування нових світових трендів у забезпеченні збалансованого розвитку. Перш за все актуальність пояснюється появою в деяких країнах світової економіки таких трендів державного регулювання економічної рівноваги, як: залучення ТНК у вирішення проблем економічної рівноваги на територіях присутності; формування інструментів діяльності регіональних інтеграційних угруповань у забезпеченні глобальної рівноваги; реалізація державних програм на основі діяльності міжнародних організацій в забезпеченні економічної рівноваги. Згадані вище тренди нові для української системи державного управління та мають значний інтерес і практичну цінність в умовах новітніх екзогенних викликів та економічної нестабільності, яка спостерігається в економіці України протягом останніх років. Серед соціально-економічних складових найбільш актуальними на теперішній час є: концепція сталого (збалансованого) розвитку, розробка та запровадження принципів соціального інвестування та розбудова системи корпоративної соціальної відповідальності, а також приєднання до цього процесу нових корпорацій на глобальному рівні.

На національному рівні в економічній системі склалися необхідні умови для створення якісних форм і механізмів соціального інвестування: ця сфера стає повноцінною частиною корпоративних стратегій, удосконалюються і розвиваються не тільки інституційні основи, а й робочі процеси практичної реалізації. Однак основні проблеми подальшого ефективного розвитку соціального інвестування в Україні виникають через недостатньо оформлений публічний попит на соціальну активність приватного сектора: суспільні потреби не сформульовані, публічні уявлення про справедливість спотворені, коло учасників зводиться переважно до держави і власників, слабкі механізми публічного інформування та суспільного визнання соціальної роботи підприємств. У результаті держава була змушена створювати заміну публічного попиту на соціальну актив-

ність, підмінюючи його державним тиском і примусом бізнесу. Така практика дозволила свого часу зрушити розвиток соціального інвестування з мертвої точки, однак до теперішнього часу вичерпала свій ресурс і стає гальмом для гармонізації суспільного розвитку.

Ресурси будь-якого підприємства обмежені. Тому лідери бізнесу все частіше прагнуть домогтися максимальної віддачі від соціально-значимої діяльності, спрямованої на персонал, клієнтів і місцеві спільноти. Соціальні інвестиції приносять відчутні переваги і вигоди для основної діяльності підприємства. До них багато в чому застосовуються ті ж вимоги, що і до інвестицій в основну діяльність підприємства: відповідність стратегії розвитку бізнесу; наявність конкретних індикаторів соціального ефекту і впливу на основну діяльність підприємства, організаційних стандартів прийняття рішень. У країні поки не оформлений публічний попит на соціальну активність бізнесу. Суспільні потреби на цю діяльність не сформовані. Коло учасників соціального інвестування зводиться здебільшого до великих підприємств і корпорацій, не розвинені програми соціального інвестування, що об'єднують ресурси та інтереси бізнесу, муніципальних, державних органів управління, громадських організацій і населення. На сьогодні недостатньо розвинені механізми інформування населення про соціальні інвестиції бізнесу, його вкладення у вирішення конкретних соціальних проблем громадян. Це заважає суспільному визнанню даної діяльності, формуванню позитивного іміджу влади і комерційних структур, що сумлінно виконують свої соціальні зобов'язання перед суспільством. В підсумку це позбавляє населення можливостей гідного соціального обслуговування за рахунок ресурсів, наявних в приватному секторі економіки і корпоративних зусиль всіх учасників даного процесу. Соціальні інвестиції у цьому розумінні приносять реальні переваги і вигоди для основної діяльності підприємства.

Проблемам залучення соціальних інвестицій присвячені вітчизняні та зарубіжні публікації таких науковців, як: О. І. Амоша, В. А. Євтушевський, О. М. Костюк, Д. Г. Лук'яненко, Г. В. Назарова, А. С. Поважний, В. С. Пономаренко, І. Л. Сазонець, М. Г. Чумаченко, О. М. Ястремська та ін. Загальні питання економічного функціонування соціальної держави розглянуті в роботах вчених: О. А. Гріш-

нова, В. В. Дорофієнко, А. М. Колот, Т. А. Костишина, В. І. Куценко, Е. М. Лібанова, Н. Д. Лук'янченко, Л. А. Лутай, В. В. Онікієнко та ін.

Також в монографії використовувались концепції взаємодії суб'єктів процесу соціального інвестування домогосподарств, бізнесу і держави. Ця проблематика посідає важливе місце в дослідженнях наступних зарубіжних вчених: І. Беляєвої, Ю. Благова, А. Берлі, Г. Боуена, Е. Брігхема, М. Ван Марревік, Н. Джакобі, К. Девіса, Т. Дональдсона, П. Дракера, А. Керолла, М. Ліборакиної, Г. Мінза, Дж. Муна, Д. Меттена, Л. Престона, Г. Фітча, У. Фредеріка, М. Фрідмана, Р. Фрімена, В. Якімця та ін. Великий внесок у становлення концепцій ТНК внесли Р. Коуз, Дж. Стіглер, О. Вільямсон, К. Ерроу. До числа зарубіжних вчених, які найбільш ґрунтовно досліджували проблеми, що спонукають велику компанію здійснювати прямі інвестиції у створення зарубіжних філій і формувати структури ТНК, відносяться П. Баклі, Дж. Даннінг, Р. Кейвз, Ч. Кіндльбергер, М. Кессон, Ф. Ніккербоккер, М. Портер, А. Ругман, Д. Тис, С. Хаймером, Н. Худ, С. Янг та інші.

Економічні умови функціонування підприємств суттєво впливають на умови праці і життя людей. Йдеться про участь капіталу в розвитку соціальної інфраструктури за місцем дислокації підприємства, а також про соціальну відповідальність бізнесу в місцевому, регіональному і національному масштабах.

Соціальна активність бізнесу, як правило, розглядається в рамках доктрини "соціальної відповідальності бізнесу". У відношенні ж великого бізнесу використовують й інший термін – "корпоративна соціальна відповідальність". А оскільки в Україні соціальна активність характерна саме для великого корпоративного підприємництва, а великі компанії є індикаторами розвитку економіки, то дослідження цих процесів набуває особливого значення.

Дослідження вітчизняних науковців у цій сфері спираються на світові напрацювання аналізу соціального розвитку, корпоративного управління та соціальної ролі бізнесу в суспільстві. Серед зарубіжних науковців, які досліджували ці процеси, необхідно виділити таких, як У. Шарп, А. Александер, У. Гордон, Дж. Фабоцці, Е. Бріггем, Дж. Стігліц, А. Суботін, А. Кульман, Б. Шнейдер, М. Хартман, Ф. Котлер, М. Лі, Дж. Вебер, М. Портер.

Існуючий у даний час механізм функціонування соціальних відносин не повною мірою відповідає вимогам часу, рівню розвитку продуктивних сил, класичним закордонним зразкам. У зв'язку з цим вітчизняні вчені приділяють особливу увагу даним питанням. Склалися наукові школи, що досліджують ці проблеми в Києві, Донецьку, Харкові, Тернополі. Проблеми формування корпоративної соціальної відповідальності як елемента системи функціонування корпорацій, досліджували такі авторитетні учені-економісти, як: О. І. Амоша, Я. Г. Берсуцький, І. А. Бланк, І. П. Булеєв, Н. І. Верхоглядова, В. А. Євтушевський, І. Л. Сазонець, В. В. Македон, Г. О. Назарова, М. В. Мельникова, М. І. Небава, А. С. Поважний, М. Г. Чумаченко, С. О. Якубовський, О. М. Ястремська. Завдяки їх дослідженням створена теоретична база соціальних складових корпоративного управління в Україні, розроблені практичні рекомендації, які зробили конкретний внесок у відпрацювання процедур корпоративної соціальної відповідальності на рівні економіки України й окремих регіонів та великих корпорацій. Значний внесок в розробку теорії корпоративного управління з урахуванням зростання соціальних факторів діяльності корпорацій як для своїх працівників, так і для суспільства в цілому зробили наступні вчені: В. В. Болюбаз, В. М. Гриньова, Е. М. Лібанова, Ф. Ю. Поклонський, П. І. Сокурєнко, О. Б. Чернега. Однак багатогранність та надзвичайна актуальність теми зумовлює необхідність її подальшого дослідження і потребує детального аналізу питання соціальної спрямованості сумісних напрямів діяльності підприємств, влади, профспілок, роботодавців України.

РОЗДІЛ 1. СУЧАСНИЙ СТАН ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ І СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ РІВНОВАГИ

1.1. Результативність діяльності ТНК у вирішенні проблем економічної рівноваги на територіях присутності

Забезпечення глобальної рівноваги – основне завдання, що входить в цільову функцію кожного уряду. Проте транснаціоналізація світогосподарського простору дедалі більше унеможливує макроекономічне регулювання підприємницького сектору через фіскальні важелі. Транснаціональні корпорації з одного боку є іноземними інвесторами та оподатковуються на пільгових умовах, з іншого боку, маючи у своєму арсеналі значну кількість інструментів ухилення від державної фіскальної політики, таких як трансферні ціни, мають можливість досить автономно позиціонувати себе на територіях присутності. Це робить країни світової економіки дуже чутливими до інтересів транснаціональних корпорацій. Транснаціональні корпорації, як і будь-які інші комерційні структури, насамперед націлені на збільшення власного прибутку, і на шляху до цієї мети вони часто не беруть до уваги інтереси урядів держав, на території яких вони функціонують. Інтереси будь якого уряду лежать в області забезпечення економічного росту, підтримання і підвищення рівня життя населення, збереження і зміцнення позицій країни на світовій арені, тобто досягнення економічної рівноваги. Відсутність адекватних і гнучких механізмів, що забезпечують ефективну взаємодію держави і транснаціональних корпорацій, може негативно позначитися на можливостях уряду країни досягати поставлених цілей. Враховуючи те, що присутність ТНК в Україні, як і в будь-якій іншій відкритій економіці, неминуча, існує нагальна потреба систематизувати досвід щодо результативності діяльності ТНК у вирішенні проблем економічної рівноваги на територіях присутності.

Для виконання поставленого завдання на нашу думку перш за все слід виділити такі країни, що мають значний рівень присутності

іноземних корпорацій на своїй території і разом з цим демонструють висхідні темпи економічного розвитку та стабільності економіки. Таке непросте завдання потребує насамперед конкретизації. Тому для визначення результативних практик координації співпраці національних урядів та транснаціональних корпорацій систематизуємо новітні тенденції експансії транснаціональних корпорацій.

Так, першим аспектом, що характеризує сучасний стан діяльності транснаціональних корпорацій в приймаючих країнах, є приплив прямих іноземних інвестицій, що в 2014 р. скоротився в світі на 8% до 1,26 трлн дол. США. Про це свідчить "Доповідь по глобальним інвестиційним трендам", опублікована 29 січня 2015 р. Конференцією ООН з торгівлі і розвитку (ЮНКТАД). Загальне зниження інвестицій пояснюється вразливим станом світової економіки, політичною невизначеністю і геополітичними ризиками у багатьох куточках планети. Згідно з Доповіддю, в 2014 р. інвестиційні вкладення у держави з перехідною економікою, до яких відносяться країни південного сходу Європи і СНД, знизилися на 51% порівняно з 2013 р. і склали 45 млрд дол. США. Відтік інвестицій з України досяг 200 млн дол. США, в той час як обсяги інвестицій, що надійшли в Казахстан і Азербайджан, навпаки, збільшилися. У Доповіді відзначається істотне зниження обсягів прямих іноземних інвестицій в Росію: вони впали на 70% – до 19 млрд доларів США. Іноземних інвесторів, особливо західних, стримували геополітичні конфлікти, антиросійські санкції і негативні прогнози економічного зростання. Автори зазначають, що "основні нафтові і газові компанії, що базуються в розвинених країнах, скасували інвестування в Росію або утрималися від нього". Експерти вважають, що різкий контраст викликаний і тим фактом, що за підсумками 2013 р. Росія стала третьою державою світу за обсягом залучених прямих інвестицій. Зокрема, в той рік в країну було вкладено 79 млрд доларів США. Велика частина цих коштів припадає на одну операцію: придбання майже 20% акцій компанії "Роснефть" британською компанією BP. Загалом динаміка притоку прямих іноземних інвестицій за макрорегіонами світового господарства в 1990-2014 рр. представлена на рис. 1.1.

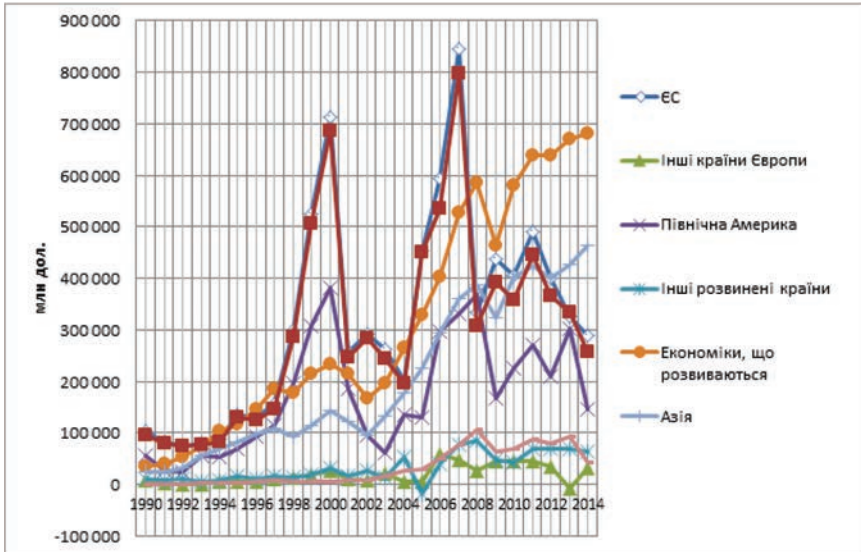


Рис. 1.1. Динаміка притоку прямих іноземних інвестицій за макрорегіонами світового господарства в 1990-2014 рр. [204]

Як видно з рисунку, по регіонах також спостерігаються цікаві тенденції. Кращими стали показники азіатського регіону, де потік інвестицій збільшився на 15% до 492 млрд доларів США. Найгірші показники у світі спостерігається в Північній Америці – скорочення інвестицій на 54%. У той же час африканський показник залишився на рівні 2013 р., а обсяги залучених інвестицій в Латинську Америку скоротилися. Слід відзначити, що обсяг інвестицій, що надходять в промислово розвинені країни, зменшився на 14%. Це в основному пов'язується зі зниженням інтересу інвесторів до вкладень у США. При цьому інвестиції в ЄС за підсумками 2014 р. зросли на 13% і досягли 267 млрд доларів США. Вперше за всю історію сукупний приплив інвестицій виявився вище у країн, що розвиваються, ніж у розвинених, склавши 700 млрд дол. США (збільшення на 4% порівняно з 2013 роком). До кінця 2014 р. саме в цю групу країн було направлено 56% всіх світових інвестицій. Сьогодні з п'яти економічних суб'єктів з найбільшим припливом прямих іноземних інвестицій чотири мають статус країн, що розвиваються. Однак експерти попереджають про те, що в 2015 р. потік іноземних інвестицій у

країни, що розвиваються, може значно знизитися, головним чином там, де спостерігається залежність від біржових товарів та де зростання ВВП було сильно загальмоване, як це сталося в Бразилії. Лідером минулого року по залученню інвестицій став Китай, в який було вкладено 128 млрд доларів США. За ним йде Гонконг із залученим капіталом в 111 млрд доларів США. США знаходяться на третьому місці: обсяг надходжень досяг 86 млрд доларів США. Зазначимо, що Китай фактично витіснив США з позиції лідера, яку останні утримували з 2003 року. До п'ятірки лідерів також увійшли Сінгапур і Бразилія [205].

Наступним аспектом, що на нашу думку досить детально висвітлює ситуацію щодо транснаціоналізації в розрізі саме національної приналежності і виявляє приховані товарні і фінансові потоки транснаціональних корпорацій, є об'єм загального обсягу міжнародної торгівлі у поточних цінах. Так, офіційні джерела свідчать, що розвинені країни перманентно демонструють найбільші обсяги міжнародної торгівлі, таким чином можна стверджувати, що об'єми міжнародної торгівлі в країнах, що розвиваються та в країнах з перехідною економікою досить сильно залежать від розвинених країн і в якомусь сенсі міжнародна торгівля країн, що розвиваються та країн з перехідною економікою є похідною від розвинених країн. Справа в тому, що тільки поживлення з боку розвинених країн дозволяє підвищувати обсяги міжнародної торгівлі з боку вище зазначених категорій країн. Така точка зору підкріплюється звітами ЮНКТАД, де увага акцентується на тому, що в умовах млявого поживлення багатим країнам необхідно збільшити державні витрати, підняти заробітну плату і стимулювати попит, щоб підштовхнути свою економіку і вивести її на траєкторію стабільного зростання. В 2015 році не відбулося збереження темпів зростання світової економіки на рівні попереднього року, слід відзначити, що зростання відбувалось під впливом вимушеного підвищення в розвинених країнах, а в інших категоріях країн спостерігалось зниження. Це багато в чому пов'язано з геоекономічними подіями, що трапились в 2015 році. Загалом динаміку загального обсягу міжнародної торгівлі у поточних цінах за методологією ЮНКТАД в 1948-2014 рр. представлено на рис. 1.2.

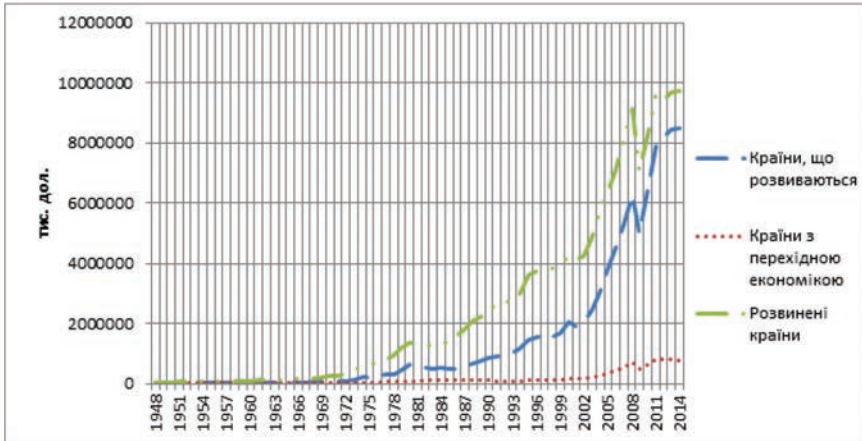


Рис. 1.2. Динаміка загального обсягу міжнародної торгівлі у поточних цінах за методологією ЮНКТАД в 1948-2014 рр. (тис. дол.) [204]

Слід підкреслити, що на сьогодні транснаціональні корпорації мають досить чітко виражену географічну структуру, а тому визначення впливу транснаціональних корпорацій на досягнення економічної рівноваги на територіях присутності в формі внеску країни у світову торгівлю, на відміну від загально прийнятих методик, дає змогу визначити кількісний вимір транснаціоналізації. Слід відзначити, що наступним достатньо релевантним на нашу думку аспектом впливу транснаціональних корпорацій на досягнення економічної рівноваги на територіях присутності є індекс концентрації товарного експорту. Зосередження експорту на вузькому колі товарів і послуг або країн-імпортерів робить країну досить вразливою до зовнішнього міжнародного бізнес-середовища. Чим вищий ступінь концентрації експорту, тим сильніша залежність стану торговельного балансу країни від коливань в тих секторах світової економіки, в яких зосереджений її експорт. Диверсифікація структури експорту за категоріями товарів, послуг і ринків збуту істотно знижує ступінь ризику. Найбільш висока концентрація експорту властива деяким країнам – експортерам нафти і низці невеликих країн – експортерів основних видів сировинних товарів. У промислово розвинених країнах рівень кон-

центрації експорту зазвичай невисокий. Загалом динаміку індексу концентрації товарного експорту по макрорегіонах за методологією ЮНКТАД за 1995-2014 рр. представлено на рис. 1.3.

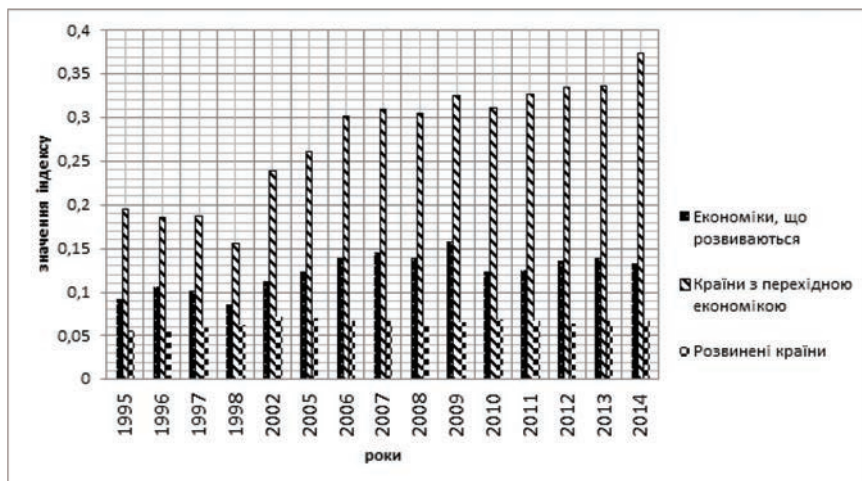


Рис. 1.3. Динаміка індексу концентрації товарного експорту по макрорегіонах за методологією ЮНКТАД за 1995-2014 рр. [204]

Як видно з рисунку, країни з перехідною економікою мають найбільший показник концентрації експорту. Це свідчить про значну товарну спеціалізацію транснаціональних корпорацій, що присутні на цих територіях, а також про розміщення на цих територіях певних стадій виробництва, порівняно з розвиненими країнами. Треба відзначити, що якщо за аналізований період рівень концентрації залишився досить високим для країн з перехідною економікою, та останні 5 років він підвищувався. Таким чином слід констатувати, що зростання економіки у вище зазначених країнах було ні чим іншим, як підвищенням виробничих процесів транснаціональних корпорацій на територіях присутності. Як наслідок у ситуації високого рівня товарної концентрації експорту фактором, який потенційно може знизити чутливість експорту до коливань світової кон'юнктури, є спеціалізація на високотехнологічних товарах, попит на які має нижчий рівень еластичності порівняно з іншими товарами. На жаль, частка високотехнологічного експорту в

загальній структурі експорту в перехідних та економіках, що розвиваються, є досить низькою. В 2014 р. за оцінками Міжнародного центру торгівлі ця частка становила 3%, тоді як для країн, що традиційно спеціалізуються на високотехнологічному експорті, цей показник є набагато вищим. Наприклад, частка високотехнологічного експорту Німеччини становить 9,9%, Сінгапуру 13,6%, Швейцарії 22,4% [217].

Наступним аспектом, що на нашу думку досить детально висвітлює вплив транснаціоналізації на досягнення економічної рівноваги, є ускладнення товарної номенклатури, яка проявляється у збільшенні торгівлі готовими промисловими виробами і особливо наукомісткими товарами, поставок напівфабрикатів і комплектуючих виробів, при зниженні частки сільськогосподарської продукції. Внаслідок дії цієї тенденції вже до кінця ХХ століття суттєво змінився товарний склад міжнародної торгівлі і співвідношення між її основними товарними групами. Так, наприклад, за період з 1980 по 2011 р. питома вага сировини, палива і продовольства у міжнародній торгівлі скоротилася з 44 до 33%, а частка готових продуктів і напівфабрикатів зросла з 56 до 67%, причому питома вага продукції машинобудівних галузей у світовому експорті збільшилася з 26,8 до 33,5% [211]. Загалом динаміка міжнародної торгівлі за рейтингом експортованої продукції в 1995-2014 рр. представлена на рис. 1.4.

Як свідчить динаміка міжнародної торгівлі за рейтингом експортованої продукції в 1995-2014 рр., транснаціоналізація змінює колишню схему виробництва товарів і їх реалізації за кордоном, при якій виробництво товарів зосереджувалася переважно в межах однієї країни, а потім частина продукції реалізовувалася в інших країнах, де, отже, конкурували між собою, перш за все, "мононаціональні" товари, вироблені в окремій країні й імпортовані з неї ж. Нині подібна практика (принаймні щодо технологічно складної продукції) відходить у минуле, поступаючись місцем конкуренції великих інтегрованих міжнародних систем виробництва та збуту, заснованих на прямих закордонних інвестиціях та інноваціях. ТНК нерідко об'єднують свої зусилля з різних напрямків діяльності (як правило, найбільш ризикованих, науко- і капітало-

містких). У 2014 році на закордонні інвестиції ТНК припадало близько 11% глобального ВВП [197].

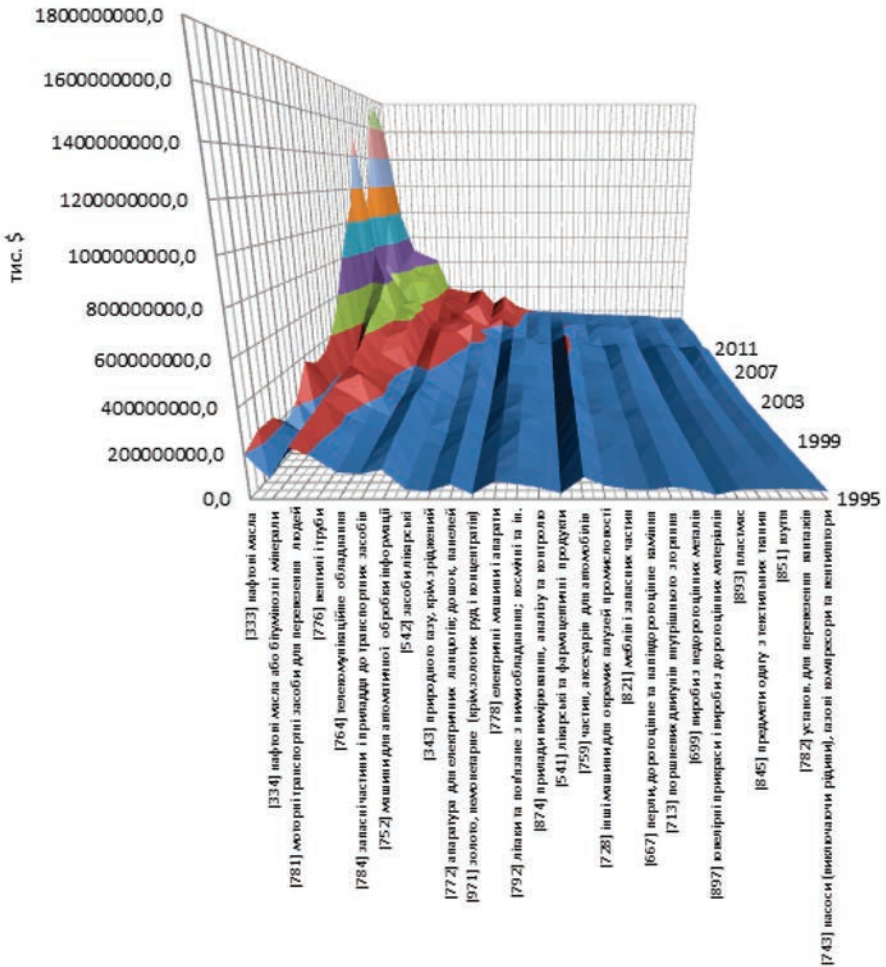


Рис.1.4. Динаміка міжнародної торгівлі за рейтингом експортованої продукції в 1995-2014 рр. (тис. дол.) [197]

Сучасна міжнародна торгівля, з одного боку, все більше виступає як складова частина інтегрованої системи виробництва, збуту,

постачання і НДДКР ТНК, в якій переплітаються інвестиційні і товарні потоки, що складаються в різноманітні зв'язки у виробничій і споживчій сферах. З іншого боку, вона виявляється одночасно і наслідком, і стимулом цих зв'язків, а її товаропотоки (галузеві і географічні) – результатом самої організації сучасного глобалізованого виробництва усередині і за допомогою ТНК. При цьому спостерігається одночасна дія двох прямо протилежних, але взаємопов'язаних процесів. З одного боку, зростання закордонного виробництва ТНК частково заміщує експорт у відповідні закордонні країни, але разом з тим діяльність зарубіжних підрозділів ТНК стимулює її зовнішньоторговельні потоки як по лінії внутрішньо-корпоративних зв'язків, так і за іншими напрямками. В результаті дії цих процесів "просунута" (з погляду товарної номенклатури) частина міжнародної торгівлі проходить по різних каналах ТНК: як усередині однієї і тієї ж корпорації (насамперед між її закордонними підрозділами), так і між різними ТНК, або між ТНК та іншими ("не транснаціональними") підприємствами різних країн. При цьому діяльність ТНК стала основою виникнення ще двох характерних тенденцій розвитку міжнародної торгівлі: зростання обсягів внутрішньо фірмової торгівлі, тобто торгівлі між різними підрозділами однієї і тієї ж ТНК, розташованими в різних країнах; зростання тісного зв'язку між торговельною діяльністю і прямими іноземними інвестиціями ТНК. Дія цих тенденцій надає розвитку міжнародної та зовнішньої торгівлі відносно більшу стійкість і передбачуваність. Цьому в чималому ступені сприяє і та обставина, що в основі торговельної діяльності ТНК все частіше лежать не разові комерційні операції, а довгострокові економічні зв'язки комплексного характеру на базі відповідних альянсів, угод про співпрацю тощо. Вище зазначене підтверджується динамікою товарообороту в деяких країнах на основі трансфертного ціноутворення за 1992-2014 рр., що представлена на рис. 1.5.

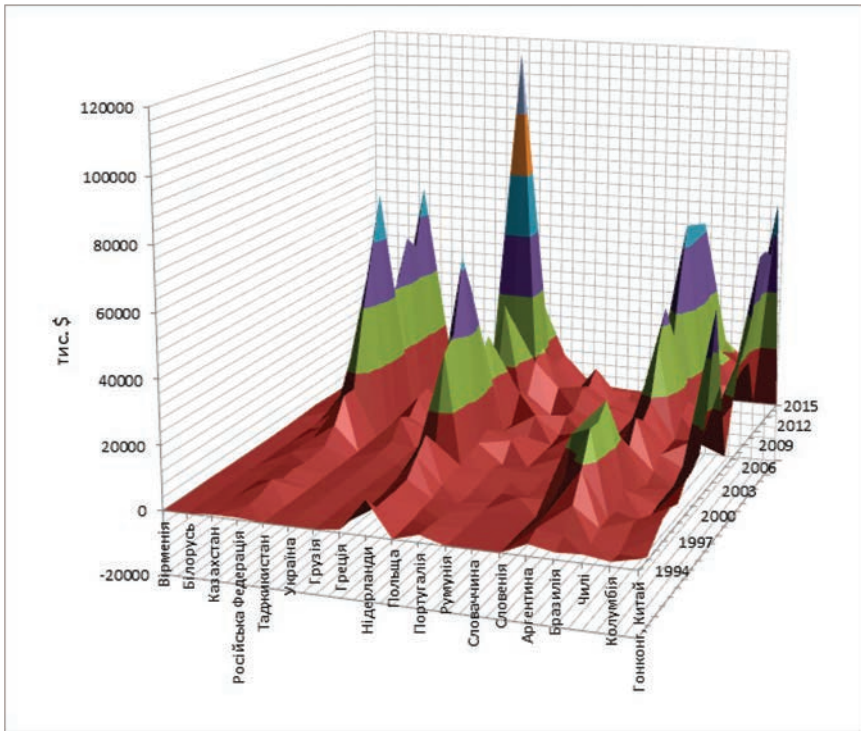


Рис. 1.5. Динаміка товарообороту в деяких країнах на основі трансфертного ціноутворення за 1992-2014 рр. [199]

Наступним аспектом, що на нашу думку досить детально висвітлює вплив транснаціоналізації на досягнення економічної рівноваги, є процес міжнародних злиттів і поглинань. Ринок міжнародних злиттів і поглинань (M&A), який вважається одним з індикаторів стану світової економіки, в 2014 р. досяг максимального рівня з 2011 р., склавши 384 млрд доларів США. Найбільш активно злиття і поглинання відбувалися у фінансовій сфері, фармацевтиці, металургії, комунікаціях і медіа індустрії. В минулому році лідером стала фінансова галузь – на неї припало до 35% всіх міжнародних угод. За прогнозами ЮНКТАД, перспективи зростання обсягів прямих іноземних інвестицій в 2016 р. "неясні". Серед факторів, які можуть негативно позначитися: невпевненість спожи-

вачів, волатильність валютних ринків і геополітична нестабільність. Крім того, зниження цін на сировинні товари швидше за все призведе до відсутності інтересу інвесторів на вкладення в ці активи. У той же час позитивний ефект для поживлення інвестиційного процесу можуть мати зміцнення економічного зростання в США, позитивний вплив зниження нафтових цін на попит і активна грошово-кредитна політика в Єврозоні. Сприятливо оцінені перспективи розвитку ринку злиттів та поглинань [202].

Разом з тим, як і раніше, значна частина світового товарообігу – близько третини світових експортно-імпортних операцій – припадає на провідні промислово розвинені країни (США, Німеччину і Японію). У число найбільших торговельних країн світу входять Франція, Великобританія, Італія, Канада, Нідерланди, Бельгія. Таке становище посилюється за рахунок транскордонних злиттів і поглинань транснаціональними корпораціями з найбільших торгових держав світу у державах з перехідними економіками. Слід також підкреслити, що не дивлячись на поживлення міжнародної торгівлі в країнах, що розвиваються, основним ядром міжнародної торгівлі залишаються саме країни першого світу. Загалом транскордонні злиття і поглинання на суму більше 1 мільярда доларів, завершені в 2014 році, представлено в табл. 1.1.

Як видно з таблиці, сума транскордонних злиттів і поглинань на суму більше 1 мільярда доларів в 2014 році має чітко виражену картину монополізму країн першого світу у транснаціоналізації світового господарства. Так, якщо порівнювати капіталізацію вище зазначених корпорацій зі злиттями та поглинаннями в країнах, що розвиваються, то показники будуть нижчими на декілька порядків. Однак, як свідчить статистика ЮНКТАД, транснаціональні корпорації не змінили звичку формувати головні стратегічні та управлінські центри саме за географічною ознакою походження корпорації. Тому показник транскордонних злиттів і поглинань на суму більше 1 мільярда доларів на території аналізованої країни є досить вагомим аспектом досягнення економічної рівноваги.

Таблиця 1.1.

Транскордонні злиття і поглинання на суму більше 1 мільярда доларів, завершені в 2014 році [204]

<i>Млрд. \$</i>	<i>Придбані компанії</i>	<i>Приймаюча країна</i>	<i>Промисловість компанії, що купується</i>	<i>Компанії, що придбали</i>	<i>Остаточний господар економіки</i>
18,8	Verizon Wireless Inc	США	Радіотелефонного зв'язку	3G Capital Partners Ltd	Великобританія
10,7	CITIC Ltd	Китай	Інвестиції	Telefonica SA	Китай
9,7	Societe Francaise du Radiotelephone SA	Франція	Телефонного зв'язку	Vodafone Group PLC	Франція
9,1	Alliance Boots GmbH	Швейцарія	Фармацевтичні препарати	SAP SE	Швейцарія
9,0	Merck & Co Inc	США	Фармацевтичні препарати	Porsche Automobil Holding SE	США
8,5	Beam Inc	США	Вин, бренді і коньячних спиртів	Roche Holding AG	США
7,6	Tim Hortons Inc	Канада	Місця громадського харчування	China Minmetals Corp	Канада
7,6	E-Plus Mobilfunk GmbH & Co KG	Німеччина	Радіотелефонного зв'язку	Encana Corp	Нідерланди
7,3	Grupo Corporativo ONO SA	Іспанія	Телефонного зв'язку	Liberty Global PLC	Іспанія
7,1	Concur Technologies Inc	США	Програмного забезпечення	Anheuser-Busch Inbev	США
6,1	Scania AB	Швеція	Механічних транспортних засобів	Singapore	Німеччина
6,0	InterMune Inc	США	Біологічні препарати	United Arab Emirates	США
5,5	Xstrata Peru SA	Перу	Мідних руд	Mallinckrodt PLC	Швейцарія
5,2	Athlon Energy Inc	США	Сирої нафти та природного газу	AerCap Holdings NV	США
4,9	Ziggo NV	Нідерланди	Платні телевізійні послуги	Blackstone Group LP	Нідерланди

4,8	Oriental Brewery Co Ltd	Корея	Солодові напої	Argentina	США
4,7	AS Watson Holdings Ltd	Гонконг, Китай	Магазини роздрібної торгівлі	Brookfield Asset Mgmt Inc	Гонконг, Китай
4,5	Itissalat Al Maghrib SA	Марокко	Телефонного зв'язку	Schneider Electric SA	Франція
4,5	Questcor Pharmaceuticals Inc	США	Фармацевтичні препарати	Microsoft Corp	США
4,4	International Lease Finance Corp	США	Обладнання, оренда і лізинг	Amaya Gaming Group Inc	США
4,7	Gates Corp	США	Гума і пластик шланга і стрічок	British Sky Bdcstg Grp PLC	Канада
4,5	YPF SA	Аргентина	Нафтопереробка	Oversea-Chinese Bkg Corp Ltd	Іспанія
4,5	Brookfield Office Properties Inc	Канада	Оператори нежитлових будівель	McKesson Corp	Канада
4,4	Invensys PLC	Великобританія	Інструменти управління процесами	Rosneftegaz	Великобританія
4,1	Nokia Oyj	Фінляндія	Радіо і ТБ-мовлення	Enterprise Products Partners	Великобританія
4,1	Oldford Group Ltd	Острів Мен	Парки розваг та відпочинку свпв	TUI AG	Китай
4,0	Sky Deutschland AG	Німеччина	Платні телевізійні послуги	Royal Dutch Shell PLC	Франція
4,0	Wing Hang Bank Ltd	Гонконг, Китай	Банки	Fortis Inc	Швейцарія
3,8	Verizon Wireless Inc	США	Радіотелефонного зв'язку	AstraZeneca PLC	США

Наступним аспектом, що досить детально висвітлює вплив транснаціоналізації на досягнення економічної рівноваги, є величина зарубіжних активів транснаціональних корпорацій на територіях присутності. Так, наприклад на території певної країни можуть бути присутні філії чи підрозділи багатьох транснаціональних корпорацій, проте діяльність більшості з них може здійснюватись на таких формах позиціювання, як франчайзинг або експорт і кількість активів, що обертається на території присутності, може бути мізерною, тому вплив такої корпорації на приймаючі країни буде незначним. І навпаки, якщо активи транснаціональної корпорації та території присутності мають відношення від загального обсягу активів більше 20%, то такий вплив буде значно сприяти досягненню економічної рівноваги. Так, наприклад, значна виробнича присутність транснаціональної корпорації Toyota Motor Corporation в таких країнах, як Росія, Туреччина, Індонезія, Аргентина, дає змогу цим країнам: по перше, стабілізувати в деякій мірі торговий баланс; по-друге знизити соціальні виміри економічного тиску з боку світового господарства. Загалом рейтинг найбільших нефінансових транснаціональних корпорацій за величиною зарубіжних активів в 2014 р. представлено в табл. 1.2.

Як видно з таблиці, на сьогодні багато транснаціональних корпорацій спрямовують свої активи на території присутності, незважаючи на певні ризики приймаючих країн. Проте не завжди такий інвестиційний потік генерується в одній країні. На сьогодні виникла певна колізія, за якої на офіційному політичному рівні країни декларують незалежність національного виробництва та протекціонізм, як наприклад Росія, яка на політичному рівні має достатньо близькі стосунки з Японією, проте економічний розріз відносин свідчить, що Росія бореться за те, щоб Японія розмістила свої виробництва саме на її території. Такий же зв'язок мають Китай, Туреччина, Корея та інші країни з перехідною економікою чи економікою, що розвивається. Тобто можна стверджувати, що в економічному розрізі глобалізації країни постійно ведуть боротьбу за розміщення на своїх територіях активів найбільших транснаціональних корпорацій.

Таблиця 1.2.

Рейтинг найбільших нефінансових транснаціональних корпорацій
за величиною зарубіжних активів в 2014 р. (млн дол.) [199]

Назва корпорації, країна походження, галузь	Іноземні активи	Загальні активи	Відношення іноземних до загальних активів у (%)
General Electric Co, США, електронне устаткування	331 160	656 560	0,504386
Royal Dutch Shell plc, Великобританія, нафта	301 898	357 512	0,844442
Toyota Motor Corporation, Японія, автотранспортні засоби	274 380	403 088	0,680695
Exxon Mobil Corporation, США, нафта	231 033	346 808	0,66617
Total SA, Франція, нафта	226 717	238 870	0,949123
BP plc, Великобританія, нафта	202 899	305 690	0,663741
Vodafone Group Plc, Великобританія, телекомунікації	182 837	202 763	0,901728
Volkswagen Group, Німеччина, автотранспортні засоби	176 656	446 555	0,395597
Chevron Corporation, США, нафта	175 736	253 753	0,692547
Eni SpA, Італія, нафта	141 021	190 125	0,741728
Anheuser-Busch InBev NV, Бельгія, харчова промисловість	134 549	141 666	0,949762
EDF SA, Франція, комунальні послуги	130 161	353 574	0,368129
Nestlé SA, Швейцарія, харчова промисловість	124 730	129 969	0,95969
E.ON AG, Німеччина, комунальні послуги	124 429	179 988	0,691318
GDF Suez, Франція, комунальні послуги	121 402	219 759	0,552432
Deutsche Telekom AG, Німеччина, телекомунікації	120 350	162 671	0,739837
Apple Computer Inc, США, електронне устаткування	119 918	207 000	0,579314
Honda Motor Co Ltd, Японія, автотранспортні засоби	118 476	151 965	0,779627
Mitsubishi Corporation, Японія, оптова торгівля	112 762	148 752	0,758054
Siemens AG, Німеччина, електричне та електронне устаткування	110 462	137 863	0,801245
ArcelorMittal, Люксембург, металургія	109 602	112 308	0,975906
Iberdrola SA, Іспанія, комунальні послуги	108 679	127 235	0,85416

Слід відзначити, що у кожній країні стилі реалізації сталого розвитку формуються під впливом національної економіки та її специфіки. Принципова відмінність моделей визначається тим, що бізнес самостійно визначає міру свого вкладу в розвиток суспільства, офіційні і неофіційні інститути виробляють узгодження суспільних інтересів, які потім трансформуються в обов'язкові вимоги до бізнесу. Систематизація теоретичних опрацювань та аналітичних звітів, що торкаються проблем реалізації практик сталого розвитку в корпоративних структурах дає змогу систематизувати наявні моделі поведінки у країнах світової економіки. У світі існує декілька усталених моделей поведінки корпорацій в ході реалізації принципів сталого розвитку, кожна з яких відображає той суспільно-економічний устрій, який історично склався в тій або іншій країні, тобто устрій суспільства, який сформувався в умовах як зовнішніх, так і внутрішніх чинників [204].

Так, показовим прикладом реалізації практик сталого розвитку серед корпорацій є приклад США. Особливість американської моделі поведінки корпорацій в ході реалізації принципів сталого розвитку полягає в тому, що активність у цьому напрямку ініціюється самими компаніями і передбачає максимальну самостійність корпорацій у визначенні свого суспільного внеску. У США в більшості корпорацій соціальна складова практик сталого розвитку поширюється не тільки на сферу охорони здоров'я та благодійність, вона також торкається сфери мистецтва і культури, а також науки, університетської освіти, чого не можна сказати про європейські країни, де високі податки стали причиною перенесення відповідальності за фінансування цих напрямків на державу [200]. Загалом систематизація параметрів моделей поведінки корпорацій в ході реалізації принципів сталого розвитку представлена на рис. 1.7.



Рис. 1.7. Систематизація параметрів американської та європейської моделей поведінки корпорацій в ході реалізації принципів сталого розвитку [192, 198]

Наступним прикладом виступає європейська модель поведінки корпорацій в ході реалізації принципів сталого розвитку. Європейська модель передбачає встановлення державою більш чи менш жорстких юридичних норм, що зобов'язують компанії неухильно слідувати принципам реалізації сталого розвитку. Відповідні закони існують у Швеції, Голландії, Франції та ін. Однак неурядові організації відіграють менш помітну роль, ніж в американській моделі. Тим не менш, європейська модель, незважаючи на критику, як і раніше має підтримку більшості громадян Євросоюзу. На запитання: чи здатна європейська модель стати компасом подолання труднощів і бар'єром на шляху соціально-економічного розвитку в нових умовах без шкоди для "соціальної сутності" Європи, вони дають однозначно позитивну відповідь. Слід відзначити, що крім описаних вище моделей поведінки промислових корпорацій в ході реалізації принципів сталого розвитку, існують альтернативні (китайська, японська, російська) [192].

Слід підкреслити, що саме американська та європейська моделі на відміну від інших існуючих поширені юридично в міжнародних організаціях в сфері реалізації сталого розвитку. Справа в тому, що корпорації, які працюють на засадах інших моделей сталого розвитку, в ході експансії повинні працювати згідно з правилами приймаючих територій, а якщо брати до уваги інституційну структуру новітньої світогосподарської системи, то правила поведінки в сфері сталого розвитку задає система Організації Об'єднаних Націй. В рамках такої системи корпорації, що співпрацюють із територіями, де склались саме правила реалізації сталого розвитку за шаблонами ООН, мають будувати свій бізнес саме за підходами американської та європейської моделей. Водночас це не означає, що вище зазначені моделі мають високий ступінь задоволеності всіма елементами системи реалізації сталого розвитку [192].

Виокремивши та обґрунтувавши фактори, що на нашу думку сприяють досягненню економічної рівноваги, нами було розроблено матрицю кореляційних залежностей між вище обґрунтованими факторами та існуючими позитивними факторами, що сприяють економічній рівновазі за категоріями країн. В результаті авторського аналізу було виявлено, що деякі країни (переважно це країни

з розвинутою економікою) мають високі кореляційні залежності між обґрунтованими показниками транснаціоналізації національної економіки і показниками економічної рівноваги. Щодо економічно розвинених країн слід зазначити, що вони мають значні кореляційні залежності з причин базування найбільших транснаціональних корпорацій на своїх територіях. Історично склалася ситуація, в якій країни з розвинутою економікою на сьогоднішній день мають переважаюче положення в структурі світової торгівлі. Справді, якщо звернутися до вище перелічених факторів, то можна стверджувати, що, наприклад, експансія транснаціональних корпорацій розвинених країн, яка виражається в переміщенні частини основного капіталу на території присутності, має в кінцевому підсумку значний рух доходу назад в країни базування транснаціональних корпорацій. Таким чином подальший розвиток інновацій і перерозподіл доходів відбувається не там, де були зароблені капітали (на територіях присутності транснаціональних корпорацій), а в країнах з розвинутою економікою, де знаходяться штаб-квартири і кінцеві власники капіталу [197]. Однак в результаті авторського аналізу було виявлено, що деякі національні економіки, що є приймаючими по відношенню до транснаціональних корпорацій, що працюють на їх території, демонструють також значні кореляційні залежності між транснаціоналізацією та факторами економічної рівноваги. Загалом кореляційна матриця залежності функціональних елементів транснаціоналізації та факторів економічної рівноваги в деяких країнах світу за 2008-2014 рр. представлена в таблиці 1.3.

Так, в результаті детального аналізу приймаючих країн, що продемонстрували значний кореляційний зв'язок між ростом транснаціоналізації їхніх економік за рахунок іноземних транснаціональних корпорацій та зменшенням проблем досягнення економічної рівноваги, було виявлено, що в цих країнах загальною практикою, яка їх об'єднувала, була дуже висока активність соціального характеру з боку транснаціональних корпорацій, що виражається у наступних інструментах.

Таблиця 1.3.

Кореляційна матриця залежності функціональних елементів
транснаціоналізації та факторів економічної рівноваги в деяких
країнах світу за 2008-2014 рр. [202]

Показник	Приплив прямих іноземних інвестицій (млн дол.)	Об'єм загального обсягу міжнародної торгівлі у поточних цінах (тис. дол.)	Динаміка товарообороту в деяких країнах на основі трансфертного ціноутворення (млн дол.)	Процент міжнародних злиттів і поглинань на суму більше 1 мільярда доларів (кількість за 3 роки)	Величина зарубіжних активів транснаціональних корпорацій на територіях присутності (% від загальної кількості)
Канада					
ВВП	0,89	0,87	0,81	0,83	0,86
ВНП	0,85	1,00	0,75	0,87	0,81
Загальн. рівень цін	0,55	0,87	0,41	0,97	0,49
Інфляція	-0,81	-0,73	-0,69	-0,72	-0,75
Рівень зарплат	0,86	1,00	0,77	0,85	0,82
Німеччина					
ВВП	0,74	0,34	0,98	0,45	0,45
ВНП	0,67	0,54	0,56	0,32	0,65
Загальн. рівень цін	0,76	0,63	0,21	0,54	0,98
Інфляція	-0,64	-0,23	-0,74	-0,65	-0,86
Рівень зарплат	0,87	0,85	0,63	0,64	0,75
Мексика					
ВВП	0,34	0,97	0,43	0,43	0,32
ВНП	0,76	0,67	0,32	0,98	0,67
Загальн. рівень цін	0,97	0,54	0,93	0,86	0,78
Інфляція	-0,43	-0,45	-0,74	-0,34	-0,23
Рівень зарплат	0,23	0,10	0,64	0,45	0,75
Росія					
ВВП	0,43	0,86	0,45	0,86	0,76
ВНП	0,78	0,54	0,76	0,65	0,86
Загальн. рівень цін	0,98	0,76	0,69	0,34	0,43
Інфляція	-0,89	-0,98	-0,43	-0,94	-0,23
Рівень зарплат	0,54	0,95	0,86	0,43	0,75

Продовження табл. 1.3.

Китай					
ВВП	0,5	0,87	0,67	0,86	0,97
ВНП	0,67	0,65	0,43	0,56	0,94
Загальн. рівень цін	0,43	0,65	0,41	0,93	0,93
Інфляція	-0,87	-0,76	-0,89	-0,96	-0,97
Рівень зарплат	0,54	0,89	0,95	0,43	0,96

По-перше, це підвищення інституційно-інфраструктурного забезпечення на територіях присутності. Так, при збільшенні транснаціонального капіталу на територіях присутності корпорації в якомусь сенсі коригують фінансову, інвестиційну та інші види інфраструктури під свої потреби, тим самим інтегруючи країни до світового торгового простору і вирішуючи проблеми економічної рівноваги, що представлені в таблиці 1.3. Найважливішою характерною рисою інфраструктури діяльності транснаціональних корпорацій на територіях присутності як економічної категорії є її значення для створення загальних умов процесу відтворення. Розвиток інфраструктури транснаціональних корпорацій сприяє зниженню витрат виробництва через зростання продуктивності праці, в першу чергу, на окремих підприємствах, які користуються її послугами, а потім в економіці в цілому. В умовах становлення ринкових відносин виникає необхідність організаційного забезпечення товароруку, взаємного пошуку один одного продавцями і покупцями, налагодження господарських зв'язків між підприємствами, руку ресурсних потоків.

По-друге, це розвиток на територіях присутності таких інструментів, як соціальна корпоративна відповідальність за діяльність, що спрямована на отримання вигоди, але комерційна вигода в процесі соціального інвестування відрізняється від вигоди при традиційному інвестуванні. З'являється варіативність параметрів виміру, тобто вона або важко прораховується, або не буде отримана в найближчому періоді. Загалом форми економічної активності ТНК у вирішенні проблем економічної рівноваги на територіях присутності представлено на рис. 1.8.

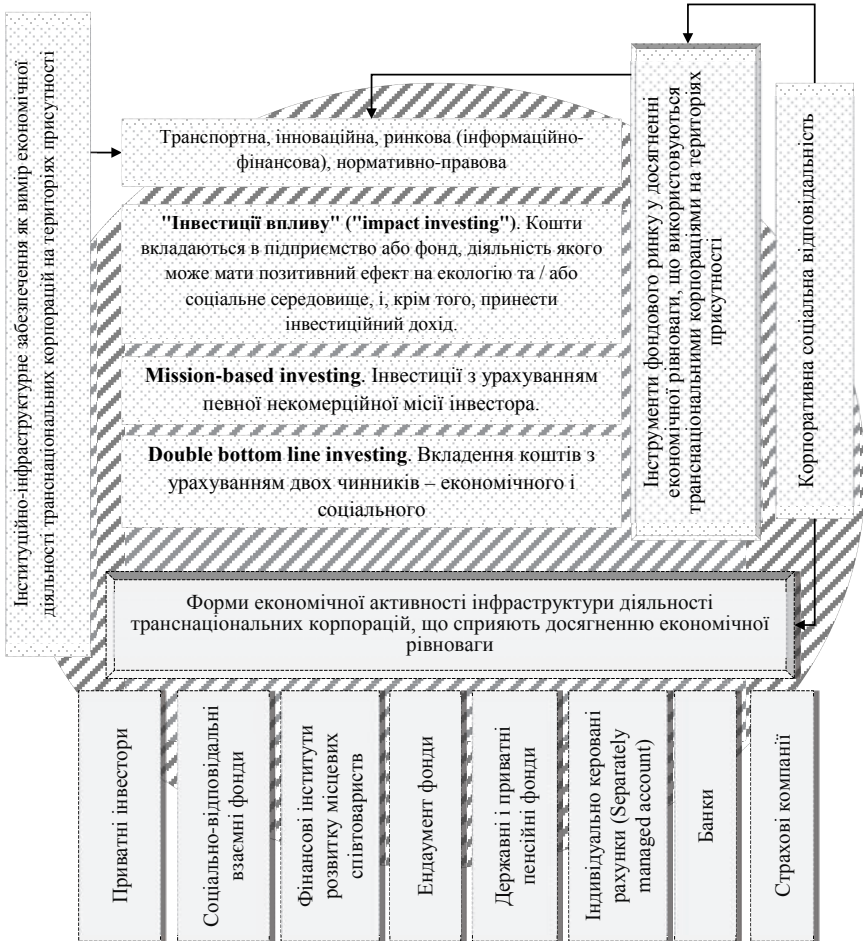


Рис. 1.8. Форми економічної активності ТНК у вирішенні проблем економічної рівноваги на територіях присутності [203]

Отже, в процесі визначення результативності діяльності транснаціональних корпорацій у вирішенні проблем економічної рівноваги на територіях присутності було виявлено, що більшість країн, які є приймаючими по відношенню до транснаціональних корпорацій, при інтенсифікації транснаціоналізації демонструють або часткове погіршення стану економіки, або не демонструють пози-

тивної динаміки, проте в результаті обґрунтування показників транснаціоналізації національної економіки виявлено, що деякі країни досить вдало користуються транснаціоналізацією своєї економіки для досягнення економічної рівноваги. Так, можна констатувати, що результативність діяльності транснаціональних корпорацій у вирішенні проблем економічної рівноваги в певних країнах може бути досить значною. Детальний аналіз національних політик приймаючих країн, що продемонстрували досить високий рівень кореляції між ростом транснаціоналізації та вирішенням проблем економічної рівноваги виявив, що транснаціональні корпорації можуть сприяти вирішенню проблем економічної рівноваги за допомогою наступних інструментів.

По-перше, це покращення показників інфраструктурно-інституційного забезпечення. При експансії корпорацій в економіки, що розвиваються, транснаціональні корпорації значно втручаються в існуючі системи інфраструктурно-інституційного забезпечення та підвищуючи його рівень, значно впливають на вирішення проблем економічної рівноваги.

По-друге, це корпоративна соціальна відповідальність та соціальні інвестиції. Збільшуючи присутність на певній території, транснаціональні корпорації в деяких країнах демонструють практики розвитку соціальної та інших сфер у формі безоплатної фінансової допомоги у вирішенні проблем економічної рівноваги. Таким чином на основі авторського аналізу виявлено, що за умов далекоглядної політики уряду щодо транснаціоналізації, що є неминучою тенденцією сьогодення, ТНК мають значний потенціал у вирішенні проблем економічної рівноваги. Тому подальший розвиток дослідження проблематики впливу міжнародних інституцій на вирішення проблем економічної рівноваги несе значний інтерес і практичну цінність.

1.2. Систематизація методологічних аспектів концепції сталого розвитку в діяльності регіональних інтеграційних угруповань з метою забезпечення економічної рівноваги

Характерною рисою розвитку сучасного світу є формування його господарської єдності. Цей процес, званий глобалізацією світової економіки, справляє вплив на всі сфери міжнародних відносин. Міжнародні економічні відносини ще до недавнього часу обмежувалися окремими операціями з обміну товарами, проте все більше перетворюються в структурований процес єдиного планомірного виробництва. Сучасні риси національних економік не просто стираються, вони стають частиною загальної системи глобальної взаємодії за функціональними сферами. Ці утворення мають різні форми виміру – транснаціональний, інтеграційний та інституційний. Проте регіональні інтеграційні угоди на сьогоднішній день стали набирати популярність не тільки серед країн першого світу, але і серед країн з економікою, що розвивається. Така тенденція пояснюється сучасною економічною наукою як процес, обумовлений інтенсифікацією інтернаціоналізації господарського життя, поглибленням міжнародного поділу праці, розвитком науково-технічного прогресу та підвищенням ступеню відкритості національних економік.

Однак, як свідчать емпіричні дані, регіональна інтеграційна складова світогосподарського розвитку та деякі регіональні інтеграційні угруповання демонструють значний рівень стійкості до зовнішніх загроз економічного характеру. Так, наприклад, Європейський Союз попри світову економічну кризу та новітні події з міграційними викликами, що супроводжуються гібридною війною із деякими країнами сходу, демонструє значний рівень економічної стійкості та досягнення економічної рівноваги. Проте динаміка інтеграційних процесів країн африканського регіону досить специфічно сприймається з позицій вигоди таких процесів.

Слід підкреслити, що проблематика вимірів регіональної економічної інтеграції є досить розробленою з позицій торгових та політико-регулюючих компетенцій, разом з цим концепції, що акцентують увагу на забезпеченні комплексної системи економіч-

ної рівноваги, на сьогодні мають досить фрагментарний характер, тому виключно важливим завданням є виявлення інструментів діяльності регіональних інтеграційних угруповань у забезпеченні економічної рівноваги та обґрунтування їх емпіричної результативності [207].

Класичні теоретичні напрацювання з даної проблематики, що інтенсивно формувались в період 1890-1960 рр., акцентували увагу на ризиках геополітичної нестабільності, оскільки регіональні інтеграційні процеси супроводжувались трансформацією політичного та торгового рельєфу світового господарства. Тому регіоналізація мала характер створення "великих просторів" (регіональних угруповань), чия військово-політична та економічна міць могла протистояти світовим воєнним викликам. Так, наприклад, методологічні основи асиметрії розвитку глобальної економіки розробив М. Кастельс, який зазначав, що "архітектура глобальної економіки відображає асиметрично взаємозалежний світ, що організований навколо трьох головних економічних регіонів і все більше поляризується по осі протистояння між продуктивними, процвітаючими, багатими інформацією галузями і галузями знедоленими, економічно і соціально знеціненими" [204, с. 36].

Геополітичний мотив до регіоналізації одержав особливий розвиток в період Першої та Другої світових воєн. Після закінчення Другої світової війни в США геополітичний мотив став основою теорії "зон життєвих інтересів" – вчення американських економістів, які обґрунтували військову присутність США в різних регіонах світу економічними інтересами. Теорія отримала розвиток після закінчення Другої світової війни, з якої Сполучені Штати вийшли найпотужнішою економічною державою світу. У праці С. Хантінгтона та інших вчених закладаються основи нової геоekonomіки [175, с.58], обґрунтовується досягнення світового панування шляхом геоekonomічних війн. Технічний прогрес у розвитку світових комунікацій, особливого морського і повітряного транспорту, розширення сфери впливу американських монополій сприяли подоланню географічної відособленості США. Тому американські економічні інтереси можуть знаходитися далеко за межами держави. Практично теорія "життєвих інтересів" стала продовженням засудженої

німецької політики "життєвого простору" С. Хантінгтона [175]. У різних регіонах світу була створена широка мережа американських військових баз, наприклад, в зоні багатой нафтою Перської затоки. У праці "Національна система політичної економії" С. Хантінгтон розробив теорію продуктивних сил, основною складовою частиною яких він вважав "розумовий капітал", який визначається як головне джерело багатства нації. С. Хантінгтон розвинув ідею "виховного протекціонізму", що вимагає активного втручання держави в економічне життя. Поряд зі світовим господарством С. Хантінгтон сформулював уявлення про "автаркії великих просторів" – економічно самостійних і переважно самодостатніх територій, де внутрішні зв'язки і обмін надають певну органічну єдність [187].

На сучасному етапі розвитку світового господарства гео економічний мотив не втратив свою актуальність. Серед іноземних економістів, що працюють в сфері світової економіки, розглядають причини регіоналізації світової економіки професори міжнародних досліджень у Гарвардському університеті Пітер Дж. Катценштайн і Такаші Сіраісі. В своїй книзі "Крім Японії: Динаміка регіоналізму Азії" вони зазначають "... відносний економічний спад у Японії і швидкий підйом Китаю змінив динаміку азійського регіоналізму". Автори стверджують, що в Східній Азії регіональна динаміка вже не результат простого розширення будь-якої однієї національної моделі. Хоча японські економічні наднаціональні структури залишаються критично важливими, нова східно-азійська модель інтеграції Китаю, що заснована на зближенні соціальних та політичних структур держав на основі геополітичного мотиву, є фактором, що в майбутньому буде відігравати вирішальну роль.

Аналогічні мотиви регіоналізації розкривають М. Перкман та Нгай Лін Сума, Д. Френкель, Е. Стейн і Шан-Цзінь Вей, В. Беренс, М. Бромвич, Дж. Кейнс, Р. Марковіц. Систематизацію акцентів формування регіональних інтеграційних угруповань представлено в табл. 1.4.

Таблиця 1.4.

Систематизація підходів до формування регіональних інтеграційних угруповань [189, 190]

Теоретичні підходи	Сутність концепції	Угруповання, що впроваджували
Неоліберальний підхід	Створення єдиного ринкового простору в масштабі декількох країн, функціонування якого здійснюється на основі дії стихійних ринкових сил і вільної конкуренції незалежно від економічної політики держав і існуючих національних і міжнародних правових актів.	ЄС, МЕРКОСУР, ЕврАзЕС, ЭКОВАС
Корпораційний підхід	Протилежність ринковому механізму і державного регулювання функціонування ТНК здатне забезпечити інтегрування міжнародної економіки, її раціональне і збалансований розвиток.	МЕРКОСУР, НАФТА, АТЕС, СААРК
Неофункціональний підхід	На перший план висувалася політика, прагнення до політичної співпраці, але через співпрацю економічну.	Андське співтовариство, ССАГПЗ, ТМБКР, ЕАСТ-ЮАТС
Інституційний підхід	Створення наднаціональних інститутів, що за своєю функціональною ознакою досліджують новітні виклики світового господарства і розробляють необхідні інструменти протистояння та сталого функціонування регіонального інтеграційного угруповання.	ЄС, АСЕАН, НАФТА, ЮАТС, ШОС

Реагуючи на вищенаведені виклики глобалізації, сьогодні виникає новий підхід до формування регіональних інтеграційних угруповань. Формуючись під впливом вище зазначених факторів, в європейському та американському економічному просторах виникає нова система поглядів на формування регіональних інтеграційних угруповань, що включає в себе положення неоконсервативного характеру з переважанням інституційного підходу. Такий підхід виражається в створенні та розвитку наднаціональних інститутів, що за своєю функціональною ознакою досліджують новітні виклики світового господарства і, реагуючи на них, розробляють необхідні інструменти протистояння та сталого функціонування регіонального інтеграційного угруповання.

Слід зазначити, що не випадково створення та застосування інституційного підходу відбулося в країнах європейського та американського регіонів. Визначальним поштовхом, що змусив переглянути значення регіональної інтеграції, став енергетичний фактор. Перша енергетична криза почалася восени 1973 р. після того, як ОПЕК свідомо знизилася обсяги видобутку нафти (приблизно на 5%), щоб вплинути на світові ціни на свою користь. 16 жовтня 1973 р. ціна на нафту піднялася на 70% – з трьох доларів за барель до п'яти. Протягом наступного року ціна на нафту піднялася до дванадцяти доларів. Ця подія увійшла в історію під назвою "нафтове ембарго", оскільки згадане зниження обсягів видобутку було проведено з політичних міркувань і було інструментом тиску держав ОПЕК на Захід. Ще один істотний стрибок цін на нафту відбувся під час другої енергетичної кризи в 1979-80 рр. Він був викликаний скороченням видобутку в зв'язку з початком революції в Ірані. Зростання цін зупинилося лише на відмітці 6,5 доларів за барель. У 1990 і 1991, коли Ірак зайняв Кувейт, очікувалася великомасштабна енергетична криза, тому що обидві країни входили до числа найбільших нафтовидобувних країн. Проте стрибок цін під час війни в Іраку виявився не таким значним, як це передрікали спостерігачі. Таким чином поштовхом до створення координуючих інституцій макроекономічного характеру став саме енергетичний фактор, проте слід відзначити, що транснаціоналізація, інформатизація та інші тенденції підживлювали цей процес. Загалом на сьогодні основні найбільш активні інтеграційні угруповання представлені в табл. 1.5.

Таблиця 1.5.

Найбільш активні інтеграційні угруповання за формами інтеграції у 2015 р. [189, 190, 187]

Інтеграційні угруповання	Населення (млн осіб)	ВВП (млрд USD)				Учасники
		2014	2015	Ріст	на душу населення	
Економічні та валютні союзи						
Єврозона	296.88	11,126.61	10,870.14	-2.3%	36,614	27
ОЕС/ОВКГ	0.633	8.298	8.271	-0.3%	10,960	9
ЕКОВАС	294.65	530.20	561.42	5.89%	1,905	15
Спільні ринки						
Андське співтовариство	97.33	825.92	869.88	5.32%	8,937	4
CARICOM/КАРСО	16.53	97.17	96.77	-0.41%	5,855	15
Митні союзи						
ВАС	140.02	175.77	185.13	5.32%	1322.19	6
ЕС-33	576.328	15,828.07	16,126.95	2.08%	28,034	3
ССАПЗ	38.61	1,039.00	1,195.00	15.01	30,951	6
БКР	169.10	2,418.81	2,542.81	5.13%	15,037	3
МЕРКОСУР	282.60	3,023.00	3,213.00	6.29%	11,369	5
ЮАТС	56.512	561.155	578.065	3.01%	10,229	5
Зони вільної торгівлі						
"АСЕАН+5"	2,146.14	16,156.34	17,780.87	7.66%	8,285	17
АС	1,004.51	2,202.93	2,315.08	5.09%	2,304	47
ЦЕАСТ	28.29	253.17	255.12	0.77%	9,018	8
ЕКОВАС	294.65	530.20	561.42	5.89%	1,905	15
ЕАСТ-ЮАТС	69.19	1,168.00	1,197.85	2.4%	17,312	9
НАФТА	456.46	17,112.00	17,615.00	2.94%	38,590	3
АТЕС	2,758.84	39,118.14	41,205.81	5.34%	14,179	21
СААРК	1,616.70	4,584.41	4,931.62	7.57%	3,050	2
Інші регіональні об'єднання						
БРІКС	2,932.00	17,386.00	18,869.00	8.52%	6,483	5
G8	879.08	30,435.00	31,512.00	3.54%	35,847	8
ШОС	1,541.89	12,079.16	12,389.33	0.03%	7,136	6

Однак варто зазначити, що хоча в світі існує досить велика кількість інтеграційних об'єднань, наднаціональні органи координації макроекономічної політики має лише невелика кількість інтеграційних об'єднань, до того ж слід підкреслити, що форма інтеграції в цьому випадку носить вторинний характер. Авторський аналіз дає змогу стверджувати, що в регіональних інтеграційних угрупованнях механізм політики економічної рівноваги має досить схожі інституції. На наднаціональному рівні створюються інституції, які забезпечують координацію найбільш важливих вразливих до зовнішніх чинників сфер. Тому на нашу думку узагальнення механізму координації економічної рівноваги слід продемонструвати на одному з інтеграційних угруповань. Найбільш простим та відкритим для Інтернет доступу механізмом координації економічної рівноваги володіє інтеграційна Асоціація держав Південно-Східної Азії (Association of South East Asian Nations). Країни АСЕАН значно відрізняються одна від одної за рівнем економічного розвитку. Послідовно долаючи чинники, пов'язані з цими труднощами, учасники Асоціації визначили ціллю свого розвитку до 2020 р. створення "Спільноти АСЕАН" (по типу ЄС). Велике значення АСЕАН надає співробітництву в монетарній сфері та використанню ефективних технологій в усіх сферах економічного співробітництва, таким чином виводячи його на сучасний технологічний рівень і відкриваючи широкі можливості для ініціатив приватного бізнесу [189, 190].

Результативність діяльності АСЕАН у забезпеченні економічної рівноваги характеризується ступінчатою ієрархічною системою управління, що є переважною для більшості сучасних регіональних інтеграційних угруповань, де секретаріати є головними органами управління, а їм надають допомогу функціональні органи. Управління координується постійними секретаріатами і робочими групами. Загалом механізм забезпечення економічної рівноваги на наднаціональному рівні в АСЕАН представлено на рис. 1.9.



Рис. 1.9. Механізм забезпечення економічної рівноваги на наднаціональному рівні в Асоціації держав Південно-Східної Азії [191]

Головний зміст ділової активності робочих груп полягає в тому, щоб діяти, виходячи з рішень і документів, прийнятих в ході саміту країн інтеграційної угоди, і намічати основні конкретні напрямки співпраці на найближчу перспективу. Розробкою таких напрямків діяльності робочих груп займаються Секретаріат і керівництво робочих груп; запропоновані ними рекомендації обговорюються і затверджуються на пленарних засіданнях робочих груп у присутності делегацій всіх країн-учасниць, оглядачів та гостей. Кожна з наявних робочих груп розглядає специфічне коло питань, що цікавлять саме її учасників, має власні пріоритети і особливості, хоча й працює в тісному контакті з Секретаріатом. На засіданнях кожної з робочих груп розглядаються конкретні питання в тих сферах співробітництва, що визначені учасниками як пріоритетні. Узгодження порядку денного засідань груп, а також фінансування програм і проектів здійснюється в контактах з Секретаріатом.

Першим з дієвих інструментів діяльності регіональних інтеграційних угруповань у забезпеченні економічної рівноваги є інтеграція банківського сектору та функціонування регіональних банків розвитку. Механізм дії цієї інституції полягає в тому, що при надлишковій грошовій масі кожна країна для досягнення економічної рівноваги на фінансовому ринку викуповує державні облигації, тим самим регулюючи грошову масу на наднаціональному рівні та забезпечуючи зменшення інфляції, стабілізації попиту і пропозиції.

Так, наприклад, дорожньою картою для АСЕАН в галузі фінансів є нова регіональна ініціатива, яка спрямована на зміцнення регіональних механізмів підтримки. Реалізація дорожньої карти сприяє таким факторам економічної рівноваги, як: розвиток ринку капіталу, лібералізація операцій з капіталом, лібералізація фінансових послуг. Як зазначено в офіційних документах інтеграційного об'єднання, розвиток ринку капіталу спричиняє сприяння інституційного потенціалу, у тому числі нормативно-правової бази, а також спрощення транскордонного співробітництва, зв'язків і гармонізації між ринками капіталу в регіоні. Лібералізація капіталів буде підвищена з адекватними гарантіями проти нестабільності і системних ризиків. Щоб прискорити процес лібералізації фінансових послуг, АСЕАН домовилися про позитивний список модаль-

ності і здійснили кроки для полегшення переговорів. Також слід відзначити, що валютна співпраця включає інтеграцію віртуальних валютних механізмів, в тому числі валютної платіжної системи АСЕАН з торгівлі місцевими товарами, щоб знизити попит на долари США і сприяти стабільності регіональних валют, відстоюванню регіональної торгівлі АСЕАН з використанням регіональних валют. У найближчому майбутньому в АСЕАН домовилися створити установу валютних свопів і угод репо в якості кредитної лінії проти майбутніх фінансових потрясінь. На сьогодні з причин достатньої економічної та торгової взаємозалежності країн АСЕАН регіональний банк розвитку має комбіновані валютні резерви в розмірі близько \$ 1 трлн, а також функціонує мережа двосторонніх угод про свопи РЕПО серед країн АСЕАН, Китаю, Японії і Республіки Корея [205].

Наступним дієвим інструментом діяльності регіональних інтеграційних угруповань у забезпеченні економічної рівноваги, що недоступний країнам, які не є членами регіональних інтеграційних угруповань, є наявність регіональних платіжних систем. В рамках регіональних інтеграційних угруповань платіжні системи регламентують сукупність процедур і пов'язаних з ними комп'ютерних мереж, використовуваних для проведення фінансових транзакцій на ринку облігацій, валютному ринку, на ринку похідних фінансових інструментів і опціонів, а також для передачі коштів між учасниками цієї платіжної системи. Основним призначенням платіжної системи є виконання розрахунків між постачальником послуги / товару (продавцем) і споживачем послуги / товару (покупцем), який пред'явив до оплати платіжну карту. При цьому важливо підкреслити, що ці розрахунки проводяться в безготівковій формі. Крім того, платіжна система забезпечує отримання готівки власником картки як у спеціальних пристроях – банкоматах, так і в операційних касах, що надають такі послуги. У найзагальнішому вигляді система регіональних платіжних систем представлена на рис. 1.10.

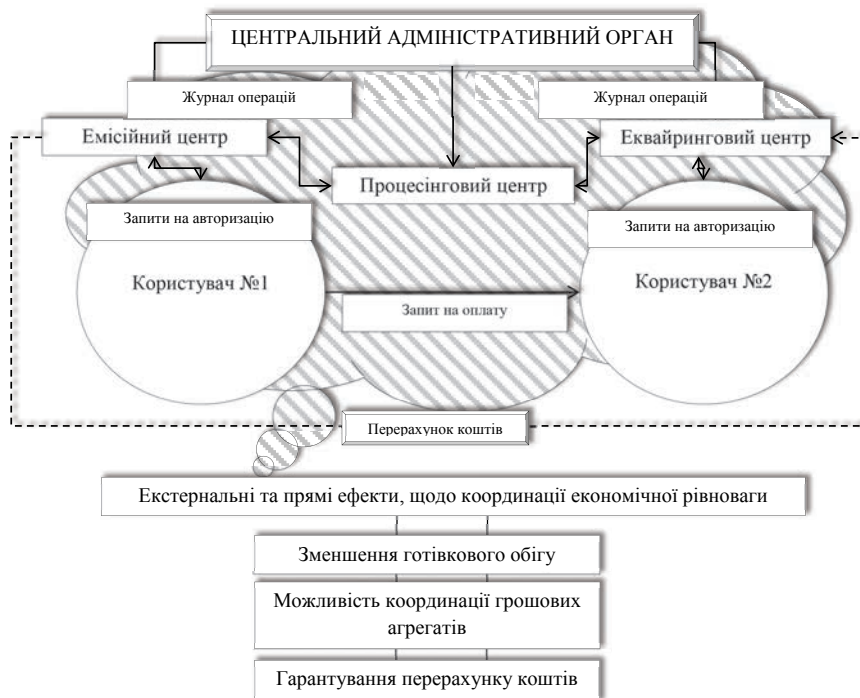


Рис. 1.10. Структурно-логічна схема впливу регіональних платіжних систем в забезпеченні економічної рівноваги

Як видно з рисунку, центральний адміністративний орган забезпечує загальне керівництво платіжною системою як в плані поточної діяльності, так і в плані розвитку системи, а саме: визначає і розвиває єдину концепцію побудови платіжної системи; підтримує організаційно-правову базу платіжної системи – розробляє і модифікує збір правил, регламентів та інші нормативні документи для учасників системи; організовує техніко-технологічну підтримку платіжної системи; розробку і модифікацію вимог до носіїв інформації та пристроїв їх обробки, до протоколів взаємодії технічних засобів, забезпечує впровадження нових технічних і технологічних рішень; проводить вибір перспективних напрямків розвитку бізнесу платіжної системи з підготовки нових і модифікації існуючих карткових продуктів, розвитку агентських програм, розши-

рення числа учасників і збільшення клієнтської бази платіжної системи; виконує моніторинг і аудит діяльності учасників системи, сертифікацію учасників на відповідність прийнятим правилам і вимогам платіжної системи; проводить арбітраж конфліктних ситуацій, накладає санкції за порушення правил платіжної системи. Емітентом в даному випадку (оскільки розглядаються платіжні картки) є кредитна установа – банк. Основним завданням емітента є організація обслуговування клієнтів – власників карток, а саме: реєстрація та ведення досьє власників.

Еквайрер забезпечує зарахування коштів підприємствам торгівлі та сервісу за операціями, оплата яких виконана за допомогою платіжної картки, а також обслуговує пункти видачі готівки при пред'явленні картки. Наведемо типовий перелік функціональності банку-еквайрера: реєстрація та ведення пунктів прийому карт у своїй обліковій системі; реєстрація пунктів прийому карт в процесинговому центрі; ведення банківських рахунків підприємств торгівлі і сервісу відповідно до умов договорів – нарахування депозитних відсотків, зарахування коштів, що надходять від емітента за операціями з картою, списання та повернення коштів емітенту у випадках відмови від оплати товару/послуги, списання комісії за обслуговування і т.п.; обслуговування банкоматів та інших пунктів видачі готівки; розбір конфліктних ситуацій відповідно до встановлених правил платіжної системи; технологічну взаємодію з процесинговим центром. Головну роль в інформаційно-технологічній взаємодії між усіма учасниками платіжної системи відіграє процесинговий центр, який: реєструє емітентів та еквайрер; веде стоп-листи з номерами платіжних карт, операції з якими заборонені з різних причин, здійснює перевірку за стоп-листами всіх операцій, які проходять через процесинговий центр; маршрутизує авторизаційні запити від пунктів прийому платіжних карт до емітентів; отримує від еквайрера файли фінансових підтверджень за здійсненими операціями і пересилає їх емітентам для організації взаєморозрахунків; бере участь у розборі конфліктних ситуацій відповідно до встановлених правил платіжної системи. Торгово-сервісні підприємства (мерчанти) – це підприємства, що приймають картки в якості платіжного інструменту для розрахунків за реалізовані

власникам карт товари/послуги. Вище зазначений механізм дозволяє в першу чергу координувати валютно-фінансові відносини на новому рівні, який базується на віртуальній системі міжнародних валютних розрахунків, що робить міжнародну торгівлю серед країн регіонального інтеграційного угруповання більш стійкою до зовнішніх загроз. Про це свідчить збільшення торгових партнерів на основі індексу диверсифікації експорту після запровадження електронної системи гарантування розрахунків, що представлено на рис. 1.11.

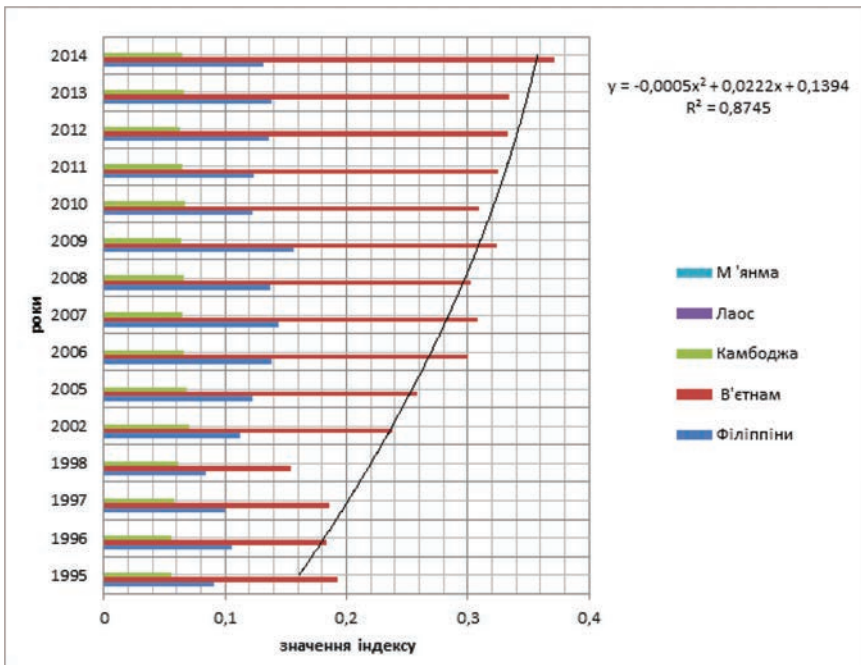


Рис. 1.11. Вплив міжнародних платіжних систем на диверсифікацію міжнародної торгівлі в країнах АСЕАН [189, 190]

Наступним дієвим інструментом діяльності регіональних інтеграційних угруповань у забезпеченні економічної рівноваги, що недоступний країнам, які не є членами регіональних інтеграційних угруповань, є розробка та реалізація регіональних економічних програм. Слід відзначити, що на сьогодні діє велика кількість регіональних програм розвитку в інтеграційних угрупованнях, вони мають на меті усунення дисбалансів між країнами в системотворюючих сферах взаємодії країн, що об'єднуються. На сьогодні однією з найпопулярніших концепцій регіонального економічного розвитку є "Сталий розвиток". Концепція сталого розвитку стала логічним переходом від екологізації наукових знань до соціально-економічного розвитку, що бурхливо почався в 1970-і роки. Питанням обмеженості природних ресурсів, а також забруднення природного середовища, яке є основою життя, економічної і будь-якої діяльності людини, в 1970-і роки була присвячена низка наукових робіт. Реакцією на цю заклопотаність було створення міжнародних неурядових наукових організацій з вивчення глобальних процесів на Землі, таких як Міжнародна федерація інститутів перспективних досліджень (ІФІАС), Римський клуб (із його знаменитою доповіддю "Межі зростання"), Міжнародний інститут системного аналізу, а в СРСР – Всесоюзний інститут системних досліджень. Нині політика стійкого розвитку є досить популярною, проте переважно на рівні регіональних інтеграційних угруповань, тому що фінансування заходів має фрагментарний характер на міжнародному та національному рівнях. Якщо порівнювати реалізацію концепції сталого розвитку з позицій національного і регіонально-інтеграційного та міжнародного рівнів, то на регіонально-інтеграційному рівні результативність заходів є найбільш високою. Про це свідчить систематизація практик реалізації концепції сталого розвитку за обсягами фінансування в 2000-2015 рр., що представлена на рис. 1.12.

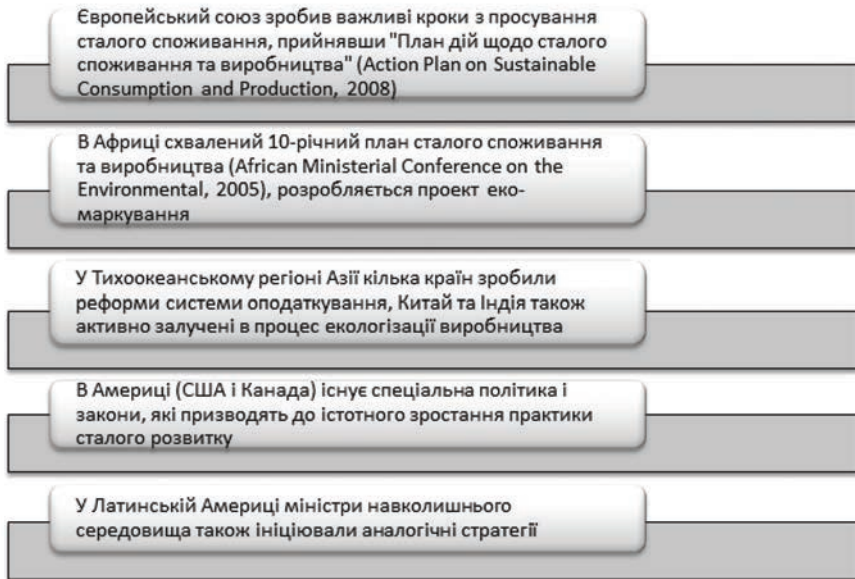


Рис. 1.12. Систематизація практик реалізації концепції сталого розвитку за обсягами фінансування в 2000-2015 рр. [204]

Слід підкреслити, що лідером з реалізації концепції сталого розвитку є Європейський Союз. Політика сталого розвитку в Європейському Союзі спрямована на досягнення постійного поліпшення якості життя громадян і благополуччя. Це включає в себе прагнення до економічного прогресу при збереженні природного середовища та сприяння соціальної справедливості. Економічні, екологічні та соціальні аспекти є частиною стратегії розвитку ЄС (SDS), що прийнята в 2001 році і реконструйована в 2006 році. Політика ЄС SDS також включає в себе інституційні і глобальні виміри, включаючи прийняття належної практики управління в ЄС і просування глобального партнерства в цілях розвитку цієї концепції в сусідніх країнах. Прогрес у досягненні цілей сталого розвитку ЄС оцінюється за допомогою набору індикаторів сталого розвитку, які згруповані в десять тематичних областей. Більше 100 показників вибудовані відповідно до характерних проблем національних економік Європейського Союзу. Кожна проблема має індикатор, який показує загальний прогрес.

Сталий розвиток регламентує не тільки програми на рівні наднаціональних інституцій, але й імплементацію на національному рівні. Так, наприклад, Німеччина дотримується національної стратегії сталого розвитку, представлені федеральним урядом в 2002 році з нагоди Конференції Організації Об'єднаних Націй в Йоганнесбурзі. До цих пір було складено в цілому три розгорнутих звіти про хід реалізації стратегії, завдяки яким стратегія постійно вдосконалювалася і модифікувалася, незважаючи на те, що за цей час два рази змінився склад уряду. Останні поправки були внесені в стратегію звітом про хід її реалізації, прийнятим федеральним урядовим кабінетом в лютому 2012 року. Це відображає всебічний і стабільний політичний консенсус, який панує в Німеччині щодо значимості сталого розвитку. Вже сьогодні необхідно постійно думати про завтрашній день і робити це в глобальній перспективі – звіт про хід реалізації стратегії, підготовлений в дусі комплексної інвентаризації, дає загальне уявлення про те, як цей девіз втілюється у всіх сферах політики федерального уряду. Зміст стратегії зводиться до наступних елементів. Економічна продуктивність, охорона навколишнього середовища та соціальна відповідальність повинні взаємодіяти так, щоб прийняті рішення в глобальному масштабі були надійними і стійкими в усіх трьох сферах. Існує абсолютна межа допустимого навантаження на основи життя на Землі, якої необхідно дотримуватися. У даних рамках повинно бути оптимізовано досягнення різних політичних цілей. Концепція управління сталим розвитком Німеччини включає в себе управлінські правила, а також цілі та індикатори, що утворюють основу безперервного моніторингу. Десять правил управління розкривають суть керівного принципу і узагальнюють вимоги до сталого розвитку. Основне правило говорить: "Кожне покоління має саме вирішувати свої завдання, а не перекидати їх на плечі наступних поколінь. У той же час воно зобов'язане заздалегідь приймати превентивні заходи, зважаючи на передбачувані навантаження". Цей принцип доповнюється правилами сталого розвитку для окремих сфер діяльності. Ключові індикатори, прийняті в 21 області, сполучені з 38 переважно кількісними цілями. Ефективність стратегії сталого розвитку можна представити у зміні структури економіки, що представлено на рис. 1.13.

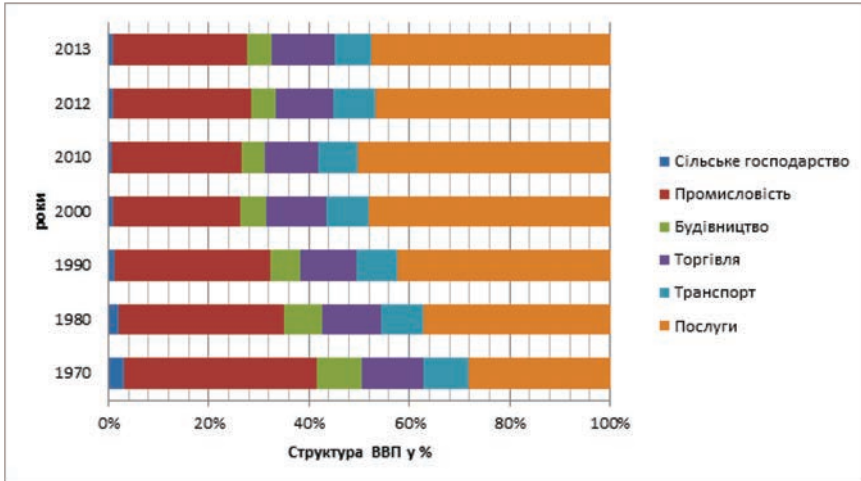


Рис. 1.13. Зміна структури економіки Німеччини в контексті ефективності стратегії сталого розвитку за 1970-2013 рр. [205]

Слід відзначити, що стратегія сталого розвитку в Німеччині має значні результати, оскільки за останні десять років в цій країні спостерігається зменшення шкідливого виробництва, підвищення соціальних стандартів та прозорість економічної сфери. Така ситуація склалася не тільки завдяки сформованим принципам національної стратегії, також важливу роль у цьому процесі відіграють інституційні структури. Визначаючи пріоритети та консолідуючи напрями реалізації концепції сталого розвитку, цілі, що є в кожному окремому регіоні пріоритетними, трансформуються в загальні для угруповання пріоритети. Загалом методологічні аспекти реалізації сталого розвитку в Європейському Союзі представлено на рис. 1.14.

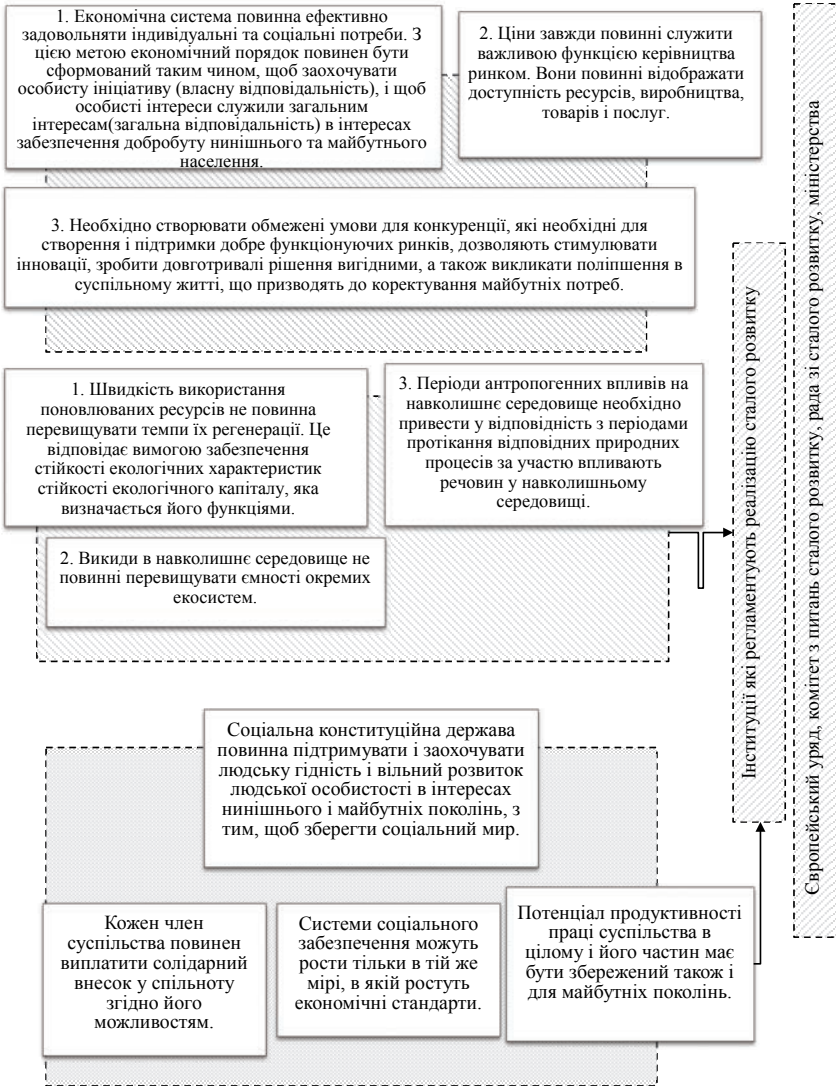


Рис. 1.14. Систематизація методологічних аспектів концепції сталого розвитку в Європейському Союзі [196]

Слід відзначити, що просуванням та реалізацією сталого розвитку в Європейському Союзі займаються інституції на кожному рівні наднаціонального регулювання суспільно-економічних відносин. Так, наприклад, парламентська консультативна рада зі сталого розвитку на рівні парламенту підтримує в німецькому Бундестазі національну Стратегію сталого розвитку федерального уряду, а також Європейську стратегію сталого розвитку і дає рекомендації. Така інституційна структура забезпечує не тільки прозорість і гнучкість, але й дуже високий ступінь зворотного зв'язку. Механізм взаємодії між основними суб'єктами регулювання базується на системному підході та дозволяє не зволікаючи реагувати на зовнішні виклики та нові пріоритети сталого розвитку. Крім того, ці органи відіграють важливу допоміжну роль в просуванні кращих практик, забезпечуючи співробітництво і нарощування потенціалу, а також розробки і поширення методології для адаптації та гармонізації показників. Загалом економічні програми з регіонального розвитку в інтеграційних угрупованнях значно впливають на економічну рівновагу, про це свідчить багато економічних індикаторів, серед них найбільшу кореляцію має ВВП на душу населення, що навіть в період світової економічної кризи продемонстрували стійкість у порівнянні з країнами, що не є членами Європейського Союзу, проте мають спільну торгівлю діяльність (див. рис. 1.15).

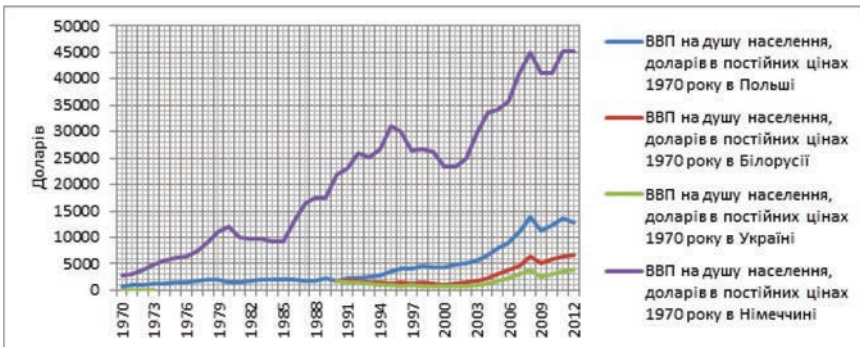


Рис. 1.15. Порівняльна характеристика динаміки ВВП Польщі, Німеччини, Білорусії та України за 1970-2012 рр. [205]

Отже, в процесі обґрунтування результативності інструментів діяльності регіональних інтеграційних угруповань у забезпеченні

економічної рівноваги було виявлено наступні інструменти, що в першу чергу дають змогу здійснювати антициклічну політику на наднаціональному рівні, тим самим отримуючи синергетичний ефект, що в свою чергу формує рівень економічної рівноваги в країнах регіонального інтеграційного угруповання на більш високому рівні, що виражається на відносному балансі між ВВП та ВВП, більш високій диверсифікації міжнародної торгівлі тощо.

Першим інструментом діяльності регіональних інтеграційних угруповань у забезпеченні економічної рівноваги, що має прямий вплив на динаміку рівноваги на реальному та фінансовому рівнях, є діяльність багатосторонніх банків розвитку, що в своїй діяльності регулюють валютно-фінансові відносини та збалансовують об'єм та швидкість грошової маси у тих випадках, коли окрема країна внаслідок певних причин не може ефективно проводити стабілізаційну політику, на протигагу країнам, які не є членами регіональних інтеграційних угруповань і повинні брати кредити в міжнародних організаціях та віддавати гроші за досить не вигідними умовами. Другим інструментом діяльності регіональних інтеграційних угруповань у забезпеченні економічної рівноваги, що має прямий вплив на рівноважний стан в сфері міжнародної торгівлі, є функціонування регіональних платіжних систем, які забезпечують контроль за валютно-фінансовими розрахунками між контрагентами, координуючи та регламентуючи міжнародні розрахункові операції.

Наступним та найбільш впливовим інструментом досягнення економічної рівноваги є функціонування в деяких регіональних інтеграційних угрупованнях спеціальних регіональних програм розвитку. На прикладі Європейського Союзу, де функціонує досить популярна концепція "Сталого розвитку", що базується на тому, що із загального бюджету угруповання виділяються кошти на вирішення певних проблем не тільки економічного, а й соціального та екологічного характеру, досягається гармонізація суспільно-економічних процесів. Вище зазначені інструменти недоступні для країн, які не є членами регіональних інтеграційних угруповань. Також слід додати, що на сьогодні далеко не всі регіональні інтеграційні угруповання мають дієві механізми для реалізації вище зазначених інструментів, проте слід підкреслити, що на сьогодні економічна рівновага країни

тісно пов'язана з процесами регіональної економічної інтеграції, і ті країни, що не є мають на меті формувати інтеграційні зв'язки з перспективними регіональними інтеграційними угрупованнями, неодмінно будуть змушені стати сателітами або маргінальними територіями та співпрацювати на менш вигідних умовах з глобальними інституціями (транснаціональними корпораціями та міжнародними організаціями) для досягнення економічної рівноваги.

1.3. Результативність діяльності міжнародних організацій в забезпеченні глобальної рівноваги

Міжнародні організації мають капітали, які перевищують бюджети деяких національних економік країн, що розвиваються. Взаємодія міжнародних економічних організацій має дуже великий масштаб, хоча такий стан речей можна спостерігати тільки в останні два десятиліття. На сьогоднішній день серед економістів немає єдиної думки щодо користі і шкоди такої співпраці. Проте взаємодія національних економік з міжнародними економічними організаціями набуває масового характеру. Ще два десятиліття тому кредити та інші фінансові інструменти співпраці були досить обмежені, а співпраця на міжнародному рівні реалізовувалася на основі двосторонніх відносин. Що ж ми бачимо зараз? Наприклад, одним з основних кредиторів України виступає Міжнародний валютний фонд, але разом з ним значна частина цього боргу належить приватним інвесторам, які в свою чергу відстоюють свої власні інтереси, не маючи зацікавлення до процесів економічної рівноваги в Україні. Однак, як свідчить емпіричний досвід, міжнародні економічні організації мають на сьогоднішній день величезний потенціал у вирішенні проблем економічної рівноваги. Проте залишається дискусійним питання, які саме міжнародні організації реалізують функції стабілізаційної, тобто антикризової політики, які інструменти є результативними.

Аналіз літературних джерел свідчить, що проблематика впливу міжнародних організацій є досить малодослідженою і в своїй сукупності автори розкривають тільки певні сфери впливу міжнародних організацій. Так, наприклад, українські науковці, що мають наукові

опрацювання в даній сфері – Євдокимова А. В. [208], Пенська І. О. [216] – мають фрагментарний характер та описують діяльність здебільшого тільки однієї організації в одній країні, потім роблять висновки про результативність міжнародних інституцій у вирішенні тих чи інших економічних проблем.

Тому значну наукову новизну та практичну цінність становить визначення результативності міжнародних організацій в забезпеченні економічної рівноваги.

Перш за все слід визначити основні організації, що безпосередньо мають відношення до антикризового регулювання. Слід зазначити, що на сьогоднішній день існує величезна кількість інституцій, які регламентують майже всі сфери міжнародних економічних відносин. Однак слід відзначити, що не всі вони мають потенціал та інструменти впливу на зрівноваження економічних процесів в національних економіках. В основному міжнародні організації побудовані на регламентації міжнародної торгівлі, тому що вона, будучи похідною міжнародного розподілу праці, представляє собою найвищий ступінь розвитку суспільного територіального розподілу праці, що спирається на стійку економічно вигідну спеціалізацію виробництва окремих країн на певних видах продукції. Загалом глобальна інституалізація міжнародних економічних відносин представлена на рис. 1.16.

Однак на сьогодні серед міжнародних організацій виокремилась інша категорія, діяльність яких зосереджена на укладенні завдань багатосторонньої системи інтернаціонального регулювання світогосподарських зв'язків, до яких відносять: формування стійкого стану світової економіки; становлення фінансового співробітництва між державами в проектних формах; допомога підприємництву; узгодження і координація макроекономічної політичної діяльності країн на глобальному рівні або ж в окремих регіонах; знищення дискримінації у фінансових відносинах між окремими державами та групами країн; прогнозування кризових явищ та знищення їх причин і результатів в окремих державах, ареалах, світовому господарстві в цілому. Провідними суб'єктами структурної побудови системи інтернаціонального регулювання світогосподарських зв'язків вважаються виставлені на рис. 1.17.



Рис. 1.16. Глобальна інституціоналізація міжнародних економічних відносин

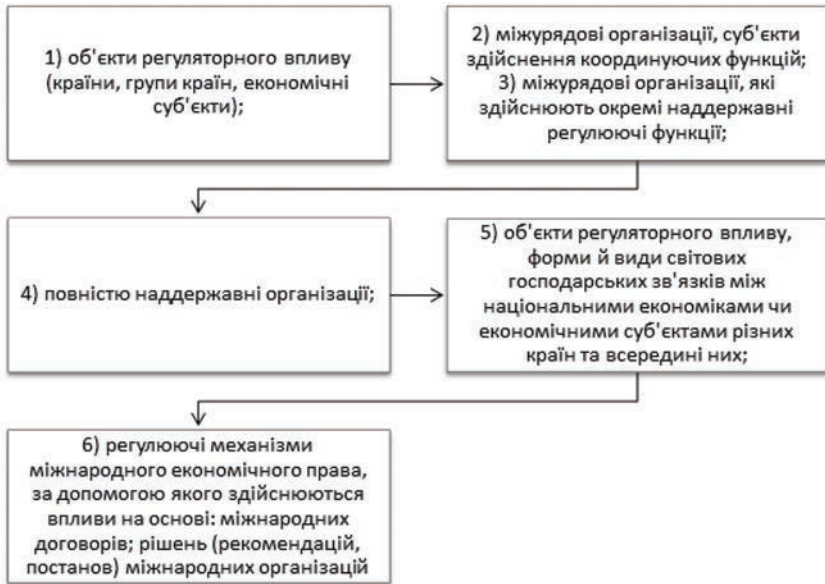


Рис. 1.17. Компоненти структурної побудови системи міжнародного регулювання економічної рівноваги

На основі компонентів структурної побудови системи міжнародного регулювання економічної рівноваги можна виділити інституції, яким надається право зобов'язувати власних членів до виконання дій та регламентів без їх згоди або методом прийняття висновків більшістю голосів членів. Для цих інституцій також характерне форматування регламентуючих режимів та планів для країн-членів та країн, що є наглядачами, які бажають вступити у ці міжнародні інституції. На нашу думку, під вище зазначені критерії підпадають наступні організації: Світовий Банк, Міжнародний Валютний фонд та Світова Організація Торгівлі. Слід відзначити, що саме вони мають глобальний масштаб діяльності та фінансові можливості для стабілізації як невеликих економік країн, що розвиваються, наприклад України, так і економік великих країн, таких як Китай та Росія.

Дійсно, крім вищезазначених організацій існує низка інших, що займається тими ж проблемами. Так, наприклад, на сьогодні розвиває свій вплив на країни світової економіки Арабський валютний фонд (англ. Arab Monetary Fund, AMF) – регіональна фінансова організація, створена 27 квітня 1976 року у Рабаті (Марокко) двадцятьма арабськими державами як механізм досягнення більшої стабільності курсу валют і з метою координації економічної та валютної політики арабських країн. Регулювання стосується головним чином нафтодоларів у межах арабського співтовариства, сприяючи меншій залежності держав-членів фонду від Заходу в питаннях використання надлишкової маси засобів [203]. Однак діяльність цього фонду націлена на регіональний перелік країн та не має досить фінансового капіталу для діяльності в масштабах всієї сукупності країн, що потребують допомоги.

Спроби взаємодіяти з ціллю стабілізації стагнуючих економік виникають і на просторах азіатського регіону. Так наприклад сьогодні функціонує Євразійський банк розвитку (англ. Eurasian Development Bank, EDB) – регіональний банк, заснований Російською Федерацією і Республікою Казахстан в 2006 році. Зараз членами Банку вважаються 6 країн. У їх число ще входять Вірменія, Білорусь, Киргизька Республіка і Таджикистан. До Договору про заснування Банку мають можливість приєднуватися інші країни і міжнародні організації. Завдання ЄАБР полягає у сприянні розвитку ринкової економіки держав-учасників банку, їх фінансовому підйому і розширенню торговоекономічних зв'язків між ними шляхом здійснення інвестиційної роботи. Однак з

відомих причин ця міжнародна організація нездатна забезпечити цілі існування навіть для 6 країн засновників, не говорячи про країни, які бажають приєднатися. Таким чином новітні міжнародні організації, що формуються під впливом глобалізації, мають всі шанси перерости в глобальні, проте на даний час вони копіюють моделі роботи Світового Банку та Міжнародного Валютного Фонду. Загалом функціональні сфери базових міжнародних організацій забезпечення економічної рівноваги представлені на рис. 1.18.

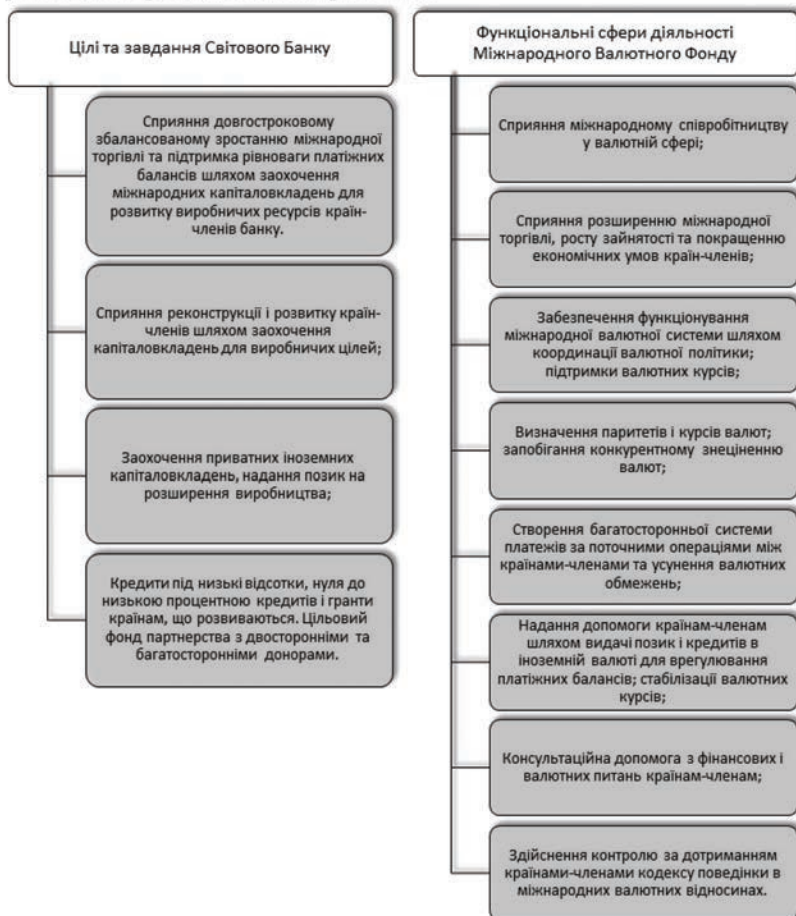


Рис. 1.18. Функціональні сфери базових міжнародних організацій забезпечення економічної рівноваги

Слід відзначити, що на сьогодні існує міф, що вище зазначені міжнародні організації, які координують економічну рівновагу на глобальному рівні, керуються Сполученими Штатами Америки або Європейським Союзом, але умовою членства у Світовому Банку вважається членство в Міжнародному Валютному Фонді, тобто будь-яка країна-член МБРР зобов'язана до цього стати членом Міжнародного Валютного Фонду. Лише ті держави, які вважаються членами МБРР, мають всі шанси бути членами інших організацій, що входять до Групи Світового банку. Проте як свідчить офіційна статистика, Міжнародний банк реконструкції та розвитку складається з 184 країн-членів. Відповідно до Статуту Світового Банку будь-яка держава має конкретну квоту в статутному капіталі, пропорційно квоті розподіляються голоси при прийнятті висновків. Розподіл голосів станом на 2015 р. представлено на рис. 1.19.

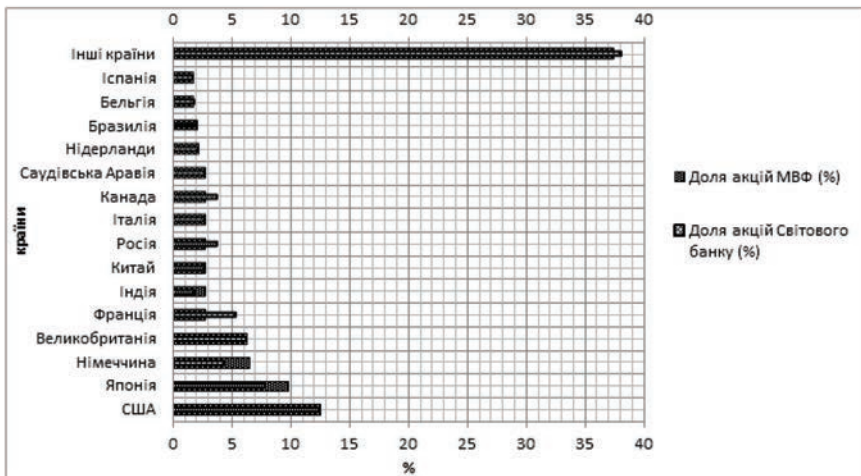


Рис. 1.19. Розподіл впливу на рішення МВФ та Світового Банку на основі ваги капіталу у статуті [203]

У МВФ функціонує принцип "зваженого" числа голосів: ймовірність країн-членів впливати на роботу Фонду за допомогою голосування визначається їх відсотком в капіталі. Будь-який уряд має 250 "базових" голосів автономно від величини його внеску в

капітал і додатково по 1 голосу за 100 тис. СДР суми свого внеску. У випадку, якщо держава брала (продавала) СДР, придбані нею при первинній емісії СДР, число її голосів зростає (скорочується) на 1 за кожні 400 тис. Подібний порядок гарантує вирішальну масу голосів за основними країнами. Рішення в Раді керуючих як правило приймається простою більшістю (більше половини) голосів, а по окремим питанням, які мають оперативний або стратегічний характер, – "спеціальною більшістю" (відповідно 70 або ж 85% голосів країн-членів). Не звертаючи уваги на деяке зменшення питомої ваги голосів США та ЄС, вони все ще мають всі шанси накладати вето на головні рішення Фонду, прийняття яких вимагає граничної більшості (85%). Це означає, що США спільно з основними західними країнами мають вплив на хід прийняття рішень і можуть орієнтувати їх, виходячи з власних інтересів. Втім домогтися узгодженості багатьох різнорідних держав непросто. Проте значна кількість країн інтенсивно співпрацюють з вищезазначеними організаціями (див. рис. 1.20).

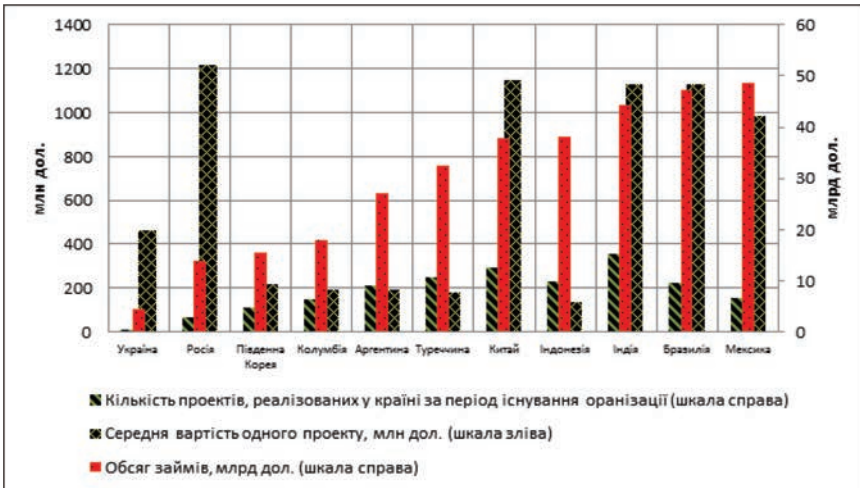


Рис. 1.20. Діяльність Світового банку в найбільших країнах-реципієнтах кредитних ресурсів [217]

Таким чином, окресливши основні напрямки діяльності та обґрунтувавши основні міжнародні інституції, що мають змогу забезпечити економічну рівновагу на глобальному рівні через встановлення її в окремих економіках, слід визначити, які ж саме інструменти дієві, а які не мають ефективного впливу на досягнення економічної рівноваги в країнах, що переживали економічну кризу.

На першому етапі авторського аналізу ми виявили країни, які найбільш активно співпрацюють зі Світовим Банком і вирішили проаналізувати, як саме ті чи інші інструменти впливають на економічну рівновагу. Для цього ми, використовуючи офіційну статистику, яка відстежується Світовим Банком, зіставили допомогу протягом 15 років, яка була надана аналізованим країнам з різними інструментами. Також на офіційному сайті Світового Банку відстежується статистика основних макроекономічних показників аналізованих країн. На цій основі ми вирішили розрахувати рівень чутливості аналізованих стан на інструменти співпраці з вище перерахованими міжнародними організаціями за допомогою матриць крос-кореляції. Об'єктом аналізу стали країни, що в останні два десятиліття опинялись на межі економічної кризи та на національному рівні не могли скоординувати стабілізаційну політику. Загалом перелік аналізованих країн представлено нижче: Кіпр, Україна, Росія, Південна Корея, Колумбія, Аргентина, Туреччина, Китай, Індонезія, Індія, Бразилія, Мексика. Горизонт аналізу, який на нашу думку відображає хід подій та їх вирішення, складає період 2005-2015 рр.

В ході авторського аналізу нами було обрано наступні інструменти взаємодії Світового Банку, які застосовувались в кожній аналізованій країні протягом досліджуваного періоду: програми заохочення капіталовкладень для виробничих цілей (1), програми заохочення приватних іноземних капіталовкладень (2), програми надання позик на розширення виробництва (3), кредити (4), гранти країнам (5), цільовий фонд партнерства з двосторонніми та багатосторонніми донорами (6). Загалом матриця крос-кореляції впливу окремих інструментів Світового Банку на фактори економічної рівноваги в Мексиці за 2005-2015 рр. представлена на рис. 1.21.

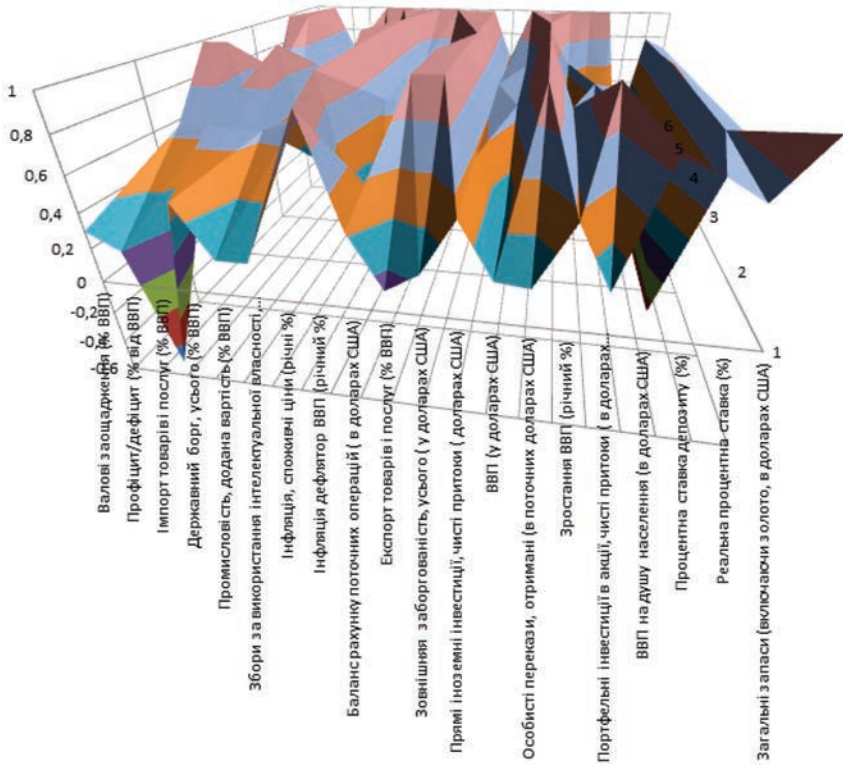


Рис. 1.21. Матриця крос-кореляції впливу окремих інструментів Світового Банку на фактори економічної рівноваги в Мексиці за 2005-2015 рр. [217]

Як свідчить матриця крос-кореляції впливу окремих інструментів Світового Банку на фактори економічної рівноваги в Мексиці за 2005-2015 рр., співробітництво дуже добре позначилося на стабілізаційні тенденції в наступних факторах економічної рівноваги. За аналізований період було виокремлено тісний кореляційний зв'язок між покращенням таких показників, як: інфляція, споживчі ціни (річні %); інфляція, дефлятор ВВП (річний %); баланс рахунку поточних операцій (в доларах США); ВВП (у доларах США); особисті перекази, отримані (в доларах США); зростання ВВП (річний %); прямі іноземні інвестиції, чисті притоки (у доларах США). Ці покращення мали кореляцію 0,7-0,9 за програмами заохочення приватних іноземних капіталовкладень (1) та креди-

тами (4), цільовими фондами партнерства з двосторонніми та багатосторонніми донорами (6).

За програмами надання позик на розширення виробництва (3), кредитами (4), грантами країнам (5) кореляційних зв'язків не було, що свідчить про недостатню результативність або просто недоцільність даних інструментів для країн, які знаходяться у стані стагнації або економічної кризи. Також слід відзначити, що в результаті авторського аналізу було виявлено, що в Мексиці діяльність Світового Банку також позначилася певними негативними тенденціями. Так, високі від'ємні кореляційні залежності 0,7-0,9 мали місце між програмами заохочення приватних іноземних капіталовкладень (1) та кредитами (4), цільовими фондами партнерства з двосторонніми та багатосторонніми донорами (6) та експортом товарів і послуг (% ВВП); зовнішньою заборгованістю, усього (у доларах США); портфельними інвестиціями в акції, чисті притоки (в доларах США); ВВП на душу населення (в доларах США); процентною ставкою депозиту (%); загальними запасами (включаючи золото, в доларах США).

Слід відзначити, що Мексика є в своєму роді показовим прикладом, коли Світовий Банк витягнув національну економіку з прірви економічної кризи. Так, у 1994 році напередодні президентських виборів у Мексиці ускладнилася внутрішньополітична обстановка. Реакція Мексиканської біржі на ці зміни привела її на останнє місце в списку 24 найбільших бірж світу. Падіння акцій викликало переміщення коштів на ринок цінних паперів з фіксованими доходами і відтік капіталу з країни. Застій у сфері виробництва викликав зростання торгового дефіциту (в 1992-1994 рр. він становив за даними Світового Банку в середньому 7,4% ВВП, досягнувши до кінця 1994 року \$ 28600000000, або 8,2% ВВП) і зробив Мексику непривабливою для іноземних інвестицій. Зважаючи на скорочення припливу інвестицій, уряд вжив ряд екстрених заходів, в числі яких було підвищення процентних ставок за державними облігаціями і переведення більшої частини внутрішніх короткострокових боргових зобов'язань на короткострокові державні облігації, індексовані до долара. Однак подібна політика призвела до посилення кризи: індексація заборгованості спричинила зростання державного боргу і зниження ефекту девальвації.

Проте на сьогодні завдяки інвестиційним програмам Світового Банку мексиканська економіка продовжує рости помірними темпами зростання в 2,4 відсотка. Поступове відновлення економічної активності, як очікується, буде продовжуватися з посиленням економічного зростання з 2,3 відсотка в 2016 році до 3,0 відсотка у 2017 році. Розширення економічної діяльності спиратиметься на зростання приватного споживання та інвестицій зі збільшенням експорту продукції обробної промисловості. Наступне значне реальне коректування обмінного курсу і стійке зростання в доларах США в кінцевому підсумку забезпечує додаткову підтримку.

Слід відзначити, що авторський аналіз виявив, що в аналізованих країнах помітні незначні відмінності у кореляційних зв'язках між діяльністю Світового Банку та динамікою показників економічної рівноваги, тому для полегшення візуалізації даних ми розраховували середньоарифметичні крос-кореляції за такими країнами, як: Кіпр, Україна, Росія, Південна Корея, Колумбія, Аргентина, Туреччина, Китай, Індонезія, Індія, Бразилія, Мексика. На такій основі ми отримали інтегральні показники результативності діяльності Світового Банку у вирішенні проблем економічної рівноваги в зазначених країнах. Загалом середньоарифметичні величини матриці крос-кореляції впливу окремих інструментів Світового Банку на фактори економічної рівноваги в аналізованих країнах за 2005-2015 рр. представлено на рис. 1.22.

Аналізуючи середньоарифметичні величини матриці крос-кореляції впливу окремих інструментів Світового Банку на фактори економічної рівноваги в аналізованих країнах: Кіпр, Україна, Росія, Південна Корея, Колумбія, Аргентина, Туреччина, Китай, Індонезія, Індія, Бразилія, Мексика, за 2005-2015 рр. за аналізований період було виокремлено тісний кореляційний зв'язок між покращенням таких показників як: інфляція, споживчі ціни (річні %); ВВП (у доларах США); зростання ВВП (річний %); прямі іноземні інвестиції, чисті притоки (у доларах США). Ці покращення мали кореляцію 0,7-0,9 за програми заохочення приватних іноземних капіталовкладень (2), програми надання позик на розширення виробництва (3), цільовий фонд партнерства з двосторонніми та багатосторонніми донорами (6).

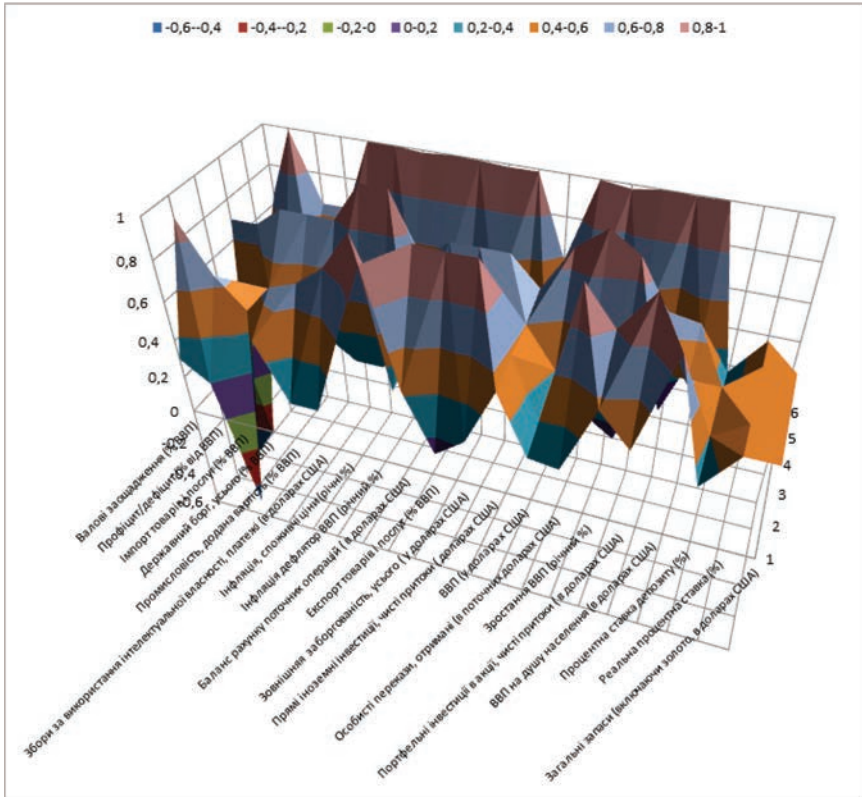


Рис. 1.22. Середньоарифметичні величини матриці крос-кореляції впливу окремих інструментів Світового Банку на фактори економічної рівноваги в аналізованих країнах: Греція, Україна, Росія, Південна Корея, Колумбія, Аргентина, Туреччина, Китай, Індонезія, Індія, Бразилія, Мексика, за 2005-2015 рр. [217]

Також слід відзначити, що в результаті авторського аналізу було виявлено, що в аналізованих країнах діяльність Світового Банку також позначилася негативними тенденціями. Так, високі від’ємні кореляційні залежності 0,7-0,9 мали місце між програмами заохочення приватних іноземних капіталовкладень (1) та кредитами (4), а також експортом товарів і послуг (% ВВП); зовнішньою заборгованістю, усього (у доларах США); портфельними інвестиціями в акції, чисті притоки (в доларах США); ВВП на душу насе-

лення (в доларах США); процентною ставкою депозиту (%); загальними запасами (включаючи золото, в доларах США). Слід вказати, що в основному серед аналізованих країн Світовий Банк у періоді кризи виконував дуже важливу роль стабілізатора і перш за все гаранта виконання антикризової політики. Серед аналізованих країн багато мали до того ж негативні показники щодо інтеграції у процес транснаціоналізації та регіональної економічної інтеграції, що затруднювало діяльність Світового Банку та нівелювало деякі аспекти стабілізації. Але взагалі Світовий Банк має досить результативні механізми діяльності в сфері економічної рівноваги та в усіх країнах, де Світовий Банк фінансував економічну рівновагу, країни через 4-5 років демонстрували позитивний стан економічної рівноваги.

Наступна міжнародна організація, що іменується Міжнародний Валютний Фонд, також має величезний вплив на забезпечення економічної рівноваги в національних економіках, проте інструменти, що застосовуються, кардинально відрізняються від підходів Світового Банку.

Так, на відміну від Світового Банку, країна-член може звернутися за фінансовою допомогою МВФ. Якщо країна не може знайти достатнє фінансування на прийнятних умовах для задоволення своїх чистих міжнародних платежів (наприклад, імпорту, погашення зовнішнього боргу) при збереженні достатніх резервів на майбутнє. Кредит МВФ надає резервні можливості, що полегшують проведення політики перебудови і реформи, які країна повинна здійснити для усунення проблем платіжного балансу та відновлення умов для активного економічного зростання. Обсяг кредитів, наданих МВФ, значно коливався в часі. Нафтовий шок 1970-х рр. і боргова криза 1980-х років вплинули на різке зростання кредитування МВФ. В 1990-і роки перехідний процес в країнах Центральної і Східної Європи, а також кризи в країнах з ринком, що формується, призвели до подальшого сплеску попиту на ресурси МВФ. Глибокі кризи у Латинській Америці та Туреччині зберігають високий попит на ресурси МВФ на початку 2000-х років. Кредитування МВФ знову піднялося в кінці 2008 року в результаті глобальної фінансової кризи.

На прохання країни-члена ресурси МВФ зазвичай надаються відповідно до кредитної "домовленості", яка може передбачити конкретні заходи економічної політики країн. Економічна політика та програма базового механізму формується по країні в рамках консультацій з МВФ і є в більшості випадків представлена Виконавчій дирекції фонду в "листі про наміри", а більш докладно викладена в доданому до нього "Меморандумі про взаєморозуміння". Як тільки домовленість затверджується Радою, ресурси МВФ зазвичай надаються в розстрочку поетапно, залежно від того, як програма реалізується. Деякі механізми призначені виключно для надійних благополучних країн з одноразовим авансом доступу до ресурсів МВФ і, отже, не підпадають політиці домовленостей [203].

За роки МВФ розробив різні кредитні інструменти, пристосовані для вирішення конкретних обставин свого різноманітного складу. Країни з низькими доходами можуть запозичувати кошти на пільгових умовах у рамках розширеного кредитного механізму (Extended Credit Facility), резервного кредитного фонду (Standby Credit Facility) і механізму прискореного кредитування (Rapid Credit Facility).

Пільгові кредити надаються в основному за допомогою використання існуючих механізмів (Stand-By Arrangements), гнучкої кредитної лінії (the Flexible Credit Line), превентивної лінії для надання ліквідності (the Precautionary and Liquidity Line) та механізму розширеного кредитування (який корисний в першу чергу для середньострокових потреб). МВФ також може надавати термінову допомогу швидкими фінансовими інструментами (the Rapid Financing Instrument) всім його членам для невідкладних потреб у фінансуванні платіжного балансу. Всі пільгові об'єкти МВФ підлягають ринковим процентним ставкам, відомими як "rate of charge", а великі кредити (понад певні межі) – за додаткову плату. Максимальна сума, яку країна може позичити у МВФ, відома як його відкритий ліміт, варіюється в залежності від виду кредиту, але зазвичай вона кратна квотам країни в МВФ. Ця межа може бути перевищена лише у виняткових обставинах. Стенд – за домовленістю, гнучка кредитна лінія та механізм розширеного кредитування не мають заздалегідь встановленого обмеження на доступ.

Історично основний обсяг пільгових допомог МВФ був наданий через стенд-бай. Довжина стенд-бай зазвичай становить 12-24 місяців і погашення здійснюється протягом $3\frac{1}{4}$ -5 років виплат. Стенд-бай може бути наданий в якості запобіжного заходу – якщо країни вирішили не опиратися на затверджені обсяги, але залишити за собою можливість зробити це, якщо умови погіршуються. Стенд-бай передбачає гнучкість щодо етапності з відкриттям доступу там, де це доречно [203].

Гнучка кредитна лінія (Flexible Credit Line) призначена для країн з послужними списками реалізації політики. Довжина гнучкої кредитної лінії – або один рік або два роки з проміжним оглядом через рік. Доступ визначається на індивідуальній основі, на нього не поширюються обмеження доступу, вона доступна в одному авансовому платежі, а не поетапно. Виплати гнучкої кредитної лінії не вимагають обов'язкової реалізації конкретних політичних домовленостей.

Механізм розширеного кредитування (Extended Fund Facility) допомагає країнам вирішувати середньо- і довгострокові проблеми платіжного балансу, що відображають великі спотворення, які потребують фундаментальних економічних реформ. Його використання істотно зросло в період недавньої кризи, що відображає структурний характер деяких проблем платіжного балансу. Угоди розширеного кредитування, як правило, довші, ніж інші, але не перевищують трьох років. Погашення здійснюється протягом $4\frac{1}{2}$ –10 років з дня виплати коштів.

Інструмент прискореного фінансування (Rapid Financing Instrument) був введений, щоб замінити і розширити обсяг наданої раніше екстреної допомоги. Інструмент прискореного фінансування забезпечує швидку фінансову допомогу при обмеженій можливості всіх членів, що стоять на термінові потреби платіжного балансу.

Для визначення результативності інструментів Міжнародного Валютного Фонду у вирішенні проблем економічної рівноваги було обрано той же методологічний підхід, що й у випадку Світового Банку. Загалом середньоарифметичні величини матриці крос-кореляції впливу окремих інструментів Міжнародного Валютного Фонду на фактори економічної рівноваги в аналізованих країнах (Кіпр,

Україна, Росія, Південна Корея, Колумбія, Аргентина, Туреччина, Китай, Індонезія, Індія, Бразилія, Мексика) за 2005-2015 рр. представлено на рис. 1.23.

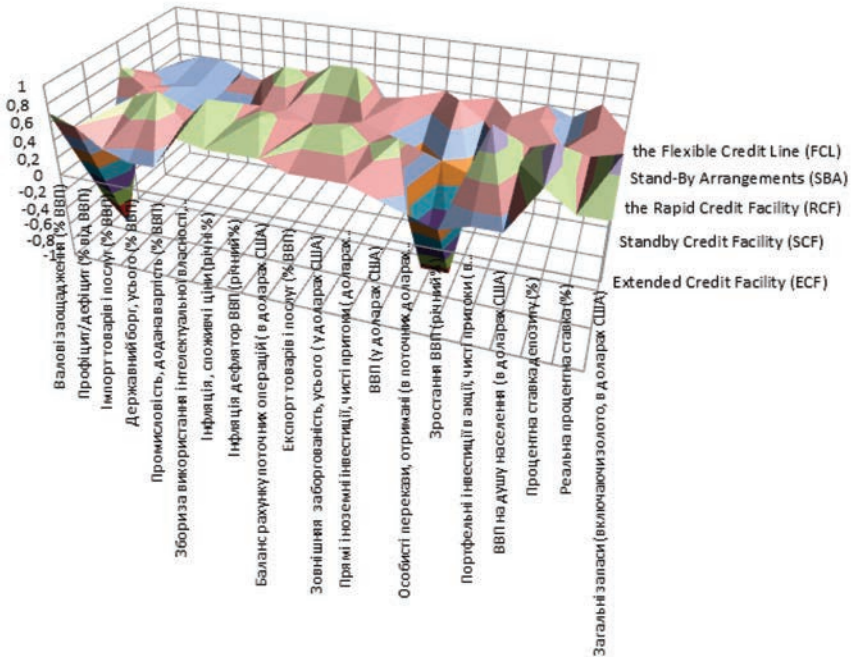


Рис. 1.23. Середньоарифметичні величини матриці крос-кореляції впливу окремих інструментів Міжнародного Валютного Фонду на фактори економічної рівноваги в аналізованих країнах (Греція, Україна, Росія, Південна Корея, Колумбія, Аргентина, Туреччина, Китай, Індонезія, Індія, Бразилія, Мексика) за 2005-2015 рр. [203]

Для визначення результативності Міжнародного Валютного Фонду в забезпеченні економічної рівноваги нами було вибрано кількісні показники кредитування вище зазначених країн за інструментами Міжнародного Валютного Фонду та визначено, на скільки окремі інструменти Міжнародного Валютного Фонду впливають на фактори економічної рівноваги. Для цього ми, використовуючи офіційну статистику, яка відстежується Міжнародним Валютним

Фондом, зіставили допомогу протягом 15 років, яка була надана аналізованим країнам з різними інструментами. Також на офіційному сайті МВФ відстежується статистика основних макроекономічних показників аналізованих країн. На цій основі ми вирішили розрахувати рівень чутливості аналізованих країн на інструменти співпраці з вище перерахованими міжнародними організаціями за допомогою матриць крос-кореляції. Об'єктом аналізу стали країни, що в останні два десятиліття опинялись на межі економічної кризи та на національному рівні не могли скоординувати стабілізаційну політику.

Так, за результатами авторського аналізу слід підкреслити, що кореляційні зв'язки серед аналізованих країн були пов'язані з програмами розширеного кредитного механізму та механізмом прискореного кредитування. Як свідчить рис. 1.24, позитивний вплив цих програм позначився на такі показники, як: інфляція, споживчі ціни (річні %); інфляція, дефлятор ВВП (річний %); баланс рахунку поточних операцій (в доларах США); прямі іноземні інвестиції, чисті притоки (у доларах США); ВВП (у доларах США); особисті перекази, отримані (в доларах США); зростання ВВП (річний %); портфельні інвестиції в акції, чисті притоки (в доларах США); процентна ставка депозиту (%); реальна процентна ставка (%).

Проте діяльність Міжнародного Валютного Фонду також негативно вплинула на наступні показники економічної рівноваги серед аналізованих країн: валові заощадження (% ВВП); профіцит/дефіцит (% від ВВП); імпорт товарів і послуг (% ВВП); державний борг, усього (% ВВП); промисловість, додана вартість (% ВВП); експорт товарів і послуг (% ВВП); зовнішня заборгованість, усього (у доларах США); ВВП на душу населення (в доларах США); загальні запаси (включаючи золото, в доларах США).

Отже, в процесі визначення результативності діяльності міжнародних організацій в забезпеченні економічної рівноваги було розраховано положення, що характеризуються новизною та становлять практичну цінність. По-перше, обґрунтовано та доведено, що на сьогодні потенціал для координації макроекономічних політик на глобальному рівні мають Світовий Банк та Міжнародний Валютний Фонд. Авторський аналіз виявив, що серед подібних органі-

зацій, які мають функції координації монетарної та фіскальної політики, тільки вище зазначені інституції мають достатній інфраструктурно-інституційний та фінансовий капітал.

По-друге, аналізуючи діяльність Світового Банку в забезпеченні економічної рівноваги в аналізованих країнах, на основі макрокореляційних зв'язків виявлено, що перш за все найбільш позитивним впливом характеризуються інвестиційні програми, які впливають на довгострокові фактори економічної рівноваги такі, як: інфляція, споживчі ціни (річні %); ВВП (у доларах США); зростання ВВП (річний %); прямі іноземні інвестиції, чисті притоки (у доларах США). Ці покращення мали кореляцію 0,7-0,9 за програмами заохочення приватних іноземних капіталовкладень (2), програмами надання позик на розширення виробництва (3), цільовим фондом партнерства з двосторонніми та багатосторонніми донорами (6).

По-третє, аналізуючи діяльність Міжнародного Валютного Фонду в забезпеченні економічної рівноваги в аналізованих країнах, на основі макрокореляційних зв'язків виявлено, що перш за все найбільш позитивні впливи пов'язані з програмами розширеного кредитного механізму та механізмом прискореного кредитування. Однак слід відзначити, що діяльність Міжнародного Валютного Фонду в авторському горизонті аналізу носила більш негативний характер, що на нашу думку свідчить про специфічність інструментів вище зазначеної інституції. Справа в тому, що діяльність Міжнародного Валютного Фонду, як виявив авторський аналіз, направлена на досягнення економічної рівноваги на короткостроковий період, як це наприклад відбувалося в Греції, а негативні аспекти в довгостроковому плані на нашу думку пов'язані з недальновидною національною політикою в сфері стратегічного планування відносин з міжнародними економічними організаціями, оскільки остаточне рішення брати чи не брати кредит все таки залишається на рівні національного уряду країни. Таким чином, в процесі авторського аналізу обґрунтовано, що застосування співробітництва з міжнародними економічними організаціями може досить ефективно координувати економічну рівновагу та бути стабілізатором як на короткостроковий, так і на довгостроковий період, до того ж на відміну від національних інструментів реагування на економічні кризи, такі

міжнародні організації як Світовий Банк та Міжнародний Валютний Фонд здатні майже миттєво підвищувати або погіршувати міжнародні рейтинги країни, від яких залежить в свою чергу динаміка експортно-імпортних операцій, платіжний баланс, процентна ставка або рівень заощаджень в національній економіці.

Проте уряди деяких національних економік неспроможні ефективно взаємодіяти та залучати подібні інструменти у вирішенні проблем економічної рівноваги, як наприклад в Аргентині чи Україні. І навпаки – світовий досвід свідчить, що наприклад такі країни, як Греція, розробивши поетапний план дій та знаходячись в ситуації жорсткої економічної кризи, можуть її менше відчувати. Тому інтеграція національних економік до міжнародних економічних організацій на сьогодні є однією з важливих сфер розбудови інструментів новітньої макроекономічної політики, що на відміну від класичних інструментів, дає змогу вирішувати проблеми кризових факторів як екзогенного, так і ендогенного характеру. В цих умовах розробка методичних підходів до ефективності інтеграції країни в сучасну глобальну економічну систему регулювання економічної рівноваги здійснює надзвичайний внесок у процес стабілізації національної економіки України, яка як ніколи потребує вирішення проблем стабілізації та досягнення економічної рівноваги.

РОЗДІЛ 2. НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

2.1. Сутність та форми запровадження корпоративної соціальної відповідальності

Сучасна економіка, динамічно розвиваючись, призводить до того, що компанії вимушені еволюціонувати, оскільки можуть залишитися за бортом прогресу і бізнесу. На початку XXI століття світ, що оточує підприємців, є досить хаотичний, йому бракує стабільності. Кожна організація створюється з відповідною метою і для досягнення поставлених завдань повинна показувати свої цілі не лише співробітникам, але і своїм клієнтам та партнерам.

Сучасна організація – це відокремлена виробничо-господарська одиниця, основою якої є професійний трудовий колектив, здатний за допомогою наявних у його розпорядженні засобів виробництва виготовляти продукцію у вигляді споруд, робіт і послуг відповідного призначення, профілю та типу; це певним чином організований колектив зі своєю внутрішньою виробничою структурою і порядком управління.

При вивченні соціальних питань функціонування та управління корпораціями та організаціями, їх кадрового забезпечення та ефективності, величезну роль можуть зіграти знання, сформовані у межах управління, організації, соціальних взаємодій, конфліктів тощо. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) в промисловій сфері в даний момент формується на стику різних галузевих і загально-соціологічних теорій; вивчає управлінські та організаційні процеси, які протікають в тій чи іншій галузі, і розуміються як різні види співпраці, взаємодопомоги окремих людей і різних професійних груп.

Існує багато тлумачень поняття "корпоративна соціальна відповідальність", в таблиці 2.1. наведено основні визначення та рівні КСВ.

Таблиця 2.1.

Визначення поняття "корпоративна соціальна відповідальність"

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ)	
Це стиль ділової активності, прийнятий бізнесменами добровільно, який має значний вплив на процес прийняття стратегічних і тактичних рішень по розвитку бізнесу	Філософія та ідеологія компанії, очікування і норми, які лежать в основі відносин і взаємодій як усередині організації, так і за її межами
Добровільний внесок бізнесу у розвиток суспільства у соціальній, економічній, екологічних сферах, який виходить за межі обумовленого законодавчого мінімуму	Філософія поведінки та концепція будівництва діловим суспільством, підприємствами основної та додаткової суспільно-активної діяльності
Базовий рівень КСВ	
Своєчасна сплата податків	Виплата заробітної плати
Розширення робочого штату	Надання нових робочих місць
Ефективне ведення основного бізнесу	Виготовлення якісної продукції
Надання якісних послуг для споживачів	Піклування про зростання прибутків своїх акціонерів
Другий рівень КСВ забезпечення працівників	
Адекватними умовами роботи	Адекватними умовами життя
Підвищенням рівня кваліфікації	Будівництвом житла
Розвитком соціальної сфери	Профілактичним лікуванням
Третій рівень КСВ вищий рівень відповідальності, передбачає добродійну діяльність	
Вирішення соціальних проблем суспільства	Розвиток гармонійних відносин з бізнес-партнерами
Фінансові та нефінансові інвестиції в розвиток суспільства	Впровадження програм та проектів розвитку суспільства

Не дивлячись на очевидну різноманітність визначень і тлумачень корпоративної культури, в них є загальні моменти.

Так, автори в більшості визначень посилаються на зразки базових припущень, яких дотримуються члени організації в своїх діях і поведінці. Дані припущення часто пов'язані з баченням навколишнього середовища індивіда (організації, групи, суспільства, світу) і регулюючих її змінних (природа, відносини, час, простір, робота і т. п.). Нерідко буває важко сформулювати це бачення стосовно організації [4].

Багато економістів, ознайомившись із специфікою діяльності і місією некомерційних громадських організацій, прийшли до висновку, що інколи працівники, які працюють в них, керівники і менеджери та ін., не отримуючи заробітну плату, не маючи економічного стимулювання, працюють з явним ентузіазмом, наполегливо і ефективно [74].

Досліджуючи соціальну відповідальність, Головінов О.М. пропонує розробити нову концепцію управління соціальним розвитком України, та зазначає, що спеціальним законодавством могли б бути встановлені нижні межі рівня соціальної захищеності громадян, названі інституціональні структури і фінансові джерела, що гарантують відповідність поточної ситуації в країні критеріям соціальної держави [25].

Досліджуючи проблеми економічного розвитку, Сазонець О.М. робить висновок, що дослідження тенденцій соціальних відносин є загальною проблемою сучасної глобалістики та одночасно інтеграції України в глобальний світ, а також потребує вирішення багатьох соціальних питань [144]. Наприклад, Голубєва Т.В зауважує, що "оскільки людина є однією з найважливіших складових соціального капіталу підприємства, яке у свою чергу, є соціально відповідальним перед працівниками, можна сказати, що його ефективне функціонування залежить від того, наскільки воно задовольняє потреби своїх працівників" [27].

Греськів Т.С. та Приходько І.П. зауважують, що "зміни соціально-трудова відносин відбуваються в результаті перетворень у технологічній, організаційній, соціально-економічній структурі виробництва" [30].

Цей феномен зумовив вивчення даного некомерційного сегменту, на підставі якого можна зробити висновок про те, що стимулом для персоналу виступають не комерційні цілі, а вищі цілі і місії, які служитимуть на благо суспільству, а це, в свою чергу, означає, що компанії повинні розробляти такі принципи, які позиціонуватимуть організацію як компанію, яка повинна служити тільки для кінцевої благородної мети на благо суспільству і всьому світу. Головна мотивація не в грошовому виразі, а в соціально-психологічній сфері, щоб компанія не була просто предметом досягнення багатства і грошей. У корпорації не

повинні бути тільки комерційні цілі, а головні цілі повинні бути найвищого рівня та зачіпати інтереси суспільства [16]. У зв'язку з цим в місіях компаній слід виділити наступні напрями (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Основні напрями реалізації КСВ

№ п/п	Напрями	Обґрунтування
1.	<i>Служіння суспільству</i>	<ul style="list-style-type: none"> – забезпечення виробництва високоякісної продукції; – забезпечення високоякісних послуг; – розширення ринку; – внесок для досягнення добробуту людей; – цілеспрямовані заходи з соціального захисту населення; – посилення соціальної допомоги соціально уразливим і малозабезпеченим групам населення
2.	<i>Справедливість і чесність</i>	<ul style="list-style-type: none"> – чесність і справедливість в усіх ділових операціях і в особистих вчинках; – ухвалювання зважених рішень без упереджень; – соціальна справедливість, гуманізм; – відвертість (вільний вираз думок всіх груп, наявність "зворотного зв'язку" органів управління з масами)
3.	<i>Колективна праця на загальне благо</i>	<ul style="list-style-type: none"> – об'єднання здібностей для досягнення загальної мети на основі взаємної довіри; – демократизм (відкрите обговорення проектів крупних соціальнополітичних рішень, виявлення громадської думки з основних питань соціальних перетворень)
4.	<i>Постійне самовдосконалення</i>	<ul style="list-style-type: none"> – прагнення до поліпшення корпоративних і особистих результатів; – виконання корпоративної місії; – безперервність, системність; – збалансованість цілей і можливостей реалізації соціальної відповідальності (як за часом, так і за ресурсами)
5.	<i>Ввічливість і покірливість</i>	<ul style="list-style-type: none"> – скромність і шанобливість; – підтримка громадських потреб
6.	<i>Дотримання природних законів</i>	<ul style="list-style-type: none"> – поліпшення навколишнього середовища; – слідування законам природи
7.	<i>Справедливість</i>	<ul style="list-style-type: none"> – допомога тим, хто її потребує; – пожертвування церкві і бідним

Специфіка застосування КСВ у будівельній сфері полягає в тому, що процеси взаємодії, які протікають в будівельних організаціях, вивчаються в соціальному контексті, у взаємозв'язку з виробничими процесами і суспільним середовищем. Досліджуючи виробничо-будівельні та організаційно-управлінські процеси і явища, в центр дослідження треба ставити працівника, особливості його поведінки, ставлення до організаційних і зовнішніх змін. Величезного значення набувають також мотиви поведінки людини в конкретній організаційній ситуації, її потреби, інтереси, життєві орієнтації. Тому КСВ в будівельній сфері включає вивчення, оцінку і вдосконалення управлінських та організаційних процесів у будівельній галузі, яка являє собою специфічну систему соціальних взаємодій індивідів і груп.

Така філософія не повинна містити суперечності між служінням суспільству і прагненням до прибутку стосовно умов конкурентного ринку. Питання про ступінь впливу корпоративної соціальної відповідальності на успіх фірми все ще залишається відкритим. Проте ясно, що відносини між культурою і результатами роботи організації залежать багато в чому від змісту тих цінностей, які затверджуються конкретною культурою в організації. Так, компанія, в якій ігнорують людину (будь-то постачальник, працівник або споживач) скоріше за все, далека від успіху [16].

Організації, які успішно працюють на ринку, будують власну корпоративну культуру, яка приводить їх до досягнення позитивних результатів. Ця культура є унікальною для кожної організації та відрізняється залежно від організації. Вона генерує атмосферу ідентифікації для працівників організації, служить контролюючим механізмом, який формує відносини і поведінку працівників, створює прихильність цілям організації, укріплює соціальну стабільність [184].

Організації, які спираються на вимоги ринку, розробляють стратегії, більш відповідні для динамічного оточення, та культуру, що ґрунтується на високій інтеграції, індивідуальних ініціативах, ризику, розв'язанні конфліктів і широкому горизонтальному спілкуванню [194].

Корпоративна соціальна відповідальність перед суспільством являє собою приклад найбільш впливової духовної місії компанії,

яку компанія повинна обов'язково враховувати при розробці своєї місії. Духовні принципи повинні бути зрозумілими та достатньо прийнятними для стейкхолдерів та націлені для зменшення проблем з їх реалізацією.

Слід зауважити, що добродійність є невід'ємною частиною успішних корпорацій. Будь-яка компанія – частина суспільства, тому складно заперечувати те, що існує взаємозв'язок між процвітанням компанії та суспільства, тому обидві сторони зацікавлені у розвитку контрагента.

Таким чином, існує можливість допомогти суспільству через вдосконалення власної діяльності: по-перше – податками, які компанія платить в державну казну. "Тут думки підприємців розділяються. Одні вважають, що існуюча фіскальна система і так відбирає навіть ту частину доходів, яка повинна надходити на розвиток корпорацій. Звідси всілякі ухилення і оптимізації, що мінімізують податкові відрахування. Інші упевнені, що розраховувати тільки на державу, яка шляхом бюджетних перерозподілів надасть допомогу тим, що її потребують, зробивши суспільство благополучнішим і полегшивши підприємництво, марно. Тим більше це нереально в державі, що розвивається, бюджетних коштів якої явно недостатньо". Тому відповідь здається очевидною – корпорації повинні віддавати частину коштів суспільству через добродійність [168].

Місцеве співтовариство, членом якого є в даному випадку компанія, складається з ряду взаємозв'язаних аудиторій, кожна з яких має власні життєві пріоритети. Якщо розглядати їх з погляду компанії – це засоби масової інформації, бізнес-середовище, громадські організації, населення, державні організації, акціонери/інвестори, персонал і партнери. Об'єднує всі ці аудиторії одне – бажання гармонійно співіснувати і мати можливість впливати на умови цього співіснування.

Під бізнес-середовищем в даному контексті розуміються ділові організації, тобто організації, що створюють в процесі своєї діяльності додаткову вартість в широкому розумінні цього слова (не тільки виробничі і торгові підприємства, але й освітні, культурні, лікарняні та інші інфраструктурні установи). Тобто до них відносяться всі організації, що існують в суспільстві, окрім органів

державного і регіонального управління. З боку суспільства в даному випадку це в першу чергу – державні структури і громадські організації. Під зовнішнім середовищем для цих двох сторін або, як сказано у визначенні, під умовами розумітиметься законодавча система і національна культура.

Таким чином, соціальна відповідальність корпорацій багатогранна: відповідальність перед суспільством, споживачами, власним персоналом. Найважливішим показником соціальної відповідальності компанії перед суспільством виступає добровільне використання частини отриманого прибутку на суспільні потреби. На Заході добродійність, спонсорство, меценатство поширені дуже широко. Проблеми і труднощі, з якими стикається суспільство, не повинні обходити стороною корпорації. Адаже довготривалі перспективи майбутнього компанії безпосередньо пов'язані з перспективами розвитку суспільства, в якому вона працює.

В даний час одним з невід'ємних елементів діяльності корпорацій є принцип соціальної відповідальності бізнесу (the Socially-Responsible Business concept), ступінь соціальної спрямованості дій. XXI століття характеризується хаотичністю, непередбачуваністю і нестабільністю бізнес-середовища [105].

Основні завдання КСВ в сучасній економічній системі:

– вивчення реальних управлінських і організаційних фактів, у яких виявляються особливості взаємодії осіб, які організують і беруть участь у соціально-виробничій діяльності, яка протікає в економіці;

– виділення найбільш важливих і типових організаційно-управлінських процесів, які протікають в урбанізованому просторі і пов'язані з проведенням соціальних заходів.

Значення КСВ в сучасному суспільстві полягає в тому, що вона впливає на формування середовища життєдіяльності через соціальні дії учасників виробничих відносин і їх наслідки.

2.2. Формування сучасної концепції корпоративної соціальної відповідальності

Закінчення процесу початкового накопичення капіталу призвело до великого перерозподілу активів в Україні, професійні менеджери прийшли до керівництва великими корпораціями, а власниками підприємств стали переважно акціонери. На сьогодні зрозуміло, що соціальне забезпечення робітників та їх захищеність, соціальний благоустрій стали фактором росту продуктивності праці та забезпечення стабільності. Як результат, соціальне забезпечення стало фактором росту виробництва, прибутків власників підприємств та збільшення дивідендів [33].

Еволюція ринкових механізмів поєднується з посиленням регулювання соціально-економічних процесів з боку держави на всіх рівнях – від муніципального до загальнонаціонального. Основну активну роль в ньому відіграють інститути громадянського суспільства [10].

Значної трансформації зазнає соціальна поведінка основних господарюючих суб'єктів – корпорацій.

Серед причин, що спонукали великі компанії звернути пильнішу увагу на політику у взаєминах з суспільством, можна виділити також:

1. Тиск, що посилювався, з боку держави, яка під тиском суспільства висунула жорсткіші стандарти у сфері трудового законодавства, охорони навколишнього середовища. В Україні роль держави була значно менша, ніж в західних країнах, проте і у вітчизняній економіці поступово посилювалися норми екологічної безпеки, ускладнювалося трудове право.

2. Тиск профспілок, перш за все у сфері охорони праці і в соціальній політиці.

3. Значно зріс взаємозв'язок між громадською думкою і рівнем продажів. Відношення до того чи іншого товару або бренду визначається тепер не тільки якістю самого товару, ефективністю реклами. На поведінку споживачів впливає і загальний імідж компанії, зокрема, відповідальність її поведінки відносно партнерів, працівників, навколишнього середовища, суспільства в цілому. Таким чином, підвищується соціальна відповідальність корпорацій [97].

Створене різноманіття форм власності і типів господарювання, їх рухливість і гнучкість, властиві сучасній економіці, водночас роблять її здібною до швидких і ефективних перетворень, настільки необхідних для реалізації соціальних імперативів постіндустріалізму. Вони поєднуються зі зростаючою участю працівників в управлінні підприємством і розподілі прибутку, з колективними засобами трудової мотивації в рамках нових форм організації [17].

На початку XXI століття більшість крупних компаній США і Західної Європи сформували власну політику корпоративної соціальної відповідальності. Більш того, були створені об'єднання компаній, метою яких став розвиток і просування концепції корпоративної соціальної відповідальності, ця тема почала розроблятися дослідниками і експертами, що працюють в області корпоративного управління, а вивчення концепції корпоративної соціальної відповідальності увійшло до всіх учбових курсів по корпоративному менеджменту провідних економічних вузів [102].

У сучасному суспільстві, де склалися певні економічні тенденції, соціальний аспект в діяльності практично будь-якої крупної компанії як в Україні, так і в інших країнах світу, стає все більш і більш пріоритетним. За рахунок спільної роботи комерційного, некомерційного і державного секторів вирішуються актуальні на сьогоднішній день соціальні проблеми, розробляються різні соціальні програми, направлені на розвиток того або іншого регіону. Соціальна діяльність корпорацій часто визначає стратегії розвитку компаній, впливає на розподіл грошових коштів і ресурсів в даних компаніях. Вона особливо важлива в країнах з перехідною економікою, оскільки там наявна висока соціальна диференціація і деякі регіони, в яких працюють ті чи інші компанії, дуже потребують додаткового розвитку і фінансування. Сучасні крупні корпорації можуть цілком забезпечити і реалізувати дані цілі [18].

Зараз в країнах далекого і ближнього зарубіжжя збільшилася увага до теми соціальної відповідальності корпорацій. Оскільки спостерігається стійка тенденція, що економічно нежиттєздатні підприємства не можуть бути соціально-відповідальними в довгостроковому плані, так само як і підприємства, що не несуть соціальної відповідальності, не можуть стати життєздатними [18]. Можна

стверджувати про те, що відбулися серйозні зміни в системі економічних відносин, зокрема, зміна цінностей споживача під впливом розвитку Інтернет-технологій [107].

Сьогодні можливо отримати абсолютно будь-яку інформацію про корпорацію, а сучасному ринку споживання далеко не байдуже, як корпорація поводить себе по відношенню до споживачів, по відношенню до постачальників і до навколишнього середовища. Споживачі стали більш вимогливими, як результат, компанії все частіше стикаються на ринку з українською жорсткою конкуренцією, що вимагає значних витрат на розвиток маркетингу. Сучасна економічна ситуація унікальна за темпами появи нових і розширенням активності вже існуючих компаній, інтереси яких в значній мірі не співпадають з інтересами суспільства [25].

Слід відмітити, що при вивченні соціальної відповідальності бізнесу основна увага відводиться відповідальності корпорацій. На це є безліч причин. Малі і середні підприємства, як правило, управляються їх власниками, отже, повністю відображають етичні характеристики керівника, економічна діяльність якого повністю відображає поняття і норми свого особистого життя. Більш того, малий і середній бізнес не має в своєму розпорядженні такої значної кількості ресурсів, як корпорації, які здатні приносити як велику користь, так і велику шкоду. У великих корпораціях опиняється в залежності велике число людей. В цю категорію потрапляють як працівники, так і багато міст, в яких корпорації розміщують свої виробництва.

Спочатку корпорація призначалася для вирішення спільних проблем, виступала як інструмент самоврядування груп, зайнятих загальною діяльністю [8]. Белл Д. підкреслив: "Представлення корпорації лише як економічного інструменту означає повне нерозуміння значення соціальних змін за останні півстоліття" [30].

Виходячи із загальноприйнятих уявлень про корпорацію, слід відмітити, що поведінка господарюючого суб'єкта розглядається як "прагнення до багатства, що супроводжується зростанням потреб". Як результат, корпоративний бізнес став асоціюватися з безмежним егоїзмом, який "утворив зрозумілу основу економізму" [103]. Масове виробництво більшості продуктів створює велику кількість відходів, часто токсичних. Величезна влада корпорацій спричиняє і

велику відповідальність. Діяльність і економічна місія корпорацій є фундаментальними для процвітання людства.

Корпорації розуміють, що в умовах жорсткої конкурентної боротьби легко втратити свої позиції. Отже, щоб привернути увагу покупця, їй необхідно запропонувати щось додаткове.

У нових умовах корпорації не можуть працювати тільки як механізми для максимізації окремих економічних функцій. Цілі корпорації змінюються "від одиничних до множинних не просто на рівні риторики або зв'язків з пресою, але і на рівні ідентичності і внутрішнього самовідчуття" [106].

Корпорації усвідомили, що розвитку бізнесу більшою мірою сприяють освічені і матеріально забезпечені службовці або покупці, ніж бідні і неосвічені. Для забезпечення умов майбутнього існування і розвитку корпорації стали брати на себе "справедливу частку відповідальності" за соціальне поліпшення в цілях зниження небезпеки втрат від соціальних ризиків.

Стабільність населення і суспільства в цілому є основою ефективного функціонування корпорацій, що обумовлює необхідність вироблення заходів і механізмів поліпшення стану біосфери, що дозволить забезпечити таку стійкість.

Як результат, корпорації прагнуть будувати свої відносини з громадськістю, орієнтуючись на довгостроковий період, оскільки саме постійні споживачі і забезпечують стабільність бізнесу. Втрата постійних споживачів негайно позначається на об'ємі продажу. На Заході фраза "тому, що для отримання прибутку потрібно принести щастя клієнтові" перетворилася на поширений штамп. По суті, це положення лежить в основі всієї системи відносин "виробник – споживач", соціальної відповідальності корпорацій перед споживачами. Сучасні компанії зосереджують свої зусилля на менеджменті відносин зі споживачами, які будуються на принципі "переверненої піраміди": керівництво виявляється внизу, а покупці вгорі, тим самим демонструються пріоритети і цілі компанії. В організації, орієнтованій на продажу, покупець вважається першою і головною особою, що діє. Тому одним з найбільш важливих критеріїв процвітання і успіху компаній є висока якість взаємин зі своїми діловими партнерами, працівниками і клієнтами [113].

Таким чином корпорації як частина певного соціального і політико-культурного середовища не можуть ігнорувати інтереси суспільства, а навпаки, повинні погоджувати з ним свої власні інтереси. Як відзначає Ф. Шамхалов: "Розвиток і поліпшення соціального середовища відповідають довгостроковим інтересам бізнесу і корпорацій" [121].

Усвідомлення реалій, що склалися, і економічні ефекти, що з'явилися від їх реалізації, зумовили появу в кінці XIX – на початку XX століття так званої концепції соціальної відповідальності корпорацій. Першою професійною групою, що побачила вигоди від застосування цієї концепції, стали американські інженери, які, як відзначав американський історик Е. Лейтон-мол., вбачали в демонстрації "відчуття соціальної відповідальності" засіб підвищення соціального престижу своєї професії [124]. Примітно, що активними пропагандистами цієї концепції стали президент компанії "Дженерал електрик" Дж. Своуп, голова ради директорів тієї ж компанії О. Янг, президент компанії "Амерікен телефон енд телеграф" У. Джиффорд та ін.

Хоча основні положення концепції соціальної відповідальності корпорацій склалися в 1930-х роках, її теоретичні передумови йдуть своїм корінням в учення А. Сміта, Дж. А. Гобсона, В. Парето, Дж. М. Кейнса, Д. Ерроу, Р. Мюрдаля, Дж. Гелбрейта, Дж. Бьюкенена та інших авторів, що займалися аналізом проблем суспільного добробуту.

Широкий резонанс мала робота відомих економістів Ф. Берлі та Г. Мінза "Сучасна корпорація і приватна власність", яка зіграла важливу роль в розробці і популяризації цієї концепції. У роботі обґрунтовувалася ідея, що для забезпечення корпоративної системи, що виживає, ті, хто контролює крупні підприємства, повинні стати "абсолютно нейтральною технократією, яка врівноважує різноманіття потреб різних соціальних груп та закріплює частину потоку доходів за кожною із них на основі не приватної пожадливості, а суспільної політики" [128].

У післявоєнний час особливий вплив на розповсюдження теорії соціальної відповідальності зробила книга американського економіста Г. Боуена "Соціальна відповідальність бізнесу". В ній

автор визначив соціальну відповідальність корпорацій як "обов'язок бізнесменів ухвалювати ті рішення і слідувати тим напрямкам діяльності, які бажані з погляду цілей і цінностей суспільства" [36]. Дане формулювання визначає "ситуацію, згідно якої бізнес, крім дотримання законів і виробництва якісного продукту, а також виконання різних законних дій відповідно до цілей організації, добровільно бере на себе додаткові зобов'язання перед суспільством, вносить значний внесок до поліпшення якості життя людей" [78]. Багато корпорацій розуміють, що соціальна діяльність надасть їм значно більше переваг в регіонах і відповідно до цього розглядають її вже як невід'ємну частину основної виробничої діяльності, важливу частину бізнес-стратегії, іноді навіть більшу, ніж будь-який інший аспект менеджменту. Представники сучасних крупних корпорацій намагаються встановлювати гармонійні відносини із суспільством і піклуватися про свою репутацію та імідж. Першорядним для компаній є правильне позиціонування себе в очах населення і держави, намагання створити собі імідж соціально відповідальної, такої, що піклується про населення, екологію і навколишній світ, компанії.

В результаті все більшого визнання цієї концепції виявилися її наступні складові компоненти:

1. Дотримання суспільного інтересу. В сучасному суспільстві дотримання принципу особистої вигоди, що є основоположним в ринковій економіці, не обов'язково приводить до блага суспільства. У разі конфлікту, що виникає між приватним і суспільним благом, його вирішення на користь задоволення суспільних потреб є пріоритетним.

2. Співпраця урядових і приватних організацій. Добробут суспільства не може забезпечити тільки уряд або тільки приватні організації, тому необхідно прагнути до консенсусу між державою і корпораціями, а також громадськими організаціями і асоціаціями дрібних і середніх підприємців [145].

3. Урівноваження конкуруючих інтересів і визначення пріоритетів, що враховують інтереси інвесторів, робітників, споживачів, постачальників, конкурентів, національних і місцевих суспільств, інших добровільних організацій і навіть неорганізованих груп.

Головним же об'єктом координації є соціально-економічна ідеологія або загальна концепція взаємин різних частин політико-економічного організму. За допомогою консенсусу формується певна національна ідея, що служить базою вироблення стратегічного бачення майбутнього країни; консенсус стає інструментом забезпечення балансу економічної ефективності і соціальної справедливості, а також засобом вирішення конфліктів і дотримання стабільності в суспільстві [114].

Сучасні теоретичні дослідження соціальної відповідальності багато уваги приділяють позиціям, які може займати організація, зважаючи на її зобов'язання перед суспільством. За основу береться загальна соціальна відповідальність компанії, визначена відповідно до чотирьох критеріїв: економічного, юридичного, етичного і прийнятої на себе відповідальності (поліпшення добробуту суспільства і якості життя), положення яких в загальній піраміді визначається їх відносною важливістю і частотою, з якою менеджери стикаються в кожній групі. Організація може розміщуватися уздовж осі, що йде від нижчого до вищого ступеня соціальної відповідальності, і використовує певні викладені нижче типи дій.

1. Соціальна обструкція: Компанія, що знаходиться на цьому рівні, практично не робить або робить дуже мало для вирішення соціальних проблем і проблем навколишнього середовища. Коли вона переходить межі дозволеного в своїй професійній діяльності, типовою реакцією є заперечення і приховування своїх дій. Характерний тип дії – обструкція – означає відмову компанії від всіх обов'язків; у випадку, якщо недобросовісні дії були помічені, використовується тактика спростування доказів, що пред'являються, доводи про фальсифікацію доказів, перешкоди розслідуванню (якщо таке проводиться) [187].

2. Соціальні зобов'язання: Ця позиція включає дії організації, направлені на виконання обов'язків, покладених законодавством, і нічого більше. Керівники в таких організаціях наполягають на тому, що їх справа – створювати прибуток. Такі організації переважно використовують тактику захисту. Вона припускає, що організація бере на себе відповідальність за деякі помилки і упущення, але ніяк не перешкоджає можливим розслідуванням. Менеджери, що

користуються такою тактикою, вважають, що "такі речі трапляються, але винних в них немає".

3. Соціальний відгук: Для такої компанії характерне виконання не тільки юридичних і етичних вимог, але і добровільна участь в соціальних програмах. Хоча іноді організацію необхідно переконати в цьому, сама вона не проявляє ініціативи в пошуку можливостей. Основний тип дій – пристосування – означає, що менеджмент несе соціальну відповідальність за дії організації, хоча, можливо, робить це, поступаючись зовнішньому тиску. Компанія, дотримуючись такої тактики, прагне виконувати свої економічні, юридичні і етичні обов'язки, а у разі тиску зовнішніх сил згортає піддану критиці діяльність.

4. Соціальний внесок: У цьому випадку компанія розглядає себе як відповідального члена суспільства та ініціативно шукає можливості зробити свій внесок до розвитку суспільства. Дії такої компанії частіше всього проактивні, вони припускають, що компанія бере на себе ініціативу в соціальних питаннях, самостійно ідентифікує суспільні інтереси і діє, не чекаючи вказівок або тиску з боку зацікавлених груп [127].

Основний акцент, коли говорять про проактивну соціальну відповідальність, роблять на так звану теорію вкладників, теорію "утримувачів участі". Мова йде про те, що відбувається серйозний поворот від теорії власників акцій до теорії утримувачів участі. Під утримувачами участі розуміють перш за все споживачів, постачальників, державу, навколишнє середовище, ті місцевості, в яких ці підприємства проводять свою діяльність. Відповідно міняється і розуміння соціального контракту. Соціальний контракт враховує тільки дві сторони – найнятих робітників і власників, – але враховує і всіх вкладників або утримувачів участі, які так або інакше впливають на корпорації. Підприємства – це важливі елементи нашого суспільства, тому мораль та його норми також управляють їх поведінкою. Підприємства, подібно до індивідуальних членів суспільства, діють соціально відповідальним чином і сприяють зміцненню моральної основи суспільства. Більш того, оскільки всі випадки життя не можуть бути охоплені законами, підприємства, щоб підтримувати суспільство, виходять з відповідальної поведінки, яка заснована на законності і впорядкованості [24].

Таким чином, концепція соціальної відповідальності корпорацій виходить з визнання того факту, що корпорація є частиною суспільства, а суспільство інтегрує в себе корпорації, тому стійкість розвитку суспільної системи визначається ступенем відповідності їх інтересів.

Професор університету Арізони К. Девіс вважав, що "суть соціальної відповідальності витікає із заклопотаності представників бізнесу етичними наслідками своїх дій в тій мірі, в якій вони можуть впливати на інтереси інших". І далі: "Нові умови означають, що корпораціям доведеться подумати про те, як ефективно проводити соціальні цінності разом з економічними цінностями. Суспільство не відкидає ідею прибутку, але розширює це поняття, включаючи в нього як соціальний, так і економічний прибуток". Під поняттям "соціальна відповідальність" К. Девіс розумів, що приватні організації здійснюють свої дії, несучи за них відповідальність перед суспільством. У даному контексті він надавав перевагу поняттям "соціально відповідальний бізнес" і "соціальний капіталізм" [177].

Соціальна відповідальність не тотожна поведінці корпорації відповідно до закону тому, що "не всі системні дії ділових рішень враховуються законом". Соціальна відповідальність припускає "визнання фірмою соціальних зобов'язань за рамками вимог закону разом із зобов'язаннями, позначеними в законі" і полягає в тому, що "пропонує керівництво в соціальній області замість того, щоб просто відповідати на очікування суспільства... взаємодіє з суспільством і допомагає йому ухвалити соціальні рішення, сприяючи цьому своїми особливими здібностями і знаннями... є активним учасником, а не пасивним респондентом... аналізує системні дії і виступає ініціатором дій, що коректуються, перш, ніж з'являються серйозні проблеми". Виходячи з подібних доводів і міркувань, К. Девіс сформулював своєрідний "залізний закон відповідальності", суть якого відображає наступна теза: "Кінець кінцем ті, хто використовує владу не таким шляхом, який суспільство вважає відповідальним, можуть втратити її" [177].

Наукову концепцію взаємозалежності економічних та соціальних процесів обґрунтувала професор Верхоглядова Н.І., яка спира-

лася на підходи щодо виявлення основних напрямів розвитку соціально-трудова відносин та їх практичну реалізацію в діяльності вітчизняних корпорацій [11].

Сучасні концепції та приклади економічних передумов політики соціального партнерства з точки зору аналізу міжнародного досвіду досліджував І.Л. Сазонець. Визначаючи загальні напрями соціально-трудова відносин в сучасних ТНК, автор виділив три головних аспекти їх діяльності:

- сутність та особливості розвитку соціального партнерства;
- соціальна відповідальність ТНК;
- дослідження і формування моделі соціального партнерства в діяльності ТНК [137].

Отже, місце і роль корпорації в сучасному суспільстві безпосередньо залежить від рівня соціальної відповідальності корпорації. Ступінь соціальної відповідальності корпорації знаходиться в прямій залежності від рівня її організаційної культури.

Компанія, яка добилася пошани в суспільстві, може розраховувати на те, що кожен окремий його член при покупці товару або послуги віддасть перевагу саме їй, принаймні за інших рівних умов. Бізнес, який будується серйозно і надовго, просто зобов'язаний з цим рахуватися. Цей принцип у свою чергу приводить до того, що корпорації зазнають значної трансформації соціальної поведінки. Тим самим підвищується соціальна відповідальність корпорацій [79].

Позитивні відносини зі всіма, хто так чи інакше пов'язаний з корпорацією, дуже важливі як для сьогодення, так і для майбутнього будь-якого бізнесу.

Різноманіття корпорацій, з урахуванням рухливості і гнучкості, властивих сучасній економіці, ставлять їх перед необхідністю бути здібними до швидких і ефективних перетворень, таких необхідних для реалізації соціальних імперативів постіндустріалізму. Вони поєднуються з участю, що зростає, працівників в управлінні підприємством і розподілі прибутку, з колективними способами трудової мотивації в рамках нових форм організації, з різними формами співпраці з підприємцями, власниками підприємств, адміністрацією, владними структурами, споживачами, місцевими співтовариствами, різними суспільними інститутами. Корпорація несе

соціальну відповідальність перш за все перед тією громадою, на території якої вона функціонує. Вона платить податки, які йдуть на підтримку шкіл, лікарень, поліпшення доріг і т.п. Більшість компаній прагнуть бути хорошими громадянами в своїх общинах [43].

Але там, де немає належної уваги персоналу, там немає і великих успіхів. У такій організації працівники стають пасивно-агресивними. Вони пасивно сприймають завдання, що стоять перед організацією, і ця пасивність нерідко веде до агресивної поведінки: зниження трудової дисципліни, зростання числа неявок на роботу, падіння трудового інтересу, відсутності лояльності до організації, погіршення трудової моралі та ін. Психологічний настрій такого працівника виражається однією фразою: "Якщо компанія не піклується про мене, чому я повинен піклуватися про неї?" [138].

Щонайпершою відповідальністю організації є створення робочих місць. Забезпечення людей роботою і створення умов, щоб насолоджуватися плодами своєї праці, – це те прекрасне, що корпорація може зробити для суспільства. Окрім того, працедавці повинні забезпечити сприятливий робочий простір, вільний від усіх форм дискримінації, а також безпеку робочого місця.

Загальна формула співпраці – соціальне партнерство, в якому беруть участь підприємці і їх об'єднання, працівники та їх організації, представники державних органів, різних інститутів цивільного суспільства [174].

Поняття соціальної відповідальності корпорацій ґрунтується на тому, що організації, особливо комерційного плану, несуть на собі обов'язок клопотатися про всіх людей, які мають до них відношення, тобто про співтовариство, в якому існує даний бізнес. Можна сказати, що це свого роду соціальна угода між громадськістю і корпорацією, направлена на благо всього суспільства [85].

Використання в стратегічних планах розвитку принципів соціальної відповідальності підвищує адаптивність і ефективність підприємницької системи. Реалізація цих принципів також сприяє легітимізації діяльності підприємницьких структур в очах громадськості. У довгостроковому плані соціальна відповідальність служить умовою економічної ефективності. Вона впливає на ступінь довіри споживачів до продукції, вироблюваної даною корпорацією і,

відповідно, на курс її акцій. Іншими словами, в кінці XX століття вирішення соціальних проблем стає прибутковою справою [149].

Виділяють три напрями для визначення вітчизняної корпоративної соціальної відповідальності:

1. Бізнес платить податки в повному обсязі і легально, тим самим кошти надходять до бюджету, звідки розподіляються на ті ж самі соціальні програми.

2. Соціально-відповідальні корпорації повинні платити економічно обґрунтовану зарплату. Не секрет, що зараз бізнес часто економить на зарплаті, розглядаючи її як частину своїх витрат. З одного боку, це так. Але з іншого – корпорації повинні зрозуміти, що висока зарплата дозволяє людині витратити гроші на підтримку свого здоров'я, на освіту, на культуру. Тобто працівник витратить гроші на підготовку себе і своєї сім'ї до теперішнього і майбутнього трудового життя, адже в Україні гостро не вистачає кваліфікованих кадрів. І в цьому сенсі для працедавця зарплата – це не витрати, а інвестиції (і дуже вигідні) в людський капітал.

3. Соціально-відповідальні корпорації на добровільній основі займаються добродійністю. Для бізнесу це теж дуже вигідна справа. Це створення і підтримка репутації, яка коштує грошей. З одного боку, потенційний інвестор має більше довіри, якщо компанія може дозволити собі проводити масштабні соціальні програми, безпосередньо не пов'язані з виробництвом, та її знають в суспільстві. І з іншого боку, ці програми показують, що бізнес відкритий, він займається не лише внутрішніми корпоративними програмами, але і працює з суспільством [9].

На даний момент в міжнародній практиці не існує єдиного загальноприйнятого визначення соціальної відповідальності корпорацій і, певно, не може бути, оскільки йдеться про системний підхід до комплексної проблеми.

Одне з визначень надає наступне тлумачення поняття "корпоративна соціальна відповідальність" – "це спосіб управління бізнес-процесами з метою забезпечення позитивного впливу на суспільство" [12].

Світова Рада Компаній зі Сталого Розвитку визначає корпоративну соціальну відповідальність як "довгострокове зобов'язання

компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя працівників і їх родин, громади й суспільства загалом" [12].

Визначення Організації Економічної Співпраці та Розвитку (ОЕСР) розкриває суть КСВ як сталий розвиток, який передбачає збалансованість економічних, екологічних і соціальних цілей суспільства, а також їх інтеграцію у взаємовигідні приписи та підходи [12].

Корпоративна соціальна відповідальність – це постійна схильність корпорацій вести справи на принципах етики і робити свій внесок в економічний розвиток суспільства, водночас покращуючи якість життя своїх працівників і їх сімей [190].

"Green paper" Європейського союзу визначає корпоративну відповідальність як "концепцію, в рамках якої компанії на добровільній основі інтегрують соціальну і екологічну політику в бізнес-операції, їх взаємовідносини зі всім колом, пов'язаних із компанією організацій і людей". Такий підхід прийнятий більшістю країн Європейського союзу [181].

Корпоративна відповідальність корпорацій перед суспільством визначається як поведінкова філософія, як концепція вибудовування окремими корпораціями, діловим співтовариством і підприємствами своєї діяльності в наступних напрямках:

1. Дотримання вимог екологічного, податкового, трудового і т. п. кодексів.

2. Виплата легальної зарплати, зменшення безробіття шляхом створення робочих місць, розвиток людського потенціалу, залучення інвестицій.

3. Виробництво для споживачів якісної продукції і послуг.

4. Раціональне ведення бізнесу, орієнтованість на зростання добробуту акціонерів компанії та створення доданої економічної вартості.

5. Врахування громадських очікувань та етичних норм в загальноприйнятій практиці ведення справ.

6. Формування культури суспільства шляхом впровадження партнерських програм та реалізації проектів з розвитку місцевого співтовариства [107].

У цьому розширеному визначенні слід звернути увагу те, що більшість напрямів діяльності корпорацій містять економічні принципи підприємницької діяльності, етичні і юридичні норми ведення бізнесу. Соціальна складова представлена в даному визначенні через інвестиції в розвиток людського потенціалу і внесок у формування громадянського суспільства через партнерські програми і проекти розвитку місцевого співтовариства [163].

Згідно визначення економістів, корпоративна соціальна відповідальність корпорацій – це добровільний внесок корпорацій в розвиток суспільства в економічній, соціальній та екологічній сферах, який пов'язаний з основною діяльністю підприємства та виходить за визначені законом межі [111].

Примітне визначення Гордона Фіта [78], в якому корпоративна соціальна відповідальність трактується як серйозна спроба вирішити соціальні проблеми, викликані повністю або частково діями корпорації. Подібне несподіване застосування цього терміну відкриває новий ракурс на тему корпоративної соціальної відповідальності. Так, наприклад, на Заході проблеми соціальної відповідальності корпорацій ініціюються самим суспільством, людьми. Люди піднімають певні проблеми і говорять про них.

В Україні ситуація має певну специфіку. Так, для деяких вітчизняних компаній тема корпоративної соціальної відповідальності з самого початку присутня в повістці, а не виникає за ініціативою суспільства або держави. Це в першу чергу компанії, які сформувалися на базі радянських підприємств, яким дісталася в "спадок" необхідність підтримувати соціальну інфраструктуру цілих населених пунктів. З іншого боку, нерідко зустрічаються компанії, які намагаються прикрити свої неетичні дії через демонстрацію своїх досягнень, наприклад, в добродійності. Одночасно з цим росте кількість компаній, для яких дотримання певних принципів "життя в суспільстві" є нормою [172].

Необхідно розуміти, що сьогодні суспільство чекає активної позиції компаній, понад мінімальний і обов'язковий набір вимог. Частину цих "вимог" бізнес накладає на себе сам, наприклад, вимога бути ефективним і прибутковим бізнесом; інші – закріплені законом, зокрема, сплата податків. Ймовірно, компаніям необхідне

розуміння того, що у суспільства є додаткові очікування від корпорацій. Слід відмітити, що ці очікування далеко не завжди носять тільки фінансовий характер. Часто суспільству не вистачає інформації про те, наприклад, які принципи застосовує компанія на практиці відносно свого персоналу, контролю якості продукції, впливу на екологію, участі в житті місцевих співтовариств.

Таким чином, слід говорити про те, що у кожної компанії існують свої завдання, з якими компанія працює тими або іншими методами і, природно, зачіпає інтереси суспільства. Те, яким чином компанія розуміє свою соціальну роль і свій внесок в розвиток суспільства понад обов'язковий і закріплений законами мінімум, і є основна інформація для початку діалогу з суспільством. В даний час все більше компаній по всьому світу разом з річними звітами публікують інформацію про екологічні аспекти своєї діяльності і про те, як діяльність компанії здійснює внесок в розвиток суспільства [38].

Не дивлячись на те, що з визначенням предмету соціальної відповідальності корпорацій сьогодні погоджується більшість дослідників, вони розходяться головним чином у тому, якою мірою кожна із сторін повинна брати участь в досліджуваному процесі. Всіх їх можна було б розділити на дві групи.

Перша – в максимальному ступені покладає відповідальність за розвиток суспільства на корпорації. За даними дослідження, цієї думки дотримуються близько 80% респондентів, що мають уявлення про соціальну відповідальність корпорацій [74]. У прихильників цієї позиції не зустрічаються згадки про іншого суб'єкта відносин, тобто суспільство і державу та їх відповідальність перед бізнесом. Мова йде про всесвітню підтримку з боку державних і суспільних структур розвитку всіх видів бізнесу, від дрібного до великого. Цілком зрозуміло, що прихильниками даної групи найчастіше виступають функціонери державних установ і громадських організацій.

Друга – група дослідників, яка навпаки, визнає необхідність накладення на корпорації соціальної відповідальності тільки після того, як в суспільстві будуть створені всі необхідні для цього умови. Дана незначна за чисельністю група (20% респондентів з числа тих, що орієнтуються в проблемах соціальної відповідальності корпорацій) складається з представників самого бізнесу або його інститутів,

що цілком зрозуміло. Бізнес на сьогоднішній день знаходиться в достатньо складній ситуації, не завжди дружній, деколи дуже ворожій, і з боку держави, і з боку суспільства. Очікування тим більше агресивні, чим більше процвітає бізнес. Російським дослідником Д. Зелениним був представлений альтернативний варіант розвитку соціальної моделі; в якому "бізнес виступає рівноправним партнером держави, а вона, у свою чергу, є гарантом прозорості правил гри на ринку соціальних послуг" [83]. Саме ця відмінність в підходах і поглядах на проблему предмету соціальної відповідальності корпорації породжує різні погляди на зміст даних відносин.

Основною складовою визначення корпоративної соціальної відповідальності є добровільний внесок приватного сектора в суспільний розвиток через механізм соціальних інвестицій [144].

"Соціальні інвестиції корпорацій – це матеріальні, технологічні, управлінські та інші ресурси, а також фінансові кошти компаній, що направляються за рішенням керівництва на реалізацію соціальних програм, розроблених з урахуванням інтересів основних внутрішніх і зовнішніх заінтересованих сторін, в припущенні, що в стратегічному відношенні компанією буде отриманий (хоч і не завжди, і непросто вимірюваний) соціальний і економічний ефект" [28].

Необхідність такого підходу до просування компаній викликана, в першу чергу, складністю промислової продукції, яка утрудняє створення привабливого іміджу і репутації в очах аудиторій, що не мають прямого відношення до її використання. В результаті комплексного підходу до просування компанії-члена місцевого співтовариства створюється позитивна репутація корпорації і потенційний споживач автоматично переходить на її продукцію, а потреба в постійному роз'ясненні технічних особливостей цієї продукції відпадає.

2.3. Формування корпоративної соціальної відповідальності на прикладі надання будівельних послуг

Актуалізація проблематики КСВ є головним напрямом останніх років для соціально-управлінської практики і вітчизняної науки. Будівельні корпорації нагадують собою мозаїчну картину, складену з різних місць, народів, культур, звичаїв, законів, вдач, процесів, процедур і етичних систем. Але треба зазначити, що до будівельних корпорацій належать підприємства, у яких, відповідно до КВЕД, основним видом економічної діяльності є "Будівництво", а саме: будівництво будівель та споруд; оренда будівельної техніки з оператором; підготовка ділянок будівництва; установа будівель, інженерного устаткування та споруд; роботи із завершення будівництва.

Дані дискусії ускладнюються відсутністю єдиних концептуальних рамок і теоретико-методологічних підстав розгляду проблеми, що підсилює необхідність і важливість теоретичного пошуку конструктивних напрямів.

Слід зазначити, що концепція соціально відповідальної поведінки корпорацій давно перейшла з розряду теоретичних обґрунтувань в розряд методичних дій, здійснюваних представниками ділових кіл. Причинами цього послужив розвиток таких тенденцій, як зниження ролі держави в соціальній сфері, збільшення вимогливості з боку споживачів до діяльності компаній, розподіл відповідальності між партнерами і збільшені вимоги, у тому числі соціальні, з боку інвесторів. Соціально відповідальна поведінка не вимагає радикального розриву із звичайними формами корпоративної діяльності [129]. Розглянемо корпоративні та державні програми з розвитку будівельних послуг, які представлені на рисунку 2.1.

До обсягу будівельних робіт враховується: вартість монтажних і будівельних робіт (без ПДВ), виконаних за контрактами під час нового будівництва, переобладнання, реконструкції, розширення, ремонту та реставрації споруд і будівель.

Індекси промислової продукції обчислюються на підставі даних підприємств про вартість виробленої продукції (робіт, послуг) у порівняних цінах, оцінка проводиться безпосередньо на підприємствах (рис. 2.2.)



Рис. 2.1. Види та напрямки впровадження будівельних послуг за видами ринкових суб'єктів

Частка Дніпропетровщини у загальнодержавному введенні житла становила 2,7%, і за цим показником вона посіла 11 місце серед інших регіонів України.

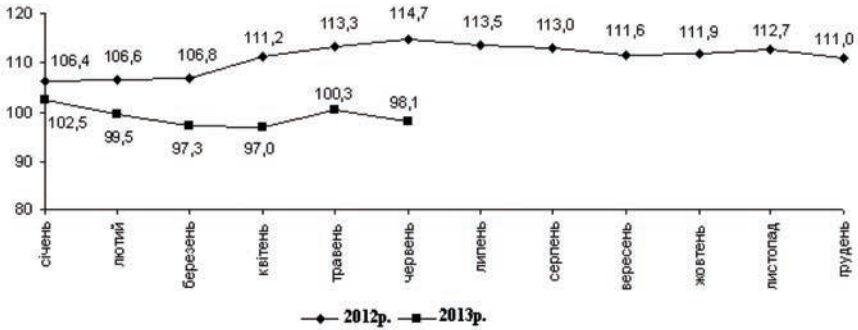


Рис. 2.2. Індекси обсягів виконаних будівельних робіт
(наростаючим підсумком у % до відповідного періоду попереднього року) [160]

Розглянемо поведінку будівельних корпорацій з погляду виконання певних соціальних обов'язків, наявність соціальної відповідальності за наслідки виробничої діяльності і прояву соціальної чуйності по відношенню до суспільства в цілому і окремих його членів. Соціальний обов'язок корпорації полягає в дотриманні встановлених суспільством правил, законодавчих обмежень і підтримці цільових орієнтирів державної економічної політики [123].

Упродовж 2012 р. на території Дніпропетровської області введено в експлуатацію житлові будівлі загальною площею 170,4 тис. м², що на 61,1% менше, ніж у 2011 р. У цілому по Україні обсяги житлового будівництва зменшились на 39%.

Дані щодо обсягів реалізації за видами промислової діяльності сформовано за однорідним продуктом (функціональним принципом). Обсяг реалізованої продукції промисловості (послуг, робіт) визначається як ціна продажу відвантаженої за межі підприємства готової продукції (виконаних робіт та послуг), що зазначена як підстава для розрахунку в оформлених з покупцями (замовниками) документах (включаючи продукцію/послуги за бартерним контрактом, за виключенням непрямих податків (акцизного збору, податку на додану вартість тощо). Реалізація продукції починається з моменту оформлення документів про її передачу незалежно від надходження платежів за неї.

Слід зауважити, що обсяги робіт за характером будівництва розподілились наступним чином: роботи з нового будівництва, реконструкції та технічного переозброєння склали 70,3% загального обсягу, решта – з капітального і поточного ремонтів (16,6% та 13,1% відповідно).

За 2012 рік підприємствами Дніпропетровської області було виконано будівельних робіт на суму 25 084 млн грн. Індекс будівельної продукції порівняно з 2011 р. становив 98,1%.

У житловому фонді області нараховується 1510,9 тис. квартир, з них – 1,5 тис. комунальних. За кількістю кімнат квартири розподіляються таким чином: 17,3% – однокімнатні, 39,5% – двокімнатні, 36,1% – трикімнатні, 7,1% квартир мали чотири кімнати і більше [155].

На кінець минулого року на Дніпропетровщині в експлуатації знаходилось 401,2 тис. м² (0,5% від загальної площі) житла з граничним ступенем зносу (ветхого та аварійного), в якому мешкало 13,2 тис. осіб. Ветхий житловий фонд області складав 1845 будівель загальною площею 328,8 тис. м² (0,4% загальної площі житлового фонду області), аварійний – 386 будівель загальною площею 72,4 тис. м² (0,1%). Майже все житло з граничним ступенем зносу (91%) знаходилось у міських поселеннях [162].

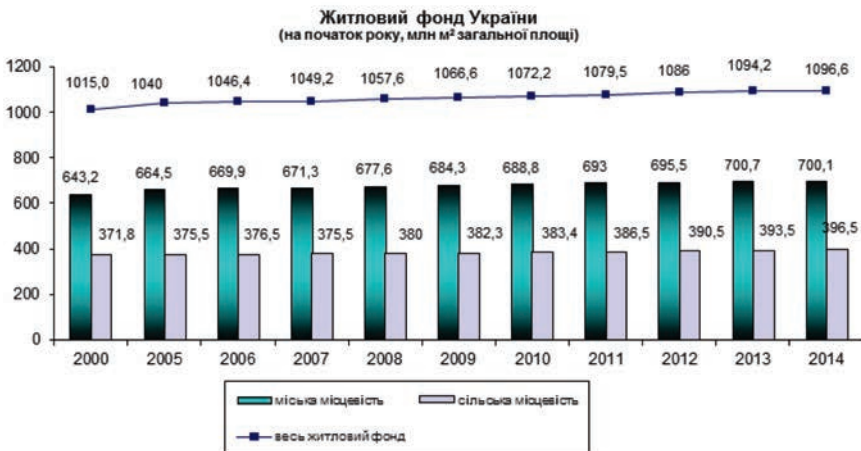


Рис. 2.3. Житловий фонд України (на початок року, млн м² загальної площі)

За результатами проведеного соціологічного дослідження виявилось, що житловий фонд України має незначний приріст. Найбільший розвиток отримали міста. Тобто за 13 років житловий фонд збільшився приблизно на 8,8%.

На 1 січня 2014 року житловий фонд країни становив 1096,6 млн м² загальної площі, з якого 63,8% (700,1 млн м²) – житловий фонд міських поселень. Майже весь житловий фонд (98,2%) розміщувався в житлових будинках квартирного типу. Площа гуртожитків та житлових приміщень у нежилых будівлях в загальному житловому фонді склала 1,8 % (19,6 млн м²).

Загальна кількість квартир в Україні становила 19,4 млн. За кількістю кімнат квартири розподілились таким чином: 19,3% – однокімнатні, 37,0% – двокімнатні, 32,8% – трикімнатні, 10,9% квартир мали чотири і більше кімнат.

В експлуатації знаходилось 4,9 млн м² ветхого та аварійного житлового фонду, або 0,4% від усього житлового фонду, в якому проживало 89,5 тис. осіб [162].

Таблиця 2.4.

Квартирна черга та поліпшення житлових умов (тис.)

	Перебували у черзі станом на 01.01.14 р.	у тому числі за часом перебування на обліку				Одержали житло та поліпшили житлові умови
		менше року	1-5 років	6-9 років	10 років та більше	
Усього перебувало у черзі	807719	22036	134089	136891	514703	6047
у тому числі:						
громадяни, які користуються правом одержання житла	227266	7756	45447	42323	131740	1895
громадяни, які користуються правом позачергового одержання житла	84698	5224	20706	14350	44418	1410
громадяни, які перебувають у загальній черзі	495755	9056	67936	80218	338545	2742

На початок 2014 року перебувало на квартирному обліку 807,7 тис. громадян (що на 214,0 тис. менше, ніж на кінець 2012 року). Найбільш чисельними виявилися категорії громадян, які є мешканцями гуртожитків – 132,2 тис. (16,4%) та молоді сім'ї – 84,8 тис. (10,5%).

У 2013 році житло одержали 6,0 тис. сімей та однаків, що на 1,2 тис. менше відповідного показника минулого року (0,6% до попереднього року).

На 1 січня 2014 року житловий фонд налічував 10176,1 тис. будинків, з них 9,5 тис. – гуртожитки. Середній розмір квартири становив 95,2 м² загальної площі, у т.ч. у сільській місцевості – 136,6 м², у міських поселеннях – 90,9 м². Серед збудованих квартир переважають однокімнатні (42,7% загальної кількості), частка двокімнатних і трикімнатних квартир склала 23,2% і 24,1% відповідно, чотирикімнатних і більше – 10% [162].

У класичному розумінні соціальна відповідальність включає:

- добросовісну ділову практику;
- розвиток персоналу підприємства;
- охорону здоров'я і безпечні умови праці;
- охорону навколишнього середовища і використання ресурсозберігаючих технологій;
- розвиток місцевого суспільства [18].

Суть соціальної відповідальності корпорацій полягає в наступному: "Корпорації повинні бути ініціаторами політики і програм, які покликані мінімізувати побічні негативні наслідки їх поточних або майбутніх операцій, перш ніж ці наслідки приймуть кризові масштаби і стануть каталізаторами ще однієї хвилі протесту, направленої проти бізнесу" [20].

Соціальна відповідальність, таким чином, асоціюється з політико-економічними діями компанії, направленими як на мінімізацію негативних зовнішніх ефектів своїх дій, так і на підтримку позитивного іміджу своєї корпорації в очах громадськості і владно-політичних структур.

Р. Хоум визначає інтерес підприємств в КСВ у наступному порядку:

1. Необхідність захисту корпоративної і брендової репутації, які важливі для щорічної звітності компанії перед суспільством.

2. Необхідність якісного поліпшення показників по управлінню ризиками, пов'язаними з соціальними і екологічними проблемами.

3. Необхідність ліцензування бізнесу в суспільстві, тобто суспільство повинне надавати підтримку корпораціям.

4. Підлаштування цінностей та цілей компанії і її співробітників для залучення і утримання у себе кращих кадрів [90].

Дослідники досить жорстко характеризують стан бізнесу: підприємства, які виробляють продукти і послуги, що не сприяють процвітанню суспільства, займаються морально сумнівним бізнесом, а ті, хто пропонує продукти і послуги, згубні для процвітання людини і суспільства, займаються аморальним бізнесом.

Таблиця 2.5.

Цілі впровадження стратегії корпоративної соціальної відповідальності

Цілі впровадження стратегії корпоративної соціальної відповідальності	Впізнанність	Зацікавленість сторони повинні знати, що підприємство є відповідальним корпоративним громадянином і розуміти, що це означає на практиці
	Універсальність	Зацікавлені сторони повинні знати, що бізнес застосовує єдині принципи взаємодії зі всіма зацікавленими сторонами
	Регіональність	Зацікавлені сторони повинні знати, що для компанії робота в регіонах така ж важлива, як і в обласних центрах і розуміють, що підприємство застосовує однакові стандарти скрізь, де воно представлене, в т. ч. у питаннях участі в житті місцевих співтовариств
	Присутність	Зацікавлені сторони повинні знати, що бізнес постійно удосконалює рівень сервісу

Опоненти концепції соціальної відповідальності характеризують її як "фундаментально підривну доктрину, широке застосування якої зруйнує вільне суспільство" [168]. М. Фрідман як аргумент наводить думку, що у вільній економіці є тільки одна соціальна відповідальність корпорацій – "використовувати свої ресурси і

здійснювати діяльність, направлену на збільшення своїх прибутків до тих пір, поки залишається в рамках правил гри, тобто бере участь у вільній відкритій конкуренції без обману і шахрайства". Навіть просто визнання соціальної відповідальності на словах, стверджував він, "укріплює переконання в тому, що прагнення до прибутку недобре і аморальне і повинно бути приборкано якими-небудь зовнішніми силами. Як тільки ця думка буде визнана, – продовжував М. Фрідман, – приборкувати ринок стане не "соціальна совість" керівників, якою б високо розвинутою вона не була, а "залізний кулак урядових бюрократів" [184].

Слід відзначити правомірність думок М. Фрідмана стосовно короткострокових перспектив розвитку підприємства. Витрати по реалізації соціальної відповідальності можуть прийти в суперечність з основоположною метою корпорації – максимізацією прибутку – через зростання трансакційних витрат виробництва. Проте в довгостроковій перспективі із зростанням престижу і відповідно легітимності корпорації в очах громадськості, виборних політичних і адміністративних владних структур ці витрати багато разів окуплюються. Так, серед вигод від такої діяльності слід вказати на зменшення витрат, необхідних для захисту перед законодавчими і виконавчими органами влади, скорочення наслідків державного втручання, що дорого обходиться, втрат від псування майна підприємства в результаті соціальних безладів і т.п. Важливе значення для стимулювання соціальної діяльності корпорацій має забезпечення державою необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості "соціальних інвестицій". Таким чином, така діяльність корпорацій позитивно відображається на стабільності і ефективності її положення, що дозволяє розглядати публічні вкладення корпорації як зменшення ризику соціальної діяльності і в довгостроковій перспективі максимізувати загальний розмір прибутку [78].

Масштаби соціальної відповідальності корпорацій залежать від їх прагнення до забезпечення стійкого відтворення, соціального визнання і затвердження своєї легітимності в очах суспільства, що передбачає необхідність економічного обґрунтування програм, здійснюваних ними в соціальній сфері.

З практики останніх років видно, що якість середовища проживання і прибуток – важко сумісні поняття. Точкова забудова, руйнування історичної забудови, підвищена поверховість житлових будинків – ось лише деякі негативні моменти функціонування будівельної галузі, зумовлені бажанням отримати більший прибуток. Точкова забудова позбавляє людей звичних місць проведення вільного часу, що призводить до погіршення екологічної ситуації та умов проживання, не кажучи про ті незручності, які відчують мешканці сусідніх будинків в ході будівництва.

В економічному розвитку корпорацій простежується взаємозалежність корпорацій і суспільства; інтересів корпорацій з добробутом суспільства, невід'ємною частиною якого є бізнес. Росте розуміння того, що корпорація залежить від прихильного відношення суспільства, яке може підтримати або підірвати її існування шляхом суспільного тиску на уряд. Визнання того, що система приватного підприємництва не здатна забезпечити загальний добробут, досягнення максимальних благ для всіх членів суспільства обумовлює пошук форм, методів, механізмів гармонізації взаємин в економічній та інших сферах життя людини. Тому з погляду "раціональної вигоди" корпорації необхідно сприяти суспільному добробуту [186].

Економічний розрахунок ставить межі соціальної відповідальності корпорацій, оскільки її технічні, фінансові та інші можливості не безмежні. Головною умовою існування і життєздатності будь-якого підприємства є його економічна рентабельність, яка визначається рівнем прибутковості його діяльності.

Держава повинна стимулювати діяльність корпорації на користь суспільства такими заходами, як пропозиція державних контрактів і стимулів, встановлення єдиних обов'язкових норм поведінки для всіх підприємств, введення системи покарань для фірм, що не дотримують встановлених правил гри і т.п. Як справедливо указував Н. Джекобі, "бізнес тільки тоді повніше реалізує свій потенціал у справі поліпшення якості життя, коли уряд створює ринок для соціально бажаних товарів і послуг" [38].

Розрізняють наступні сфери реалізації соціальної відповідальності корпорацій (табл. 2.6).

Таблиця 2.6.

Реалізація КСВ на підприємствах

Сфери КСВ	Рівні КСВ на підприємстві
Сфера зовнішнього впливу корпорації	– КСВ відносно суспільства; – політика у сфері охорони навколишнього середовища.
Сфера соціальних цінностей і пріоритетів	– принципи і підходи до корпоративного управління; – питання дотримання прав людини у відносинах з постачальниками, споживачами, персоналом.
Сфера внутрішнього впливу корпорації	– корпоративна етика; – політика відносно персоналу.

Таким чином, концепція політики соціальної відповідальності ґрунтується на визнанні взаємозалежності суспільства і корпорації, що передбачає необхідність для корпорацій прийняти на себе широкі соціальні зобов'язання, цілі яких відображають потреби широких верств населення.

Сфера внутрішнього впливу корпорації – включає економічні обов'язки корпорації перед суспільством по ефективному виробництву товарів і послуг, створенню робочих місць і забезпеченню стійких темпів економічного зростання.

Сфера соціальних цінностей і пріоритетів передбачає, що виробничі функції не можуть бути ізольовані від змінних соціальних цінностей і пріоритетів, тому необхідне відстеження не тільки змін на рівні контрольованого сектора ринку, але і в суспільстві в цілому, що є ключовим для виявлення стратегічних орієнтирів розвитку. Як конкретні дії передбачається моніторинг впливу діяльності підприємства на навколишнє середовище, розширення сфери найму за рахунок залучення на роботу представників соціально обділених груп, розповсюдження пошани до людських цінностей, облік очікувань споживачів.

Зростання економічної та адміністративної влади держави примусило корпорації зважати також на соціальні групи, що користуються підтримкою уряду (рис. 2.4).

Політичні інститути	Екологічні вимоги та стандарти	
	Конкуренти	Ринок праці
	Виробництво	Організаційна структура
	Робітники	Організаційна культура
	Споживачі	Постачальники ресурсів
Соціальне середовище	Економічні інститути	

Рис. 2.4. Стейкхолдери підприємства

Проте всі представлені підходи в одному єдині: корпоративна соціальна відповідальність – це відповідальність компанії перед всіма людьми, організаціями та суспільством в цілому, з якими вона стикається в процесі діяльності.

Виділимо основну мету впровадження корпоративної соціальної відповідальності – стати ведучою корпорацією з репутацією соціально-відповідального корпоративного громадянина і якнайкращого партнера для задоволення потреб цільових клієнтів, яка виходить з основних засад соціально-орієнтованої економіки (рис. 2.5).

Сфера зовнішнього впливу корпорації охоплює "виникаючі і ще не ясні обов'язки" корпорацій, які припускають його "активну участь в поліпшенні навколишнього середовища" як, наприклад, членство вищого управлінського персоналу в різних формах суспільного впливу – об'єднаннях, виборних структурах, добродійних організаціях і т.п.

Дж. Маккі відзначав, що новий підхід корпорацій до питання соціальної відповідальності перед суспільством є результатом умов функціонування приватних корпорацій, що змінилися в ХХ столітті. "Як тільки стало очевидно, що система приватного підприємництва не справляється з одним із основних обов'язків перед суспільством, в якому-небудь важливому відношенні стаючи неприйнятним для значної частини суспільства, уряд втручався, щоб примусити корпорації поліпшити їх поведінку шляхом примусових розпоряджень або щоб узяти цей обов'язок на себе" [183].

Сучасна корпорація стає більш відповідальною за розвиток суспільної системи, ніж в епоху вільної конкуренції, а це означає зростання її політичної значущості. Беручи участь в регулюванні суперечностей, що виникають між різними зацікавленими групами, разом із суто економічними функціями вона починає виконувати і політичні функції. Корпорація діє в суспільному середовищі, а її ефективне функціонування залежить від ступеня соціальної відповідальності перед соціумом.

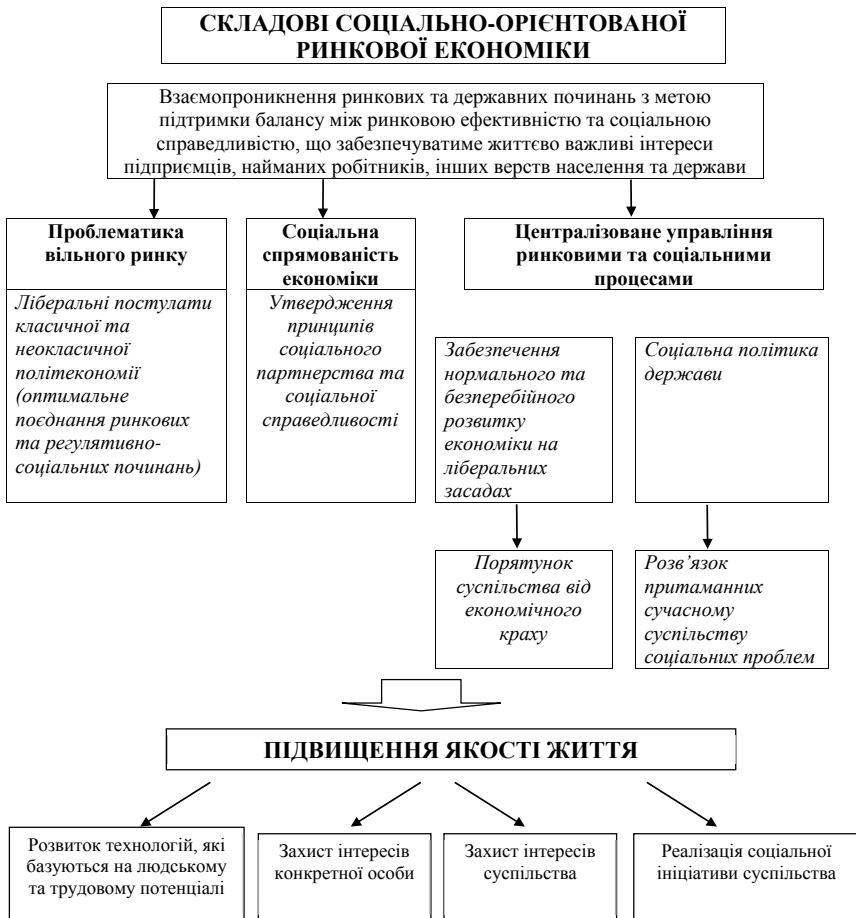


Рис. 2.5. Основні засади соціально-орієнтованої ринкової економіки

Звичайно, не всі вимоги можуть бути виконані компаніями. Важливо те, що є еталонна модель соціально відповідальної поведінки організації, в якій враховуються приватні і суспільні інтереси, які сприяють соціальним згодам в суспільстві. Така модель відповідає вищому ступеню соціальної відповідальності організації. У цьому підході організація і суспільство розглядаються як суб'єкти, що мають однакові інтереси, але у кожного з них свої способи їх реалізації і свої вигоди. Для суспільства такі вигоди очевидні: допомога у вирішенні соціальних проблем, зниження соціальної напруженості, підвищення якості життя населення. На сьогодні стоїть питання про конкретні економічні вигоди, які соціально відповідальна поведінка приносить компаніям [151].

Одним з головних плюсів є створення сприятливих для бізнесу довгострокових перспектив. Дії підприємств, націлені на поліпшення життя місцевої громади або, що зменшують необхідність державного втручання та регулювання, можуть здійснюватися також в інтересах підприємств. З соціальної точки зору у благополучнішому суспільстві умови для діяльності корпорацій більш привабливі. Навіть високі короткострокові витрати, націлені на соціальну активність, в довгостроковому періоді можуть стабілізувати прибуток, оскільки у постачальників і споживачів, місцевої громади формується позитивний образ підприємства, що безпосередньо впливає на збільшення продажу і на позицію на ринку.

Багато досліджень показали, що працівники прихильно реагують на соціальну активність свого підприємства, збільшуючи продуктивність праці. Також підприємство стає привабливішим для тих, хто шукає роботу. Соціально відповідальна поведінка сприяє створенню дружніх відносин з органами влади. Підприємство стає привабливішим для інвесторів, оскільки вони розглядають не тільки економічні показники компанії. Особливо це стосується іноземних інвесторів.

Ще раз зробимо акцент на те, що так організація описується в рамках теорії "утримувачів участі" і проактивної соціальної відповідальності. Це добровільно прийняті на себе обов'язки компаній. Така діяльність компаній по законодавству не є обов'язковою. Згідно із законодавством підприємець зобов'язаний працювати, платити податки і заробітну плату, а держава – займатися вирішенням соціальних проблем. Але справа не тільки в законах.



Рис. 2.6. Переваги та недоліки впровадження КСВ на підприємстві

Розробка теорії соціальної відповідальності корпорацій поставила перед дослідниками проблему вимірювання соціального внеску корпорації. Цікавий підхід до кількісного вимірювання соціального ефекту діяльності корпорацій представлений в дослідженнях А. Гессена [19].

Він включає:

- метод використання "соціальних індикаторів": оцінка умов праці, стану охорони здоров'я, транспорту та ін., і їх динаміка в результаті соціальної діяльності корпорацій;
- метод оцінки дії корпорацій на соціальне середовище: складання "соціального звіту" в звичайній балансовій формі, що враховує соціальні вигоди і витрати від діяльності відповідної компанії для робочих, клієнтів, постачальників, місцевої громади і

суспільства в цілому (наприклад, поліпшення навколишнього середовища і місцеві податки відносяться до соціальних вигод місцевої громади, а вартість спожитих місцевих послуг – до соціальних витрат);

– метод ранжування компаній відповідно до їх соціальної діяльності по критеріях: сплата податків, охорона навколишнього середовища, соціальні програми і т.п.;

– метод управління соціальною програмою, який направлений на розробку системи, що включає оцінку витрат соціальних програм, ефективності їх виконання і дозволяє складати "розумний" бюджет та збільшити "соціальний дохід" на капіталовкладення [14].

Для розуміння корпоративної соціальної відповідальності розглянемо компанії через призму тих ролей, які вони грають:

– компанія-працедавець: створює привабливі робочі місця, платить "білу" зарплату;

– компанія-виробник товарів і послуг: створює якісні товари і послуги;

– компанія-платник податків: платить всі податки (без сірих схем), дотримуючись законів;

– компанія-позичальник капіталу: вчасно погашає кредити, виходить на міжнародні фондові ринки;

– компанія-бізнес-партнер: демонструє добросовісну ділову практику, встановлює надійні відносини з постачальниками і дистриб'юторами;

– компанія-сусід (корпоративний громадянин): запобігає можливим негативним наслідкам своєї діяльності (наприклад, у сфері екології), покращує територію, підтримує соціальне благополуччя;

– компанія-член громадських організацій: здійснює внесок до формування громадянського суспільства.

Всі ці функції притаманні компаніям будівельної галузі. Таким чином, соціально відповідальна будівельна компанія в обов'язковому порядку отримує прибуток і дотримується законів, слідує нормам етики і є хорошим корпоративним громадянином [188].

Вітчизняні будівельні корпорації з одного боку прагнуть до вироблення індивідуальних і загальних підходів до соціальної

відповідальності, упровадження в практику міжнародних принципів прозорості, екологічної безпеки, трудових відносин, підтримки суспільства. З іншого боку багато вітчизняних корпорацій вимушені утримувати соціальні об'єкти, що розвалюються, зберігати велику кількість "радянських" пілг для персоналу. У цій ситуації виходом може бути розробка таких підходів до соціальної відповідальності компаній, які були б засновані на загальноприйнятих міжнародних принципах соціальної відповідальності, але з іншого боку пропонували б форми здійснення політики соціальної відповідальності з урахуванням особливостей України.

Виходячи з вище наведеного, слід визначити основні критерії виявлення зацікавлених сторін (таблиця 2.7).

Таблиця 2.7.

Критерії виявлення зацікавлених сторін у соціально відповідальному будівельному бізнесі

Рівень відповідальності	Акціонери та інвестори
	Органи державної влади
	Постачальники і партнери по бізнесу
	Співробітники
Ступінь впливу	Акціонери та інвестори
	Органи державної влади
	Конкуренти
Ступінь близькості	Акціонери та інвестори
	Постачальники і партнери по бізнесу
	Співробітники
	Місцеві жителі
Ступінь залежності	Співробітники та їх сім'ї
	Споживачі продукції
	Партнери по бізнесу
	Вузи, технікуми
Рівень представництва	Профспілка
	Органи державної влади
	Громадські організації, ЗМІ

Корпоративна соціальна відповідальність є найважливішим принципом сучасних корпорацій. Діяльність багатьох вітчизняних компаній в цій області носить системний характер і направлена на створення ефективних і безпечних робочих місць, професійний розвиток співробітників, підтримку культури і спорту, охорону навколишнього середовища, сприяння розвитку регіонів діяльності.

У той же час продумана, зорієнтована на соціальні потреби стейкхолдерів КСВ-політика може реалізовуватись тільки з використанням сучасних будівельних технологій та матеріалів. Якісне, екологічно безпечне житло, надійно функціонуюча інженерна інфраструктура, зони відпочинку, соціально значущі об'єкти створюють міцний фундамент для стабільного і сталого розвитку всього суспільства та будівельної галузі.

Корпорації взаємодіють з широким колом зацікавлених сторін. Найбільш значущими серед них є: інвестори та акціонери, співробітники і їх сім'ї, профспілка, споживачі продукції і послуг, органи державної влади, постачальники і партнери по бізнесу, місцеві жителі, ЗМІ і громадські організації. Вказане коло сторін визначене з урахуванням ступеню їх впливу на компанії і їх діяльність, а також ступеню впливу, який здійснюють корпорації на них.

В цілому в Україні будівельні корпорації не завжди є соціально відповідальними, наприклад, підприємствами-виробниками до якості власної продукції дуже рідко ставляться вимоги вище законодавчих. До того ж, оскільки основне накопичення фінансових ресурсів на українському ринку відбувається в умовах швидких спекулятивних операцій – звісно, дуже часто мова про корпоративну соціальну відповідальність не доречна.

Навіть реальний сектор економіки застосовує тіньові схеми оплати праці працівників. При тому дуже часто заклики до підвищення прозорості бізнесових схем, намагання розв'язувати екологічні проблеми, допомагати у розв'язанні місцевих проблем, проблем дозвілля молоді тощо є декларативними або ж найбільш прямими та легкими способами брати участь у місцевих соціальних ініціативах [82].

Соціальна діяльність корпорацій щодо акціонерів характеризується поняттям "Економічна відповідальність" компанії та

припускає, що будь-яка комерційна організація, як основний економічний осередок суспільства несе відповідальність за виробництво необхідних йому товарів і послуг і максимізацію прибутку акціонерів. "У граничному випадку економічна відповідальність фірми зводиться виключно до максимізації прибутку". Ця концепція запропонована та розроблена Нобелівським лауреатом, економістом Мілтоном Фрідманом.

Акціонери, хоч і є юридичними власниками, дуже часто грають роль сторонніх спостерігачів і не виявляють справжньої цікавості до довготривалого благополуччя компаній. Вони зацікавлені, перш за все, в найбільшому поточному доході від своїх вкладень, навіть у тому випадку, коли це, кінець кінцем, може привести до довгострокового погіршення положення компанії. Як тільки курс акцій компанії починає знижуватися, вони завжди мають можливість продати свої акції і вкласти гроші в інше. Управління компанії на користь таких акціонерів в довгостроковому плані часто ставить під загрозу саме її існування. До того ж є багато власників акцій, які набувають їх через інвестиційні фонди відкритого типу, інвестиційні програми або полісів інших фірм і, які навіть не знають, що є власниками акцій конкретних компаній. Говорити, що компанія повинна управлятися переважно, а то і виключно на користь акціонерів, представляється неправильним [171].

Взаємодія компанії з акціонерами здійснюється за допомогою проведення на регулярній основі загальних зборів акціонерів. Акціонери мають право бути присутніми на зборах особисто або через своїх представників з передачею права голосу. Формою інформування акціонерів і інвесторів є підготовка і розповсюдження річного і нефінансового звітів, публікація прес-релізів про істотні події. Крім того, соціальна відповідальність компанії перед акціонерами має на увазі регулярні зустрічі керівництва з аналітиками та інвесторами, участь в семінарах, конференціях, інвестиційних самітах, круглих столах, проведення презентацій і телеконференцій для інвесторів.

Дивідендна політика вітчизняних компаній визначається Законом України N 514-VI "Про акціонерні товариства" від 17 вересня 2008 року і Статутом Компанії. Відповідно до Статуту власники

привілейованих акцій мають право на отримання щорічного фіксованого дивіденду, якщо інше рішення не ухвалене загальними зборами акціонерів. Рішення про розмір дивідендів по звичайних акціях ухвалюється загальними зборами акціонерів за рекомендацією Ради директорів Компанії [99].

Принципи корпоративної відповідально-інформаційної політики:

- рівний доступ до інформації для всіх акціонерів та інвесторів;
- регулярність і своєчасність надання інформації;
- достовірність і повнота інформації;
- оперативність і доступність розкритої інформації;
- дотримання конфіденційності по відношенню до інформації, яка є державною, службовою або комерційною таємницею;
- контроль за використанням інсайдерської інформації.

Сучасні ринкові умови зумовили першорядне завдання компаній – підвищення якості взаємодії і встановлення довгострокових взаємин з діловими партнерами. У створенні конкурентної переваги компанії все більшу роль грають: налагоджена система контролю якості продукції, високий рівень сервісу, а також інформування клієнтів [95].

Побудова відносин з діловими партнерами базується на принципах довгострокової взаємної вигоди, повному виконанні зобов'язань, чесності, відвертості і сумлінності. Поважаючи етичні принципи партнерів по бізнесу, обумовлені, зокрема, культурними та іншими відмінностями, сучасні корпорації віддають перевагу тим, які дотримуються норм і правил ділової етики, прийнятих в Кодексах корпоративного управління. Внаслідок цього жодна іноземна корпорація не вступатиме у відносини з фірмами, що використовують незаконні або неетичні методи ведення бізнесу. На жаль, в нашій країні ці принципи проходять початкову стадію формування, але сьогодні деякі вітчизняні корпорації вже взяли за основу правила ведення бізнесу, обумовлені Кодексами корпоративного управління, які вони розробляють та запроваджують.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОРПОРАЦІЙ

3.1. Аналіз механізмів реалізації соціальних програм і їх фінансування в будівництві

Соціальна відповідальність – досить самостійний вид відповідальності, якому притаманні деякі особливі риси. У загальному сенсі соціальну відповідальність тлумачать як сукупність економічної, політичної, правової, моральної та інших відповідальностей. У соціологічному сенсі маються на увазі характеристики, які відображають міру, ступінь прийняття будь-яким соціальним суб'єктом, групою соціально-значущих цілей суспільства, готовність до виконання взаємних прав і обов'язків у процесі спільної діяльності з метою ненанесення збитку сталому розвитку як суспільства в цілому, так і окремим спільнотам, особистостям. А. Андрющенко та І. Рябець зазначають: "це соціальний зріз будь-якого з видів і відповідальності в цілому, який розкриває соціальну сутність кожного з них із точки зору надання пріоритету соціально-значущим аспектам діяльності, поведінки, ненанесення збитку як соціальному цілому, так і конкретній особистості" [86].

Це означає, що перевага надається інтересам широких верств населення, навіть якщо вони ідуть врозріз з інтересами бізнес-середовища. Соціальна відповідальність має враховувати вимоги суспільства та його окремих частин.

На сучасному етапі Україну можна охарактеризувати як державу з перехідною економікою. Це означає, що її основні інститути, органи і установи характеризуються певною суперечністю, а нерідко і протистоянням. Але слід відмітити, що держава прагне до соціальної безпеки та соціальної справедливості (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Принципи побудови соціально орієнтованої держави

Сьогоднішнє кризове положення та стан суспільства вказують на три шляхи розвитку суспільства:

- повернення до адміністративно-командної системи (можливо в дещо змінених формах);
- повна відмова від залишків ринкових відносин і відтворення ринкової економіки в нових умовах;
- нестабільний розвиток, який поєднує в собі різні типи суспільно-політичних систем.



Рис. 3.2. Принципи побудови соціально орієнтованого бізнесу

Як відомо, є прихильники і супротивники і в першого, і в другого шляхів розвитку. У зв'язку з цим виникає закономірне питання: чи не стане процес конвергенції суспільно-політичних і соціально-економічних систем реальною тенденцією розвитку не тільки інших цивілізованих суспільств наших днів, але й українсь-

кого суспільства? Очевидно, що реалізація першого, другого або третього шляху позначиться на соціальній політиці держави, що остаточно сформувалася як політичний інститут [189].

Корпорації використовують споживачів, громадські організації, засоби мас-медіа для досягнення власних цілей. Така взаємодія зумовлює певну відповідальність перед суспільством. Це, на думку Л. Г. Ткаченко, "виражається у забезпеченні зайнятості, прибутку, відсутності порушення законів та направлення частини своїх ресурсів і зусиль по соціальних каналах (меценатство, добродійність тощо)" [160]. Це буде працювати лише тоді, коли в суспільстві є носії традиції соціальної відповідальності (наприклад, братства у середньовіччі).

Можна висловити думку: сучасний етап українського суспільства має особливість, яка полягає в переході від вищої організації соціального життя до нижчої. Цей етап вже пройдено в принципі українським суспільством (хоча є, як відомо, і абсолютно протилежні позиції з цього питання). В будь-якому разі, з погляду соціальної підтримки, соціального захисту більшості населення (що було характерне для радянського періоду) – це відповідає дійсності [134].

Житлова політика як складова соціальної відповідальності формує ідеї та погляди на те, які житлові відносини мають складатися в суспільстві, створює умови розвитку основних елементів житлової системи щодо реалізації права громадян на житло, рівень соціального забезпечення, кількості та якості надання житлових послуг, механізму визначення квартирної плати, розвитку системи фінансових інститутів для створення ринку житла. Державна житлова політика в умовах ринкового господарства – це система єдиних заходів законодавчого і контролюючого характеру, здійснюваних правочинними державними установами [44].

Без перебільшення можна стверджувати, що соціальна політика вітчизняних корпорацій відображає інтереси меншості населення, а не більшості. У зв'язку з цим не слід прирівнювати соціальну політику, соціальну діяльність в цілому і соціальний захист. Зараз більшість населення дійсно потребує соціального захисту.

Одним з найважливіших чинників, що впливають на соціальну роботу в суспільстві і сприяють захисту інтересів людини, груп і

верств, їх прав і свобод, є соціальна відповідальність [40]. За останні роки про посилення ролі етичного фактора підприємницької діяльності свідчать численні рейтинги зарубіжних корпорацій, де основним критерієм відбору не обов'язково є прибутковість компанії. Наприклад, у рейтингу "Найвидатніші корпорації Америки" – це довгострокові річні доходи акціонерів; якість продукції та послуг, управління фірмою, корпус робочої сили; готовність нести відповідальність перед суспільством і за охорону навколишнього середовища. Засновники рейтингу "Сто найкращих компаній, що працюють на Америку" – Р. Ліверинг, М. Московіц, М. Катц – головне в діяльності корпорації бачать в рівні оплати праці, розмірі пенсій та премій, гарантіях зайнятості для персоналу, сприятливій діловій атмосфері [127].

Підтримка відносин як між соціальними групами, так і усередині них, забезпечення умов для підвищення добробуту, рівня життя стейкхолдерів, створення соціальних гарантій у формуванні економічних стимулів для участі в суспільному виробництві є сенсом соціальної відповідальності корпорацій. При цьому треба відзначити, що соціальна відповідальність корпорацій, виступаюча як складова частина заходів, що проводяться бізнесом, тісно пов'язана із загальноекономічною ситуацією в країні [73].

Все більше і більше західних компаній почали визнавати, що сила породжує відповідальність. І якщо корпорація не прийме на себе деякі соціальні зобов'язання добровільно, то громадянська держава примусить її зробити це. Але компанія в даному випадку "Втратить свою особу. "Власність зобов'язує. Користування нею повинно одночасно служити на благо всього суспільства" – так записано в статті 14 Конституції ФРН, і про це знає практично кожен німець [167].

Проте такий підхід розділяється не всіма. Так, Мілтон Фрідман, інтелектуальний лідер сучасної неокласичної доктрини, тієї самої, що лягла в основу українських реформ, вважає, що "існує одна і лише одна соціальна відповідальність корпорацій: використовувати свої ресурси і енергію в діях, що ведуть до збільшення прибутку, поки це здійснюється в межах правил гри". М. Фрідман стверджує, що керівники корпорацій взагалі не повинні відволікатися на вивчення,

оцінку і вирішення будь-яких соціальних проблем суспільства, а займатися тільки своєю прямою справою – організацією виробництва товарів і послуг. Що ж до соціальних проблем, то це справа самих зацікавлених сторін – держави і громадськості [179].

М. Фрідман вітає скорочення фінансування державних і особливо приватних соціальних програм, які, на його думку, тільки розхолоджують працівників і негативно позначаються на продуктивності праці. Він закликає дати людям велику свободу ухвалювати власні економічні рішення без державного контролю і підтримки.

Позиція М. Фрідмана випадає із загального потоку думок і є об'єктом масової критики. На думку фахівців, переважна більшість представників ділових кіл вважають, що і держава, і бізнес в однаковій мірі несуть відповідальність за свої дії перед суспільством. Як два найбільш могутніх інститути в країні, вони просто зобов'язані займатися проблемами суспільної значущості (рис. 3.3). І корпорації, і держава залежать від суспільства, тому тривале ігнорування ними соціальних проблем неминуче стане для них руйнівним. У довгостроковій перспективі ті, хто належним чином не використовуює владу, що є у них, неминуче позбудуться цієї влади.

Все нові дослідження в даній області говорять про те, що соціальна відповідальність корпорацій дає дуже серйозні економічні вигоди. Дуже важливо те, що останнім часом соціальна відповідальність корпорацій переноситься в будівельну площину.

Як свідчить практика успішних західних будівельних компаній, всі вони серйозно підходять до робіт в області соціальної відповідальності і сприймають їх як стратегічний напрям діяльності. При цьому компанії не просто фіксують свої наміри в програмних документах, але і публічно їх озвучують, користуючись при цьому універсальними засобами PR. Більшість досліджуваних компаній в даній галузі мають розробки, пов'язані з політикою в області збереження здоров'я, безпеки, екології.

Поліпшуються фінансові показники діяльності тих компаній, які як принцип закладають в місію і стратегію соціальну відповідальність корпорацій.

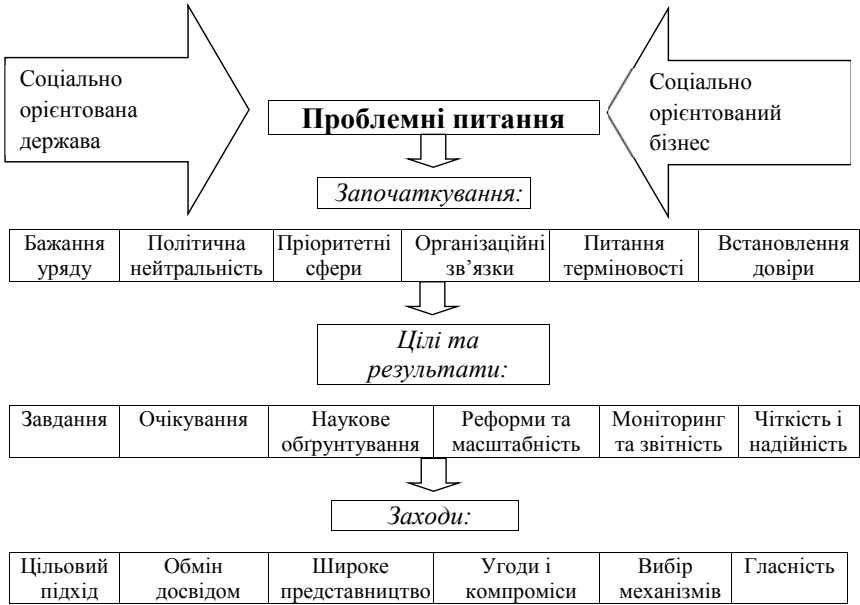


Рис. 3.3. Формування соціального партнерства держави та корпорацій у сфері розвитку людського капіталу

Щодо ступеня готовності корпорацій забезпечувати зайнятість в суспільстві, зберігати стан навколишнього середовища, усувати дискримінацію тощо можна виділити чотири підходи, які обґрунтовують необхідність включення соціальних заходів у сферу корпорацій. Перший – ринковий підхід, який виправдовує принцип множення прибутку як єдиний принцип діяльності компаній, залишаючи таким чином поза увагою соціальні проблеми. Другий підхід з позиції державного регулювання передбачає, що соціальна відповідальність корпорацій має регулюватися відповідними законами і обов'язками. З точки зору прихильників позиції корпоративної совісті, соціальна відповідальність спирається на загальнолюдські цінності, якими дорожать і керівництво, і підлеглі, і формується в результаті саморегулюючої в етичному плані діяльності.

На теорії зацікавлених осіб базується третій підхід. В роботі Е. Фрідмана "Стратегічний менеджмент: концепція зацікавлених сторін" уперше була викладена ця теорія, у якій автор вводить

поняття "зацікавлена сторона" (stakeholder), і представляє компанію та її зовнішнє оточення як набір зацікавлених у її діяльності сторін, інтереси та запити яких мають братися до уваги та задовольнятися менеджерами як офіційними представниками фірми [179].

У економічно розвинених регіонах, де високий попит на житло, забудовники прагнуть отримати максимальний прибуток, який доходить до 50-60% від собівартості, що явно не сприяє зниженню цін. У регіонах з низьким попитом забудовники не мають можливості піднімати ціни і задовольняються 4-6 відсотками доходу, більше прагнучи зберегти бізнес і свої трудові колективи.

Реальна дельта між фактичними витратами забудовників і продажною ціною на первинному ринку за оцінками провідних фахівців в області економіки будівництва повинна складати не більше 12-14%, що відповідає загальносвітовій практиці будівництва багато-квартирних будинків середнього рівня [20].

Соціальна відповідальність будівельних корпорацій багатогранна і розповсюджується на найманий персонал, партнерів по бізнесу, соціальний розвиток регіону, на суспільство в цілому. Зміст соціальної відповідальності змінювався паралельно з еволюцією суспільної свідомості і переоцінкою західним суспільством тих цінностей, які раніше здавалися непорушними. Це торкається перш за все прибутку. У країнах з ринковою економікою з часом стала відчуватися хиткість абсолютизації прибутку як єдиної мети корпорацій. Тим, хто в прибутку бачить не засіб поліпшення якості життя для всіх, а самоціль, що матеріалізується в особистому збагаченні, дають зрозуміти, що їх доля залежить не стільки від них самих, скільки від усіх [20].

Сучасні керівники компаній розуміють, що бізнес не може процвітати у вакуумі, і благополуччя компанії нерозривно пов'язане з соціальним благополуччям суспільства, частиною якого вона є. Прибуток сам по собі не є злом. Проте отримання прибутку за рахунок збитків партнерів, постачальників або клієнтів не можна назвати "чеснотою". Такий образ мислення цивілізованого підприємця.

Пильна увага широкої громадськості до питань соціальної відповідальності корпорацій викликала до життя появу еталонних моделей соціально відповідальних корпорацій. Слід представити такий образ соціально відповідальної корпорації (табл. 3.1) [15].

Таблиця 3.1.

Ролі корпорацій при реалізації соціальної відповідальності
корпорацій

Роль корпорації:	Реалізація
1	2
Громадяни	<ul style="list-style-type: none"> – дотримання законів; – дотримання норм суспільного життя; – соціальна домовленість з суспільством; – визнання відповідальності за дію на життя суспільства
Виробник	<ul style="list-style-type: none"> – безпечні і надійні товари; – справедливі ціни; – безпечне виробництво; – чесність
Працедавець	<ul style="list-style-type: none"> – матеріальний стан працівників; – недопущення дискримінації; – підпорядкованість бажань працівників цілям підприємства; – соціальний захист; – формування сприятливого соціально-психологічного клімату
Суб'єкт управління ресурсами	<ul style="list-style-type: none"> – естетика займаної земельної ділянки; – ефективне використання ресурсів; – участь в екологічних заходах; – економне і раціональне використання ресурсів; – сплата податків або страхових внесків до державних позабюджетних фондів
Об'єкт інвестування	<ul style="list-style-type: none"> – захист інтересів інвесторів; – доступність і правдивість інформації про економічний стан корпорації; – стимулювання і підтримка інновацій
Конкурент	<ul style="list-style-type: none"> – неучасть в нечесній конкуренції і обмеженні конкуренції

Зрозуміло, далеко не всі компанії відповідають цим вимогам. Але головне тут – сам факт наявності еталонної моделі соціально відповідальної корпорації, здатної забезпечити збіг приватних і суспільних інтересів, сприяти соціальній гармонії в суспільстві. Така модель виступає зразком для наслідування в бізнесі і основою

для публічної критики компаній у разі їх соціально безвідповідальної діяльності.

Більш того, ці критерії диференціюються залежно від галузі. Якщо розглядаємо будівельну галузь, то стейкхолдерами виступають, в першу чергу, працівники, споживачі і навколишнє середовище. Якщо ми говоримо про обробну промисловість, то мова йде про працівників, споживачів, постачальників, конкурентів і навколишнє середовище.

Якщо розглядаємо сферу послуг, то це, в першу чергу, два вкладники – працівники і споживачі. Поза всяким сумнівом, самі чинники і критерії соціальної відповідальності корпорацій залежать від розміру компанії, від структури власності і від конкурентної стратегії. Якщо компанія вибирає стратегію лідерства, то критерії будуть дуже серйозно відрізнятися від стратегії диференціації, при якій компанія повинна позиціонувати себе в першу чергу як соціально-відповідальна компанія [84].

Добровільне використання компанією частини отриманого прибутку на суспільні потреби виступає найважливішим показником її соціальної відповідальності. На Заході добродійність, спонсорство, меценатство поширені дуже широко. Без цього неможливо завоювати і зберегти добре ім'я на ринку. У США, де особливо турбуються про дотримання правил "чесної гри" в бізнесі, моральний аспект добродійності чи не переважає податкові пільги, що отримуються при цьому.

Надання грошей на соціальні потреби, повернення їх суспільству конкретним і адресним шляхом породжує стійкі уявлення про відновлення соціальної справедливості, зменшує прірву між багатими і бідними, сприяє підтримці балансу сил і якщо не усуває, то послаблює соціальні конфлікти. Тому моральний аспект добродійності надзвичайно важливий [46].

Сучасні методи управління компанією передбачають вирішення виробничих задач через вирішення соціальних питань. Відносини між керівництвом і персоналом набувають все більш партнерського і соціально відповідального характеру. Велика увага приділяється поведінці вищої ланки управління, яке робить сильний вплив на формування культури організації. Через те, що говорять, а головне,

як поведяться старші адміністратори, формуються норми поведінки, які розповсюджуються зверху вниз по всій компанії зі всіма витікаючими з цього практичними наслідками.

Головною ознакою соціально орієнтованої економіки є формування так званого середнього класу як арифметичної більшості населення. До нього відносяться лікарі, юристи, державні службовці, науковці, вчителі, кваліфіковані робочі, дрібні підприємці, фермери, пенсіонери – тобто основна маса середньо-забезпеченого населення, що є головним споживачем, найбільш масовим власником та інвестором [118].

Причому середній клас – не середньостатистична величина, як це нерідко вважають, а соціальне економічне поняття, що виражає соціально достатній рівень добробуту сім'ї. В основі віднесення сімей до середнього класу лежить так званий споживчий бюджет помірною комфорту. При характеристиці добробуту цього класу береться в розрахунок не тільки рівень доходів, але і забезпечуваний ними певний матеріальний статок: власний упорядкований будинок або простора квартира, автомобіль (часто не один) з гаражем, щорічний престижний відпочинок (як правило, подорож), сімейний лікар, варте чималих грошей навчання дітей в університеті, пристойний рахунок в банку і т.п.

Ділова репутація компанії оцінюється за восьми критеріями:

- якість управління;
- якість вироблюваних товарів і послуг;
- фінансовий стан;
- ефективність використання активів компанії;
- уміння привертати талановитих людей, сприяти їх розвитку;
- привабливість для інвесторів як об'єкта довгострокових капіталовкладень;
- схильність до інновацій;
- соціальна і екологічна відповідальність.

Результати оцінки потім піддаються широкої гласності, і це формує суспільну репутацію компанії, якою дуже дорожать. Адже прибуток в цивілізованій ринковій економіці – це нагорода суспільства за гідне служіння його інтересам.

Не дивлячись на активне просування прийнятих за кордоном принципів соціальної відповідальності в українській економіці, вітчизняний будівельний бізнес накладає свої особливості на розвиток концепції корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

Таблиця 3.2.

Поняття корпоративної відповідальності в житті суспільства [43]

Соціальні інвестиції компанії	Прямі інвестиції в соціально значущі проекти, які можуть окупитися
	Грошові пожертвування
	Пожертвування товарів або послуг
	Надання співробітникам корпорації можливості реалізації соціальних проектів
	Надання можливості працівникам жертвувати гроші на соціальні проекти зі своєї зарплати
	Використання впливу компанії для просування тієї або іншої соціально значущої програми, вирішення суспільної проблеми

Корпоративна соціальна діяльність в Україні активно розвивається, але її розвиток фрагментарний, спонтанний, хаотичний і залежить від рівня фінансової стабільності підприємства, наявності інституційних передумов (законодавство, некомерційні фонди, культурне середовище) і використання формалізованих процедур, зіставних індикаторів, зафіксованих в соціальній звітності, впровадження якої також є стимулом активізації політики соціальної відповідальності корпорацій, оскільки показники, зафіксовані в звітності і виконання яких належить забезпечити, визначають стратегічні завдання підприємства, його цільові орієнтири [89].

Фінансові ресурси будівельної організації виступають як головні фактори, які впливають на становлення та розвиток соціальної орієнтованості корпорації. В умовах регульованого ринку часто застосовуються як показник, який є реальним відображенням впливу на впровадження КСВ (рис. 3.4).

Таблиця 3.3.

Основні напрями корпоративної соціальної відповідальності [116]

Напрямок	Зміст
1	2
Оздоровлення працівників і їх дітей	<ul style="list-style-type: none"> – оплата проїзду до місця використання відпустки працівників і їх дітей; – добровільне медичне страхування; – добровільне страхування працівників від нещасних випадків на виробництві; – санаторно-курортне лікування і відпочинок працівників і їх дітей; – повне збереження середнього заробітку на період тимчасової непрацездатності; – проведення спортивних заходів
Допомога низькооплачуваним працівникам	<ul style="list-style-type: none"> – допомога при виході у чергову відпустку; – компенсація витрат на електро- і теплоенергію; – компенсація витрат на паливо працівникам, що мають житло з пічним опалюванням
Матеріальне стимулювання працівників	<ul style="list-style-type: none"> – одноразова винагорода; – подарунки; – компенсація витрат по найму житла
Підтримка сімей з дітьми	<ul style="list-style-type: none"> – при народженні дитини; – новорічні подарунки; – матеріальна допомога самотнім матерям, що знаходяться у відпустці по догляду за дітьми; – безкоштовні путівки в оздоровчі дитячі табори дітям з багатодітних і неповних сімей; – відшкодування витрат на відвідини дитиною дитячої дошкільної установи у разі неможливості надання місця у власних або муніципальних установах
Підтримка непрацюючих пенсіонерів	<ul style="list-style-type: none"> – доплата до пенсії (недержавне пенсійне забезпечення); – компенсація витрат на електро- і теплоенергію; – матеріальна допомога; – одноразова виплата при виході на пенсію
Надання житлових субсидій	<ul style="list-style-type: none"> – пайове будівництво житла для працівників компанії; – видача кредитів співробітникам на покупку житла
Матеріальна допомога працівникам у складних ситуаціях	<ul style="list-style-type: none"> – виділення матеріальної допомоги відповідно до колективного договору; – виділення матеріальної допомоги по клопотанню профспілкової організації

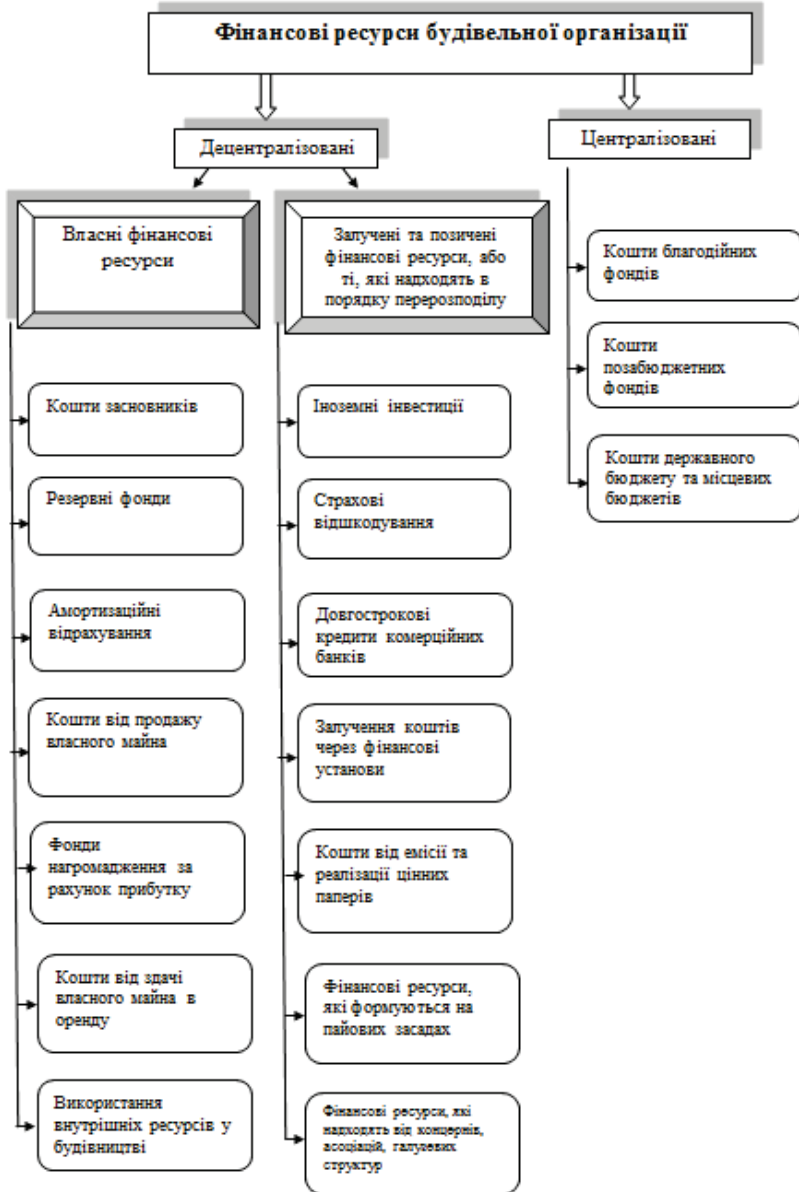


Рис. 3.4. Джерела формування фінансових ресурсів будівельної організації

Скорочення обсягів будівництва житла та збільшення незавершеного будівництва різко загостило житлову проблему. Вона є однією з найскладніших у всьому спектрі соціальних відносин. Близько половини тимчасово припинених або законсервованих будов та об'єктів мають досить високий рівень будівельної готовності, а в деяких випадках будівництво припинено на майже закінчених будовах та об'єктах. Так, за 2011 рік в Дніпропетровській області було введено в експлуатацію 30,1 тис. м² загальної площі житлових будівель, що становить лише 34% до відповідного періоду попереднього року [20].

Нині на обліку для поліпшення житлових умов перебуває майже 2 млн сімей. Серед них велика кількість учасників війни, ветеранів праці, інвалідів. Не вирішується питання забезпечення житлом молодих сімей. За минулий рік відповідно до заходів щодо реалізації молодіжної житлової політики поліпшено житлові умови всього 400 молодим сім'ям.

Вторинні та інші похідні потреби суспільства – це потреби в розвитку характеристик робочої сили, створенні освітньої системи, системи відтворення людського капіталу, формуванні принципів і пріоритетів в культурі, науці, релігії, політиці, управлінні і т.п. Задоволення цих потреб, необхідних для здійснення прогресивних перетворень на підприємствах, відбувається часто за межами власного виробничого процесу, тобто в рамках суспільної системи в цілому.

З визначення фінансових ресурсів впливає, що залучення централізованих ресурсів відбувається на дуже низькому рівні. Як результат, будівельні корпорації вимушені використовувати для розвитку КСВ власні та залучені фінансові ресурси.

Проте ситуація з будівництвом житла на даний час має негативний характер. Призупинення іпотечного кредитування банківськими установами як будівельним організаціям, так і населенню, є однією з причин призупинення будівництва житла та будинків. Слід зауважити, що таке явище у наступних роках спричинить різке зниження введення в експлуатацію житла. Сформована ситуація у житловому будівництві спричинена іпотечним бумом у 2007-2008 роках. Розраховуючи на шалений прибуток, банки надавали кредити під високі відсотки та без жодних зобов'язань з боку позичальників.

Щодо розбудови ефективної житлової політики як напрямку відповідності умов економіки реаліям сьогодення та організаційних засад створення і реалізації процедур КСВ для формування конкурентного середовища на внутрішньому ринку, то ця робота стримується через відсутність законодавчого механізму. Того, що робиться будівельними організаціями, які на власному ентузіазмі впроваджують принципи КСВ, явно недостатньо для істотних змін. У теперішній час державою не враховується значення житлового будівництва не лише з соціальної точки зору, але й як одного з найбільш дієвих механізмів загального оздоровлення економіки. На початку 1990-х років капітальні вкладення становили близько 1/5 частини ВВП. Підприємства будівельного комплексу забезпечували стабільні надходження коштів до бюджету, давали роботу сотням тисяч людей [165].

У даний час ситуація стала критичною (таблиця 2.4), слід зауважити, що в порівнянні з 2000 роком у 1,5 рази збільшилася кількість підприємств, зайнятих у будівельній сфері, але у той же час приріст працівників – тільки 8%, це говорить про те, що спостерігається "дроблення" потужностей галузі, що й привело до значного спаду виробництва та введення житла в експлуатацію.

Частка вкладень у спорудження житла в їх загальному обсязі по області становила 3,8% проти 11,9% у середньому по Україні. Натомість у таких індустріально розвинених областях, як Луганська і Запорізька, цей показник був ще нижчим (3,5%).

У розрахунку на одну особу постійного населення обсяг інвестицій у житло склав 149,4 грн, що відповідає 22 місцю серед інших регіонів держави. По Україні цей показник становив 393,5 грн, найвище його значення у м. Києві (1726 грн), найнижче – у Луганській області (65,4 грн).

Серед міст та районів області найбільше капіталовкладень на одного мешканця мали Петриківський (507,9 грн) і Апостолівський (396,3 грн) райони. Значні обсяги також освоєно у м. Дніпропетровську (367,1 грн) і Новомосковському районі (317,5 грн).

Натомість у м. Дніпродзержинську, Покровському та Томаківському районах вони не перевищили 10 грн, а у Васильківському районі – не досягли навіть 2 грн [162].

При проведенні наукового дослідження автором було виявлено, що більше 23% респондентів основною перешкодою для розвитку будівництва вважають відсутність економічних стимулів. Недостатній рівень підтримки з боку місцевої влади та обмеженість матеріальних ресурсів населення займають друге місце.

Основним пріоритетом діяльності підприємства в суспільстві опитувані назвали випуск продукції, своєчасну виплату податків, підтримку рівня добробуту своїх працівників. При цьому на рівні району стратегічні цілі підприємств обмежуються забезпеченням зайнятості, своєчасною виплатою податків і підтримкою на певному рівні заробітної плати; на рівні міста основне завдання полягає в наповненні бюджету податковими виплатами; на рівні області – збереження продуктової ніші на галузевих ринках.

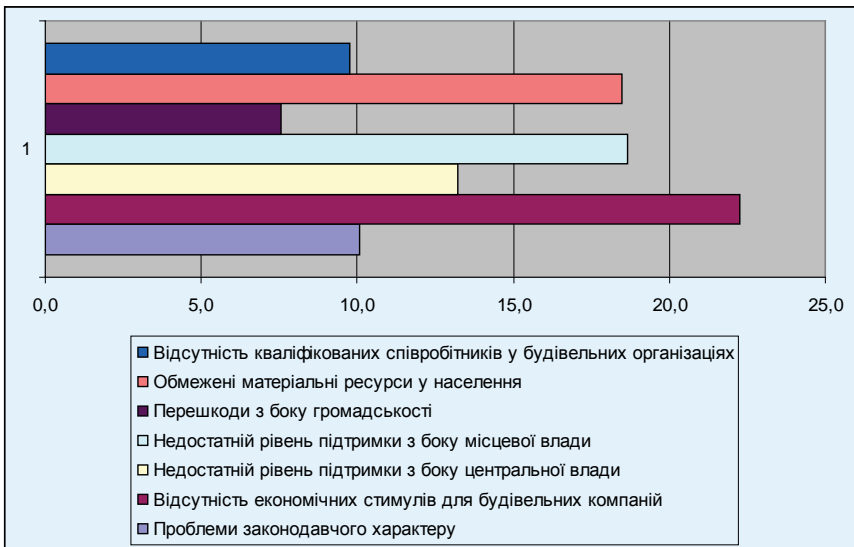


Рис. 3.5. Труднощі, які перешкоджають розвитку будівництва

Саме у тому, що велика частина будинків зводиться за рахунок коштів населення – основна соціальна небезпека наслідків нинішньої кризи будівельної галузі. Адже практично по всіх об'єктах у забудовників є зобов'язання перед людьми – інвесторами, що

вклали гроші в їх будівництво. Порядні і відповідальні компанії розуміють, що вони взяли гроші у приватних інвесторів і зобов'язані виконати свої зобов'язання перед ними. Якщо забудовник працює на ринку прозоро, залучені засоби були вкладені в будівництво житла, то не його вина, що змінилися зовнішні умови господарювання. Так, не вистачає якоїсь частини коштів, щоб завершити будівництво, ввести будинок в експлуатацію і виконати зобов'язання перед інвесторами. Але на цю суму в будинку є непродані, вільні від зобов'язань квартири. Держава повинна допомогти і людям, і забудовникові, виділивши кошти на закінчення будівництва [20].

Головним стимулом участі в такій політиці є підтримка взаємовигідних відносин з адміністративно-владними структурами. Не дивлячись на те, що керівники будівельних корпорацій упевнені в тому, що корпоративна добродійність сприяє зростанню іміджу компанії, дозволяє впевненіше себе відчувати на ринках, вони все ж таки вважають, що така політика більшою мірою служить методом налагодження і підтримки взаємовигідних відносин з адміністраціями муніципальних утворень. Мабуть, це обумовлено більшою мірою персоніфікацією відносин, розвинутою в українському співтоваристві.

Будівництво – одна з галузей народного господарства, яка потерпає від кризових ситуацій. Згортаються нові проекти, зменшується обсяг будівництва, виникає загроза зупинки об'єктів, які знаходяться на завершальній стадії. Відбувається зменшення замовлень на будівельні матеріали, що призводить до закриття підприємств. Простежимо динаміку спаду на основних показниках інвестицій в основний капітал (табл. 2.5) [135], та введення в експлуатацію житла (табл. 2.6) [157]. Як видно із табл. 2.5, в період 2010-2013 рр. інвестиції склали усього 274,803 млн грн, з 2010 по 2012 р. стабільніший приріст інвестицій, а на 2013 р. відмічено різке зниження інвестицій в порівнянні з 2012 р. У 2013 році обсяг інвестицій скоротився; відносно 2010 року виріс майже на 31%, але відносно попереднього року скоротився на 17%. На 2013 р. спостерігається зниження інвестування будівництв по всіх джерелах фінансування, окрім будівництва власних квартир. Слід звернути

увагу, що з 2010 по 2012 рік інвестування будівництва за кошти населення на будівництво власних квартир майже не змінювалось. Але з 2013 р. цей показник має тенденцію до зростання.

Аналізуючи таблицю, можна відмітити, що найбільш перспективним для інвестицій був 2012 р.

У таких умовах слід зауважити, що впровадження соціальної допомоги суспільства стає дуже складним завданням. Але не слід забувати, що КСВ – це прямі інвестиції у власне майбутнє. Відповідальність перед суспільством стає сьогодні нормою для багатьох будівельних компаній, які не тільки приділяють увагу соціальним питанням своїх співробітників, вони також виділяють кошти на добродійність, реалізацію проектів у сфері освіти, охорони здоров'я, спорту і культури, надають реальну підтримку соціально незахищеним громадянам.

Дивлячись на показники роботи будівельного комплексу, можна сказати, що з 2005 р. спостерігається стабільний ріст введення житла в експлуатацію, але в 2011 р. відмічено різке зниження показників на 40%.

Введено в експлуатацію індивідуальних житлових будинків 1084,5 тис. м², протягом дослідного періоду відбувається коливання показника: так, в 2011-2013 рр. введення в експлуатацію стабільно зростає.

Будівельні корпорації, приймаючи на себе частку відповідальності, беруть участь в рішенні соціальних задач, при цьому найбільш ефективним буде спільне соціальне підприємництво, яке не підміняє при цьому державу і інші інститути.

Можна виділити такі найбільш розповсюджені та актуальні напрямки КСВ будівельних компаній, як:

Соціальні інвестиції:

– добровільне ухвалення рішення направляти матеріальні і нематеріальні ресурси на реалізацію суспільних програм на національному рівні.

Дотримання ділової і корпоративної етики:

– відповідальність перед персоналом, забезпечення соціальної захищеності співробітників, корпоративні проекти, направлені на підвищення мотивації;

- практика наставництва забезпечує комфортну адаптацію молодих фахівців до професійних вимог;
- підвищення кваліфікації на курсах і тренінгах – обов'язкова умова задоволення особи в самореалізації, професійному зростанні;
- створення ефективних умов праці;
- застосування сучасної техніки, турбота про здоров'я співробітників;
- посилення виробничої потужності, оновлення технопарку, устаткування різної спеціалізації;
- забезпечення техніки безпеки, офіційне страхування виробництва.

Турбота про екологію:

- екологічна стійкість, турбота про навколишнє середовище;
- застосування сертифікованих будівельних матеріалів;
- вибір "зелених" технологій по роботі з ґрунтами, природними джерелами води на будівельних майданчиках;
- дотримання соціальних норм будівництва в населених пунктах.

Співпраця з місцевими співтовариствами:

- співпраця з місцевою владою і співтовариствами, оскільки добробут міста сприяє формуванню здорової творчої атмосфери;
- забезпечення жителів міст роботою на підприємствах корпорації;
- поповнення місцевих бюджетів за рахунок відрахувань від діяльності підприємств.

Обмеження сфер діяльності будівельних корпорацій горизонтом середньострокових завдань, націлених на збереження в умовах кризового розвитку місця підприємства в конкурентному середовищі, пояснюється, по-перше, нестабільним політико-економічним положенням в країні і невідпрацьованим законодавством, по-друге, прагненням підприємств адаптуватися до нестабільної господарської обстановки за рахунок відмови від виконання частини функцій, властивих корпораціям в розвинених країнах світу, як обтяжливих в конкретних фінансових ситуаціях, по-третє, перемиканням на рішення пріоритетних завдань відтворення робочої сили на підприємствах (освіта, житлові умови, підтримка здоров'я) [2].

Соціальна система має право накладати обмеження, формувати умови розвитку підприємства і визначати значною мірою мотивацію, тобто цілі даного розвитку. Над ринковим інтересом, умовно званим "прибуток", стоїть інтерес надсистеми "суспільна доцільність". Якщо інтерес прибутковості (підсистемний) запанує над інтересом самозбереження суспільства (системний інтерес), то загине не тільки система (суспільство), але і підсистема (підприємство) зі всіма своїми реалізованими і нереалізованими цілями і інтересами. У довгостроковій перспективі ніхто не може чекати отримання прибутку якщо вся соціальна система буде зруйнована.

Роблячи вплив на формування і реалізацію первинних і вторинних потреб суспільства, корпорації тим самим виконують свою соціальну функцію або реалізують соціальну відповідальність перед суспільством як макросистемою, органічною частиною якої вони є.

Економічна діяльність виявляється "вбудованою" в існуючі соціальні відносини. Дослідження структур мережі показали, що соціальні взаємини між індивідами, або їх "суспільний капітал", істотно полегшують доступ до важливих ресурсів та інформації. Відчуття приналежності до касти і співтовариства, витікаючи з членства в кластері, а також почуття "громадянського обов'язку" за межами своїх вузьких інтересів переводять фірму з розряду окремого суб'єкта безпосередньо в категорію економічних цінностей, збереження і підтримка яких є завданням суспільного виробництва.

Іншими словами, виконання підприємством функцій соціальної відповідальності обумовлене його характеристикою як частини, що знаходиться в стані взаємообміну з макросистемою, жити в суспільстві і бути вільним від суспільства неможливо. В той же час стабільність відносин взаємообміну передбачає його здатність контролювати на користь свого функціонування, тобто суспільство повинне мати важелі дії на підприємство, здатне примусити його до підтримки стабільності системи. Прикладом зворотних зв'язків служить фінансова система підприємства, недостатньо ефективне функціонування якої здатне значно обмежити ринкову свободу підприємства. Саме тому роль держави полягає в покликанні вирішувати ці проблеми і взагалі прагнути не допускати їх виникнення (тобто проводити їх певну профілактику).

За оцінками банків, зростання кредитування забудовників в 2009-2011 рр. склало 14-17% на рік, а в 2012-2013 рр. прогнозувалось 5-10%. У 2014 р. банки планували надати кредитів забудовникам житла на суму не більше 15% від потреби забудовників. За експертними оцінками, потенційні можливості банків з надання подібних кредитів можуть починаючи з 2009-2010 рр. повністю забезпечити потреби житлового будівництва по кредитуванню забудовників. Проте для реалізації потенційних можливостей банків необхідно створити умови для підвищення надійності і привабливості кредитування забудовників житла [142].

Розвиток кредитування банками забудовників житла гальмується через такі проблеми, як:

- відсутність забезпечення кредитів (відсутність прав власності на земельну ділянку і труднощі застави об'єктів незавершеного будівництва);
- високий рівень ризиків кредитування будівництва;
- низький рівень прозорості фінансово-господарської діяльності будівельних компаній;
- відсутність у банків достатніх фінансових ресурсів;
- низький рівень підготовки бізнес-планів, проектів по будівництву житла, довгий термін підготовки і затвердження проектної документації.

Викладені чинники далеко не вичерпні. Вирішення державної задачі доступності житла немислиме без заходів щодо скорочення витрат забудовників, підрядних організацій і підприємств будіндустрії.

Цілком очевидно, що стимулювання платоспроможного попиту населення через розвиток системи кредитування (іпотеку) і надання безвідсоткових субсидій певним групам населення без вживання заходів по збільшенню об'ємів житлового будівництва (пропозиції) неминуче приведе до подальшого зростання цін.

Об'єми житлового будівництва поки недостатні. Як орієнтир на майбутнє перед будівельним комплексом стоїть завдання довести об'єм будівництва житла до 1 кв. м на людину в рік. На думку експертів, стільки потрібно будувати щорічно для планомірного оновлення житлового фонду і задоволення потреб населення.

Потенційні потужності будівельних компаній по регіонах (містах) з будівництва житла оцінюються на рівні 0,6 кв. м на людину в рік, що приблизно відповідає рівню введення житла. Збільшення об'ємів житлового будівництва до рівня 2010 р. вимагає розширення будівельних потужностей на 36%.

Аналізуючи таблицю, можна сказати, що загальна площа всього житлового фонду з 1999 по 2012 р. планомірно зростає з 41,9 млн м² до 44,33 млн м² за даний період. При цьому спостерігається зростання житлової площі на одного жителя з 1999 по 2012 р. від 22,5 до 27 м². Разом з тим спостерігається тенденція до зменшення кількості сімей, які отримували житло – з 2498 у 1999 р. до 62 одиниць у 2012 р. Також за аналізований період відмічено зменшення сімей, які перебували на квартирному обліку – від 67,3 тис. до 26,3 тис. сімей у 2012 р.

При цьому кількість кімнат в аналізованому періоді практично залишалася незмінною.

За характером будівництва обсяги робіт розподілились таким чином: роботи з нового будівництва, реконструкції та технічного переозброєння склали 79,2% від загального обсягу, решта – з капітального і поточного ремонтів (14,7% та 6,1% відповідно).

Таким чином, не можна допустити випереджаючих темпів збільшення попиту населення на житло над темпами збільшення пропозиції житла. Одночасно необхідно понизити адміністративні бар'єри на ринку житлового будівництва і створити ефективні механізми боротьби з високим рівнем монополізації та адміністративного протекціонізму.

Рішення даної задачі направлене на перехід до конкурентних процедур надання земельних ділянок на торгах, блокування монополізації і протекціонізму, розширення доступу забудовників на ринок житлового будівництва, зниження тимчасових і фінансових витрат на стадії підготовки проектів і отримання дозволу на будівництво.

Визнаючи пріоритет життя і здоров'я працівників по відношенню до результатів будівельної діяльності, компанії повинні прагнути до зниження ризику на робочих місцях, попередження нещасних випадків на будівельному майданчику, досягнення висо-

кого рівня безпеки і охорони праці. Це досягається за допомогою інтегрованої системи менеджменту промислової безпеки. Елементами системного управління безпекою і охороною праці є:

- ідентифікація і оцінка будівельних небезпек і ризиків, формування заходів щодо їх зниження;
- виявлення і усунення шкідливих виробничих чинників на робочих місцях;
- проведення комплексу заходів по запобіганню виникненню травм і професійних захворювань;
- організація навчання співробітників в області безпеки, охорони праці і навколишнього середовища;
- контроль за дотриманням вимог безпеки і охорони праці, своєчасне усунення всіх порушень;
- контроль за дотриманням трудової і технологічної дисципліни;
- поліпшення показників результативності будівельних компаній в області безпеки і охорони праці;
- підтримка відкритого діалогу зі всіма зацікавленими сторонами з питань безпеки і охорони праці.

Необхідно упорядкувати систему надання початкових даних для проектування і передачі дозвільній і розпорядчій документації, починаючи від виділення майданчиків під будівництво і закінчуючи затвердженням акту приймальної комісії.

Поки що інвестиційні плани підприємств-монополістів істотно відстають від необхідних об'ємів розвитку житлового будівництва. Цей чинник безпосередньо відбивається на ціновій політиці, впливає на зростання собівартості будівництва і є стримуючим моментом по відношенню до збільшення темпів зростання житлового будівництва.

Зниження собівартості будівництва можна добитися шляхом впровадження в будівельне виробництво нових систем житлового будівництва, заснованих на застосуванні ефективних несучих і захищаючих конструкцій – незнімна опалубка, багат шарові стінні панелі, ефективна цеглина, блоки і т.п.

Для досягнення рівноваги в суспільному житті корпорації несуть соціальну відповідальність завдяки:

– координації організаційних зусиль, яка направлена на підвищення та забезпечення рівня життя суспільства через розвиток добродійності та через податки, перерозподіл матеріальних ресурсів [158];

– видачі гарантій по запобіганню критичним наслідкам своєї діяльності.

Соціальна відповідальність відбувається завдяки корпоративним рішенням та заходам спеціалізованих, комплексних соціальних програм.

На реалізацію цілей та завдань соціальної відповідальності зорієнтований складний механізм, який представлений таким чином:

- суб'єкт соціальної відповідальності – корпорація, представлена сукупністю всіх її органів і підрозділів, орієнтованих на регулювання соціальних відносин;

- суспільні процеси та інші інститути цивільного суспільства;

- об'єкт соціальної відповідальності – соціальні процеси в суспільстві у всіх різноманітних формах прояву та їх змістовному різноманітті;

- нормативно-правові акти, які регулюють взаємодію між суб'єктами і об'єктами соціальної відповідальності;

- практична діяльність по вирішенню завдань соціальної відповідальності на різних етапах, яка охоплює і оцінку ефективності реалізації соціальних програм [8, с. 241].

При вирішенні конкретних задач дана структура доповнюється й іншими елементами, найважливішим з яких є соціальна робота.

Виокремлюють технологічні фази механізму реалізації КСВ:

1) аналіз та вивчення певної соціальної ситуації, її поглиблений аналіз, виявлення суперечностей та проблем, перспектив розвитку соціальних відносин;

2) визначення методів та засобів досягнення тактичних та стратегічних цілей соціальної відповідальності, враховуючи організаційні, матеріально-фінансові й інші можливості;

3) забезпечення адміністративно-організаційних і мотиваційно-пропагандистських заходів при реалізації соціальної відповідальності перед суспільством;

4) законодавче оформлення рішення соціальної проблеми – виконання нормативно-правових актів законодавчої і виконавчої влади;

5) контроль та внесення змін у попередні фази реалізації СВ [8, с. 85].

У СВ виділяють два взаємодіючих компонента: науково-пізнавальний та практично-організаційний [8, с. 89].

Науково-пізнавальний компонент СВ є осмисленим результатом аналізу потреб суспільства, напрямів розвитку соціальних процесів, результатом і оцінкою державної соціальної політики. Він вказує на стан і настрої населення, на рівень громадської думки.

Це дає змогу компанії розробити концепцію соціальної відповідальності у галузі будівництва, сформувані головні напрями та завдання.

Практично-організаційний компонент СВ корпорації – це виконання конкретних стратегічних завдань. Науково обґрунтована та зважена корпоративна соціальна відповідальність, яка складає важливу змістовну основу, аналогічна до інтересів суспільства.

Зважаючи на той факт, що бізнес об'єктивно виступає могутньою силою позитивної соціальної зміни, пропонуються наступні принципи як основа діалогу і дії лідерів бізнесу у пошуках конкретних шляхів і форм досягнення. Слід особливо підкреслити необхідність опори на моральні цінності в ухваленні ділових рішень. Без них стійкі взаємовигідні ділові відносини і повноцінний розвиток світової спільноти неможливі [101].

Принцип 1. Відповідальність корпорацій: від акціонерів до стейкхолдерів. Цінність корпорацій для суспільства – багатство і зайнятість населення, які він створює; ринкові продукти і послуги, якими він забезпечує споживачів за розумними цінами, сумірними з якістю. Щоб забезпечувати таку цінність, бізнес повинен підтримувати власне здоров'я і життєздатність. Проте виживання корпорацій і підвищення їх життєздатності не є самоціллю.

Бізнес покликаний виконувати роль катализатора зростання добробуту своїх споживачів, працівників та інвесторів шляхом справедливого розподілу між ними створеної доданої вартості. Поста-чальники і конкуренти також чекають від корпорацій винагороди за

виконання своїх зобов'язань, але вже у формі чесності і справедливості. Як відповідальні корпоративні громадяни місцевих, національних і регіональних общин, на території яких функціонують компанії, бізнес бере активну участь у формуванні майбутнього цих общин.

Принцип 2. Економічний і соціальний вплив корпорацій: справедливість і світова спільнота. Справа честі для корпорацій робити внесок до соціального розвитку приймаючих країн перш за все шляхом створення продуктивної зайнятості і підвищення купівельної спроможності їх громадян. Не обмежуючись цим, бізнес бере участь в розвитку освіти, охорони здоров'я цих країн.

Участь корпорацій в економічному і соціальному розвитку виходить за межі приймаючих країн і розповсюджується на всю світову спільноту у формі розумного і ефективного використання природних ресурсів, вільної і справедливої конкуренції, впровадження інновацій в технологіях, виробничих методах, маркетингу і комунікаціях.

Принцип 3. Поведінка корпорацій: від букви закону до духу довіри.

Цивілізований бізнес безумовно законопокірний. Проте власна щирість, безсторонність, вірність слову і прозорість в діях народжують не тільки взаємну довіру і надійність у відносинах, але й вигідне зниження трансакційних витрат, особливо на міжнародному рівні.

Принцип 4. Пошана правил.

Щоб уникати торгових розбіжностей і сприяти вільній торгівлі та рівним умовам конкуренції, бізнес повинен поважати міжнародні і місцеві правила ведення справ. Крім того, лідери корпорацій повинні враховувати, що певна поведінка компаній, хоч і є законною, може мати несприятливі наслідки.

Принцип 5. Підтримка багатосторонньої торгівлі.

Бізнес зобов'язаний підтримувати багатосторонні торгові системи ВТО та інші міжнародні угоди. Він повинен співпрацювати з іншими у встановленні прогресивної і розумної лібералізації торгівлі, ослабляти дію тих місцевих заходів, які надмірно перешкоджають розвитку глобальної комерції. При цьому віддаючи належну пошану проведенню політики захисту національних цілей.

Принцип 6. Пошана до навколишнього середовища.

Бізнес зобов'язаний дбайливо відноситися до біологічного місця існування, по можливості покращувати його, сприяти стійкому розвитку і запобігати марнотратному використанню природних ресурсів.

Принцип 7. Уникнення незаконних операцій.

Цивілізований бізнес не компрометує себе хабарництвом, не бере участі у відмиванні грошей та інших корупційних операціях. Навпаки, він шукає співпраці, по їх запобіганню. Відомі аксіоми соціально відповідального бізнесу: не торгувати зброєю, не займатися виробництвом, перевезенням і розповсюдженням наркотиків, не співпрацювати з організованою злочинністю, наскільки б це не було прибутковим.

3.2. Перспективи і практика реалізації соціальної відповідальності в іноземних корпоративних моделях

В європейських країнах корпоративна соціальна відповідальність визначається більше як бізнес із соціальною місією. На відміну від звичайного підприємництва, на перше місце виходить соціальний аспект або соціальний ефект від корпоративної діяльності, а потім фінансова ефективність. Важливим критерієм корпоративної соціальної відповідальності в Британії, наприклад, є колективна форма власності та діяльність на користь територіальної громади, суб'єктом соціального підприємництва тут виступають бізнес-підприємства з соціальною місією.

Зміст, завдання та цілі соціальної відповідальності відкриваються у функціях – самостійних, але пов'язаних видах політичної діяльності. Найважливішими є:

- управління соціальними процесами;
- розв'язання суспільних розбіжностей соціальної сфери, діалог між державою та громадянами;
- захист та єдність інтересів прошарків суспільства та окремих його членів, соціальних груп;

- об'єднання різних верств населення, зближення їх інтересів, підтримка цілісної системи суспільства, порядку та стабільності;
- соціальний захист населення;
- прогностична [80].

Ці функції забезпечують найважливіше завдання соціальної політики – управління соціальним розвитком суспільства для здійснення гармонізації суспільних відносин.

У напруженнях соціальної політики виділяють два окремі блоки:

а) соціальна політика в загальному розумінні, охоплює рішення і заходи, що впливають на всі сфери життя суспільства, враховуючи забезпечення соціуму товарами, житлом і послугами соціальної інфраструктури, працевлаштуванням, достатнім матеріальним забезпеченням, розширення і зміцнення матеріальної бази, охорону і зміцнення здоров'я населення, його освіти і культуру, створення системи соціального забезпечення для покращення життя громадян;

б) власне соціальна політика, її елементами є політика в області соціального захисту, а саме: політика соціального захисту літніх людей і інвалідів, молодіжна та сімейна політика [42].

Закони і ринкові сили є необхідними, але абсолютно недостатніми, щоб ефективно управляти поведінкою компаній, особливо в країнах, що розвиваються. Необхідна відповідальність самого бізнесу за проведення соціально мудрої політики пошани людської гідності, а також інтересів всіх тих, кого зачіпає його діяльність. Добровільне зобов'язання корпорацій по взаємному досягненню успіху таке ж важливе для світової спільноти, як і для спільнот дрібнішого масштабу [33].

У кожній організації практичну діяльність здійснюють конкретні менеджери і виконавці відповідно до своїх функцій і посадових обов'язків, які здебільшого зафіксовані у документах (посадових інструкціях) або можуть становити предмет усних домовленостей. Все ж таки досвідчені фахівці добре знають, що жодна інструкція не передбачає всіх аспектів дій. Через те інколи всупереч інструкціям чи постановам працівники керуються цінностями і власним уявленням під час виконання того чи іншого завдання, тобто мова йде про етичні аспекти менеджменту, які віддзеркалюють механізм взаємодії суспільства з менеджментом, що є досить важливим.

Вважається, що найбільш багата традиціями американська модель КСВ. В останні 20-25 років в своєму розвитку отримали потужний імпульс британська і континентальна системи завдяки окремим зовнішнім спонукам. На відміну від британської і континентальної, американська доктрина, плавно дрейфуючи в унісон з розвитком американського суспільства, не піддавалася значним трансформаціям протягом останнього століття.

До ідей соціальної відповідальності більш чутливе британське ділове співтовариство, ніж континентальний бізнес. Не зважаючи на багату спадщину Америки по проблемі КСВ, британський і континентальний досвід за останні 20-25 років більш корисний для України через недавню трансформацію з погляду сучасних тенденцій. Даний підхід дозволяє ідентифікувати відмінності і паралелі з нинішньою Україною, яка пережила соціальні та економічні потрясіння за період останніх 25 років. Український перехідний етап характеризується процесами постійної турбулентності. В даному випадку огляд британської і континентальної моделей КСВ може мати чисто практичне значення [177].

Деякий час існувала думка, що КСВ – чисто американське явище. Адже традиції філантропії і добровільної допомоги корпорацій іншим суспільним стратам існували ще в XIX столітті у США (публічні бібліотеки Рокфеллера, ініціативи Карнегі і т.п.).

Численні механізми участі корпорацій в соціальній підтримці суспільства виробили в США, а саме: надзвичайно велика кількість корпоративних фондів, цілями яких є вирішення різносторонніх соціальних проблем за рахунок корпорацій. Також відомо, що американська професійна освіта підтримується приватним сектором, чого ніхто ще досі не практикував (у даному твердженні виключаються з порівняння країни, де охорона здоров'я, освіта та інші соціально значимі галузі існування суспільства фінансуються державою). Останнє частково пояснюється тим, що бізнес зацікавлений у добровільних вливаннях в освіту, страхових і пенсійних схемах для персоналу та інших соціально значимих програмах. Відповідальна поведінка корпорацій перед суспільством заохочується відповідними податковими пільгами і заліками, закріпленими у законодавстві.

Якщо виділити ключові слова в національному характері американської нації, то це будуть слова "працьовитість" і "заповзятливість". У брошурі американської асоціації підприємців дух підприємництва або кредо підприємця виражається таким чином: "Я не бажаю бути як всі і це моє право бути самим собою. Я потребую сприятливої можливості, а не безпеки. Я готовий йти на розумний ризик, мріяти і творити, терпіти невдачу і знову досягати успіху" [15].

Завдяки тому, що американське підприємництво спрямоване на максимальну свободу суб'єктів, багато сфер суспільства залишаються до сьогодні саморегульованими. Таким чином трудові відносини працівник-працедавець є предметом двостороннього договору між цими сторонами. Право суспільства Америки на охорону здоров'я в більшості випадків є правом вибору громадянина – чи користуватися медичними установами, чи ні, а звідси і добровільність медичного страхування. Лише базисних невід'ємних прав членів суспільства торкається в даних областях державне регулювання. Тому всі ініціативи в області КСВ є добровільними для корпорацій у своїй природі.

Західна концепція "людської гідності" ґрунтується на визнанні самоцінності особи, людини як кінцевої мети, а не просто як засобу досягнення мети інших. Мобільність зайнятості, капіталу, продуктів і технологій робить бізнес все більш глобальним у веденні своїх ділових операцій.

У американській моделі переважає ухил на філантропію, тобто компанія ділиться частиною прибутку, інвестуючи її в суспільно-корисні ініціативи – жертвує на добродійні потреби, і чим менша можливість прослідкувати зв'язок між соціально-відповідальними "вкладеннями" компанії і досягненням її бізнес-цілей, тим краще. Тобто наявність в ході фінансування компанією добродійних ініціатив додаткових мотивів, окрім бажання зробити добру справу, нівелює ефект подібних дій на репутацію компанії і її взаємовідношення з цільовими групами. До того ж, зважаючи на непряме відношення до бізнесу компанії, в умовах скорочення бюджетів масштаби подібної діяльності будуть зменшені в першу чергу [14, с.186].

Але не завжди ці форми поведінки, дії у різних країнах набувають однакової етичного забарвлення. Наприклад, законодавство

США вважає хабарі злочином, та все ж дозволяє їх з боку американських фірм за кордоном. Так звані "підмазки" – незначні виплати закордонним чиновникам з боку компаній США задля прискорення прийняття рішень, хабарі такого виду деколи звільняються від оподаткування та не вважаються злочином. Тобто напівпрозорі матеріальні виплати вираховуються із портфелів, які підлягають оподаткуванню. Сума хабарів, наданих фірмами США за кордоном, за даними американської статистики, щорічно становить 98,3 млрд дол. Ці витрати спрямовуються на виплати у митних службах для прискорення митних процедур, чайових, прискорення прийняття рішень, дрібних подарунків, але вони не можуть бути направлені на започаткування нового бізнесу та на допомогу збуту.

У сучасних економічних умовах американська модель соціально відповідальної поведінки компаній використовується найширше. По-перше, вона відносно легко втілюється в життя, а продемонструвати і обґрунтувати її пряме відношення до зростання прибутковості компанії досить важко. І одного разу ухваливши рішення слідувати їй, керівництво компанії віддає собі звіт в довгостроковому характері віддачі від витрат на добродійні ініціативи.

Проте з погляду інвестора участь компанії в добродійній діяльності характеризує її як соціально стійку і, значить, при інших рівних умовах, привабливішу для вкладень. До того ж при грамотному втіленні наведена модель знаходить позитивний відгук від громадських організацій, населення і персоналу, оскільки надає можливість цим групам побачити компанію в незвичайному, "людяному" світлі і сприйняти її як такого ж жителя міста, району або округу, як вони самі [15, с.163].

Основні повідомлення, які будівельна компанія несе цільовим групам, і може використовувати при побудові зовнішніх комунікацій, грамотно використовуючи американську модель, такі:

1. Екологічність роботи компанії. Дане поняття стосується не тільки ставлення компанії до навколишнього середовища, а й ступеня гармонійної інтеграції компанії в навколишнє співтовариство. Компанія як будь-який член місцевого співтовариства, що інвестує в підтримку і розвиток своїх "сусідів", викликає довіру, оскільки не тільки користується ресурсами суспільства, а і вкладає в нього.

2. Стабільність і надійність. Підприємство, що активно вкладає в добродійність, повинне генерувати достатньо прибутку для того, щоб забезпечити підтримку власної діяльності і "поділитися" цим прибутком з тими, хто в цьому має потребу.

3. Людяність. Населення регіону, зокрема співробітники компанії, мають можливість побачити іншу сторону роботи промислового підприємства. Міняється сприйняття компанії – з будівельного майданчика, що гуркотить та створює незручності населенню, – на підприємство, яке піклується про тих, з ким ділить життєвий простір. Модель дозволяє компанії подати себе цільовим групам не як неживий комплекс, а як команду людей – таких же, як інші жителі регіону – яким не байдужий рівень життя їх менш забезпечених сусідів [14, с.212].

Деякі небезпеки впровадження американської моделі полягають в поширеному переконанні населення в тому, що компанія, яка активно вкладає в добродійність, таким чином "розплачується" за участь в скандалах чи махінаціях, або відмиває гроші.

Таким чином при виборі американської моделі соціально-відповідальної поведінки промисловим компаніям необхідно забезпечити залучення місцевої влади, громадських організацій і населення в процес вибору об'єктів вкладення і розподілу засобів, а також відстеження результатів цих вкладень. Таким чином буде забезпечений необхідний рівень прозорості і довіри до діяльності компанії, що у свою чергу служитиме основою для об'єктивного освітлення діяльності компанії в ЗМІ.

Будь-яка відповідальність корпорації починається з турботи про власний трудовий колектив. В США і країнах Західної Європи, де лікарнями, пільгами і страховками для працівників нікого не здивуєш, керівництву соціально відповідальних компаній доводиться постійно розробляти та впроваджувати нові заходи, щоб продемонструвати свою турботу про підлеглих. Наприклад, в компанії "Ксерокс" кожний співробітник одержує 10 тис. "віртуальних" доларів, які можуть бути використані на медичні і соціальні потреби самого співробітника або його сім'ї.

Соціальна відповідальність по відношенню до споживача виявляється в основному в турботі про безпеку продукції, що вироб-

ляється. Так, компанія "Форд" обладнала свої автомобілі самими передовими технологіями безпеки: системою стеження за втомленістю водія, електронними стабілізаторами, системою ABS, спеціальними ударовідбивними бамперами і т.п. Практично всі найбільші виробники продуктів харчування, косметики і одягу спільно з медичними установами постійно проводять дослідження своєї продукції на предмет її безпеки для здоров'я споживачів [180].

В силу збільшення уваги до цього питання термін "корпоративна здатність до соціального реагування" почали використовувати для позначення європейського варіанту КСВ.

З такою особливістю, як державне регулювання, континентальну модель КСВ часто відносять до прихованих форм КСВ. Так, багато країн континенту мають законодавчо закріплену охорону здоров'я працівників та пенсійне регулювання, обов'язкове медичне страхування і ряд інших соціально значимих факторів. Не можна пропустити і те, що правовідносини "працівник – роботодавець" в Європі відрегульовані детальніше, ніж у США. В цілому північно-американський варіант поступається європейському в питанні державного регулювання аспектів КСВ.

Європейська модель акцентує увагу на тому, що соціально відповідальна діяльність компанії пов'язана з досягненням її бізнес-цілей і є частиною стратегії створення додаткової вартості компанії. Фінансування компанією ідей та ініціатив в рамках даної моделі здійснюється для генерації прибутку і реалізації продукції. Основними об'єктами інвестицій цієї моделі є: внесок в розвиток муніципальних утворень, де розташовані виробничі потужності компаній; розвиток персоналу компанії; розвиток науки, освіти і технологій; добродійні вкладення за участю співробітників компанії; природоохоронна діяльність; програми приведення діяльності компанії у відповідність зі світовими галузевими стандартами.

На сьогодні спостерігається тенденція: найбільш крупні промислові компанії, що досягли певного рівня стабільності корпорацій, впроваджують у себе та адаптують європейську модель соціально відповідальної поведінки. Економічне обґрунтування соціальних ініціатив і їх інтеграція в стратегію розвитку компанії – ось що властиве європейській моделі. Тому перед використанням даної моделі керів-

ництву промислової компанії потрібно бути впевненими, що крім визначення об'єктів вкладень і виділення коштів, вся діяльність компанії буде адаптована з погляду її відповідності соціально відповідальній поведінці компанії. До того ж, треба розробити і закріпити механізми контролю за ефективністю інвестованих засобів [7].

Яскравим прикладом поєднання елементів американської і континентальної моделей є КСВ у Великобританії. З континентальною моделлю, перш за все, її об'єднує активна підтримка корпорацій з боку держави. Британія славиться розробленою на високому рівні державною системою соціального забезпечення і охорони здоров'я. Після реформи Маргарет Тетчер особливо чітко виявилась схожість з американською моделлю КСВ [3].

Можна виділити наступні характерні ознаки для британської моделі:

- широкий розвиток сектору незалежного консалтингу в області КСВ;
- тенденція зростання кількості соціально відповідальних інвестиційних фондів;
- підвищений інтерес ЗМІ (наприклад, "Тайм" публікує індекси соціальної відповідальності в своєму щотижневому розділі "Профіль Компанії");
- велика кількість і різноманітність навчальних курсів в області КСВ у порівнянні з континентальною Європою;
- участь уряду в розвитку КСВ на прикладі створення партнерств між приватними підприємствами в освітньому секторі, підтримки ініціатив в області КСВ через спільне фінансування проєктів, податкових пільг, просування ініціатив у відповідності.

Має місце чітко окреслена ініціатива самого бізнесу в створенні проєктів в області КСВ, що по суті повністю узгоджується з принципом добровільності. В цілому процес розвитку британської моделі КСВ можна охарактеризувати як поступовий. Одночасно виділимо декілька зовнішніх чинників, що вплинули в останні 20-25 років на якісні зміни еволюції КСВ.

При оцінці соціально відповідальної поведінки компанії європейська модель є привабливішою з погляду інвестора, оскільки може бути зведена до відносно вимірних результатів. Особливо

якщо вкладення компанії в соціальну сферу дають негайний ефект місцевому співтовариству. Як і американська модель, європейська модель сприяє поліпшенню іміджу і репутації компанії в очах місцевого співтовариства, сприяє встановленню довіри до комунікацій компанії і сприятливому висвітленню її діяльності в ЗМІ [7, с. 327].

На сьогодні спеціальні підрозділи КСВ зі своїми бюджетами і представництвом на рівні ради директорів має в своїх структурах більшість великих британських компаній. Соціальну звітність включають в щорічні фінансові звіти близько 89% найбільших національних компаній.

Компанії, що висвітлюють свою діяльність в соціальній, природоохоронній сфері і взаємовідносинах з персоналом – найбільш вагомо відчують підтримку з боку британського уряду. А компанії, які ведуть свій бізнес соціально відповідально і з позицій ділової етики, особливо в питаннях ефективного використання енергії, повторної переробки відходів виробництва і т.п., можуть користуватися цілим рядом законодавчих актів, що встановлюють пільговий режим оподаткування [114].

Поступовий рух від прихованої форми у бік відкритої моделі – спільна тенденція як для британської, так і для континентальної моделі КСВ. Відкрита форма КСВ характеризує таку лінію поведінки корпорації, при якій спонукає корпорацію до прийняття на себе відповідальності за вирішення тих питань, в яких зацікавлене суспільство. Відкрита форма КСВ передбачає добровільні лінії поведінки, програми і стратегії корпорації з питань, які самостійно визначаються корпораціями і сприймаються ними як частина їх відповідальності перед суспільством.

Визначення офіційних і неофіційних інститутів країни, через які відповідальність корпорацій за громадські інститути узгоджується з корпораціями або покладається на них, – ознака прихованої форми КСВ. Прихована форма КСВ як правило включає ті цінності, норми і правила, які часто ведуть до обов'язкових вимог відносно корпорацій в питаннях, де громадські, політичні і економічні інтереси країни розглядаються як належні і обґрунтовані обов'язки юридичних осіб [108]. Зовсім недавно моделі КСВ в США і Європі були визначені як "відкриті" і "приховані" форми КСВ.

Грамотно використовуючи європейську модель, промислова компанія несе цільовим групам повідомлення, які може використати при побудові зовнішніх комунікацій. До таких повідомлень відносять:

1. *Прозорість*. Якщо є механізм вимірювання результатів діяльності, є можливість приводити конкретну статистику в звітах для акціонерів, партнерів та інвесторів. До того ж, населення і місцева влада мають можливість ознайомитися з результатами фінансування компанією соціальних ініціатив.

2. *Керованість і стабільність*. Коли соціально відповідальна поведінка компанії практикується в рамках її стратегії розвитку із залученням інших зацікавлених сторін. Питань щодо якості контролю за ефективністю соціальної політики компанії не виникає. До того ж, уміння сумістити прибутковість з ефективною соціальною відповідальністю промислової компанії – додатковий плюс її керівництву.

3. *Турбота*. Більшість промислових підприємств неінформованій людині, як правило, уявляються залізобетонними гігантами, наповненими однаковими людьми, що виконують свої шматочки роботи. Участь співробітників промислової компанії в соціальних проектах в рамках європейської моделі допомагає становленню її "людянішого" іміджу. Співробітники компанії перестають бути "гвинтиками" гігантської виробничої машини і стають помічниками компанії в досягненні нею суспільно-корисних цілей.

4. *Надійність*. Компанія, що зробила соціальні інвестиції частиною своєї стратегії розвитку і, одержуючи від них економічний ефект, справляє враження надійної на владу, партнерів і акціонерів. Враховуючи процес оновлення основних фондів, який зараз проходить багато промислових компаній, і витрати, залучені в цей процес, виконання зобов'язань перед цільовими групами є одним з ключових чинників формування репутації компанії. При певних перевагах європейська модель має ряд особливостей, які слід враховувати перед її впровадженням в промисловій компанії. Перш за все, необхідно оцінити готовність компанії переглянути свою діяльність для приведення її у відповідність зі стратегією соціально відповідальної поведінки та можливість розробки механізмів

обчислення економічного ефекту. До того ж, європейська модель має менший ступінь гнучкості у виборі об'єктів вкладень, оскільки в рамках цієї моделі компанія вибирає пріоритетні для себе соціальні сфери і концентрується тільки на них [4, с. 258].

Не дивлячись на швидкий процес розвитку, що дозволив Японії досягти промислового рівня, що не поступається рівню розвитку Заходу, японська соціальна структура і людські відносини, на яких вона базується, представляють помітну відмінність від західних країн [14]. Безумовно, що проблема включеності і функціонування традиційних норм, уявлень, відносин, форм практики і т.п. в нових соціальних умовах представляє великий інтерес. Але ця ж проблема, узята односторонньо і перебільшено, демонструючи одні риси і ознаки соціального цілого, щоб приховати або повністю ігнорувати інші, часом істотніші і важливіші, може зрештою привести до плоскої апологетики і набути охоронного характеру.

Японська концепція "кіо-сей" означає жити і працювати спільно в ім'я загального блага, тобто співпраця і взаємне досягнення успіху в умовах соціальної здорової і справедливої конкуренції.

Культурні традиції Японії є однією зі складових частин соціальної відповідальності корпорацій країни. Японська модель КСВ передбачає ділову згуртованість на рівні індустріальної групи та соціальну згуртованість на рівні компанії. Держава відіграє важливу роль у японській моделі, а раніше протягом довгого часу приймала участь в корпоративному стратегічному плануванні.

Отримання прибутку, правильне сприйняття буття, навколишнього світу та суспільства, усвідомлення відповідальності перед суспільством і прагнення до прогресу цивілізації – все це є орієнтирами управління бізнесом.

"Виробнича сім'я" – це головна філософія для підприємства Японії. Отже працівник обов'язково є членом "сім'ї", тому він виконує не лише трудові обов'язки, а його відповідальність і права виходять далеко за їхні рамки. Тобто корпорація є невід'ємною частиною життєвого шляху кожного працівника. Вона допомагає в придбанні житла, виплачує щедрі корпоративні пенсії, надає фінансову допомогу для народження і виховання дітей, допомагає у їх навчанні.

Осмилення особи японця і вираз японської унікальності має важливе значення для розуміння соціально-політичної орієнтації прихильників “теорії японця і японської культури”. В цілому вони достатньо однотайні в неприйнятті того, що можна узагальнено визначити як “матеріальну цивілізацію” Заходу, якій і протиставляється вся система суспільних відносин в Японії, що базується на своєрідності соціальної поведінки і особових рис японця. Японські стандарти в представленні цих теоретиків не тільки несумісні, але і прямо протилежні таким ціннісним орієнтаціям і соціальним імперативам західної цивілізації, як раціональність, індивідуалізм, суперечність, конфліктність і т.п.

Традиційними є конфуціансько-патерналістичні цінності, які до теперішнього часу визначають особливу етику поведінки людини, – шанобливе відношення до владних структур, соціальну і виробничу дисциплінованість, працьовитість, культ предків, шанування патронажу з боку власника фірми або частини клану.

Відносини між найнятим робітником і працедавцем фактично засновані на феодалній концепції батьківської турботи за певний “борг вдячності”. Коли компанія надає найманому статус постійного робітника, то вона тим самим поширює на працівника свою “батьківську любов і турботу”. А працівник, приймаючи цю любов і турботу, тим самим погоджується оплачувати їх виконанням свого обов'язку-вдячності.

Економічний зміст цієї самотності японського характеру блискуче реалізується в діяльності “гуртків контролю якості”, громадських відносин, що легко вписуються в поняття, в яких головне – групове мислення, стимулююче групові дії.

Таким чином общинність виступає ключовою характеристикою самотності японської культури, вона пронизує всю систему соціальних і економічних відносин, приймаючи різні форми: патерналізм (турбота про персонал), довічне наймання на роботу, групова мотивація, групова відповідальність, групове ухвалення рішень, незначна диференціація в посадовому окладі, життя працівників на виробництві і поза ним як єдине ціле і т.п. Самобутність японської культури виявляється і в більшій соціальній дисциплінованості та законослухняності – рівень злочинності тут значно нижчий, ніж у західних країнах.

Відомо, що в різних країнах існує давно укорінена система соціальної допомоги "слабким" верствам населення. В більшості європейських країн, зокрема в Німеччині та Данії головну роль, тобто широке охоплення соціальної сфери, відіграє саме держава. Але існують країни, в яких робиться акцент на приватний сектор, добродійні та суспільні організації. Зразками таких країн є США та Японія [15, с. 31].

Проблема забезпечення житлом громадян та низка інших проблем соціальної сфери завжди були особливо актуальними для Росії. Яскравим прикладом вирішення різних соціальних проблем може виступати ВАТ "Татнафта", яке приділяє велику увагу питанню поліпшення житлових умов працівників.

До 1998 року ВАТ "Татнафта" будувало житло за рахунок власного прибутку і виділяло його працівникам шляхом передачі квартир у державну власність. У зв'язку з переходом до ринкової економіки був введений порядок реалізації побудованого за рахунок власного прибутку житла шляхом укладення договору купівлі-продажу з розстрочкою платежу до 15 років. При цьому до 50% вартості житла, залежно від стажу роботи співробітника, компенсувалося компаніїю.

З 2005 року в країні стало розвиватися іпотечне кредитування. Проте цей спосіб через високий кредитний відсоток і необхідність страхувати майно не став доступним для всіх охочих придбати житло. Оцінивши ситуацію на ринку житла, уряд Республіки Татарстан розробив найбільш доступну для всіх верств населення іпотечну програму, яка отримала назву "Соціальної іпотеки".

У даній програмі бере участь більше п'яти тисяч працівників, третину яких складає молодь. Компанія надає допомогу працівникам при внесенні первинного внеску за житло. З цією метою розроблено "Положення про одноразову позику працівникам з метою компенсації первинного внеску при придбанні житла в системі соціальної іпотеки Республіки Татарстан". Положення регулює умови і порядок одноразової компенсації витрат працівників на погашення первинного внеску за договором соціальної іпотеки.

Одноразова позика надається працівникові строком на 10 років без відсотків. Її розмір складає від 15 до 30% вартості житла.

Передбачено погашення (списання) позики з прибутку компанії за умови роботи учасника іпотеки у ВАТ "Татнафта". Списання позики здійснюється двічі: 50% – через 5 років, інші 50% – після закінчення встановленого десятирічного терміну. Для молодих працівників розмір одноразової позики складає 30% від вартості квартири.

Законодавством Республіки Татарстан передбачено надання компенсації сім'ям частини платежів по іпотечних житлових позиках у розмірі 200 тис. рублів при народженні дитини. Квартири для молодих сімей по їх бажанню додатково укомплектовуються меблями.

З 2006 року діє "Положення про надання житла по соціальній іпотеці для працівників ВАТ "Татнафта", що проживають на території сільських населених пунктів Республіки Татарстан", згідно з яким працівникам компанії, що постійно проживають в сільській місцевості і потребують поліпшення житлових умов, надається право на отримання одноразової позики і компенсацій.

В Україні система взаємин компаній і суспільства тільки формується, тому всі зацікавлені сторони разом з державою повинні докласти певних зусиль для вдосконалення корпоративного управління і поліпшення взаємин між корпораціями та соціумом.

Вагомим завданням для українського суспільства є розвиток корпоративної соціальної відповідальності. Адже від того, наскільки серйозно вітчизняні корпорації віднесуться до цієї проблеми сьогодні, може залежати ефективність підтримки доброчинності з боку компаній та корпорацій завтра.

На Заході регулярно проводяться аналітичні дослідження. Але на жаль, в Україні таке вивчення застосовується ще не на належному рівні.

З представленого матеріалу, публікацій ЗМІ по КСВ складається враження, що в Україні страждають зайвим оптимізмом дослідження, а також заяви деяких представників бізнес-еліти, що стосуються питання вітчизняного рівня КСВ. Такі речі часто спостерігаються в практиці компаній, які майже не мали часу для підготовки повноцінної соціальної звітності, але вже поспішили себе задекларувати як соціально відповідальні.

Можливо, основою для таких переоцінок є окремі спроби відродження елементів КСВ, що були розпочаті ще з радянських часів.

До таких елементів можна віднести: дитячі табори та будинки відпочинку, санаторії. Але це відродження знаходиться ще тільки на початковому етапі. Концентрація лише на одній групі стейкхолдерів є докорінно помилковою. Решті груп бракує уваги. В нашій країні дуже коротка історія розвитку цього питання, але не можна відкидати ще й те, що одним із мотивів переоцінки є бажання скоріше "відзвітувати" перед головним стейкхолдером – державою.

Тенденцію розвитку КСВ можна вважати позитивною, якщо враховувати успадковані з радянського часу елементи командної системи. Роль нашої держави в КСВ дуже мізерна, відсутній будь-який досвід у даній сфері. Це і відрізняє нас від західних аналогів, де КСВ вже зайняла важливе місце і має велику стійку підтримку зі сторони держави.

Зовсім очевидно, що в Україні КСВ знаходиться на самій початковій стадії свого розвитку. Ми маємо теоретичну базу і приклади інших країн, але самостійно майже не розуміємо, як на практиці застосувати ці знання, за рідкими винятками. І тому існує небезпека, що самостійно цього не помічаючи, ми можемо перейти до "нібито" позитивної соціальної звітності і забути про практичне втілення концепції КСВ. Аналізуючи це питання, можна зробити висновок, що у більшості компаній в Україні відсутня осмислена довгострокова концепція КСВ.

Зважаючи на заплутаний процес соціально-історичного розвитку, ми можемо спостерігати, що сьогодні Україна знаходиться у важкому соціально-економічному положенні. На даний момент перед нашим суспільством постала велика кількість суперечливих та багатоаспектних проблем. Перш за все – це економічні, демографічні та екологічні проблеми, які пов'язані з проблемами соціального характеру.

Ситуація, що склалася, вимагає прийняття якнайшвидших, кардинальних рішень по виправленню такого становища. Але, як ми розуміємо, кожна людина окремо не зможе самостійно вплинути на стан у цій сфері, адже дуже заплутаною є система "людина – суспільство – держава", і кожен з нас в цій системі лише маленька частина.

Отже, в сьогоднішньому становищі дуже важливо, щоб "верхівка", тобто сама держава, якщо не пропонує власні рішення, то

хоча б надавала підтримку заходам, що надходять від нижчих верств, допомагала їх впровадженню в складну систему вирішення соціальних проблем. Також дії держави повинні бути направлені на гармонізацію та гарантію захисту інтересів кожної людини.

На сьогоднішній день одне з основних завдань соціальної відповідальності корпорацій – соціальний захист населення від негативних наслідків ринкових відносин в економіці. Це передбачає збільшення матеріальної бази, зміцнення здоров'я населення, розвиток сфери послуг для населення, задоволення попиту на якість товарів і послуг, створення можливості для поліпшення житлових умов, підтримку балансу між грошовими доходами населення і товарними ресурсами, але насамперед забезпечення соціальної справедливості в суспільстві.

Отже, корпоративна відповідальність перед суспільством – це філософія поведінки, це концепція побудови діловим співтовариством, корпораціями і окремими представниками корпорацій своєї діяльності за наступними орієнтирами:

- внесок у формування громадянського суспільства через партнерські програми і проекти розвитку місцевого співтовариства;
- врахування суспільних очікувань і загальноприйнятних норм в практиці ведення бізнесу;
- ефективне ведення бізнесу, орієнтоване на створення доданої економічної вартості і зростання добробуту своїх акціонерів;
- побудова добросовісних відносин зі всіма зацікавленими сторонами;
- неухильне виконання умов законодавства: податкового, трудового, екологічного і т. п.;
- створення привабливих робочих місць, виплата легальних зарплат і інвестицій в розвиток людського потенціалу;
- виробництво якісної продукції і послуг для споживання.

Отже, на сьогоднішній день найбільш розповсюдженими в світовій практиці є американська, британська, континентальна та азіатська моделі КСВ, які можуть стати взірцями для становлення відповідної системи в Україні.

Відповідальна перед суспільством поведінка корпорацій підтримується відповідними податковими пільгами і заліками, закріп-

леними на законодавчому рівні. Саме така модель характерна для США, де держава має мінімальне втручання в приватний сектор. Але, незважаючи на це, Америка відома традиціями систематичної участі бізнесу та його представників у фінансуванні різних некомерційних проєктів, чисельними механізмами, які виробили США для участі бізнесу в соціальній підтримці суспільства, такими як корпоративні фонди, що націлені на урегулювання різноманітних соціальних проблем за допомогою бізнесу. Усім відомо, що в Америці професійна освіта спонсорується приватним сектором.

Американська модель КСВ ініціюється самими компаніями і передбачає максимальну самостійність корпорацій у визначенні свого суспільного внеску, але законодавчо заохочує соціальні інвестиції у вигідні для суспільства сфери через відповідні податкові пільги і заліки.

Модель КСВ континентальної Європи можна охарактеризувати наявністю державного регулювання даної сфери, цю модель можна віднести до прихованої форми КСВ. Отже, в багатьох країнах Європи законодавчо закріплене обов'язкове медичне страхування і охорона здоров'я працівників, пенсійне регулювання і низка інших соціальних питань.

Не дивлячись на істотні відмінності країн континенту в застосуванні концепції КСВ, схожого між ними більше. Це виявляється, перш за все, в тому, що європейські політики надають великого значення підтримці різносторонніх ініціатив в галузі КСВ. Європейська Комісія визначила КСВ як "концепцію, в рамках якої компанії на добровільних засадах об'єднують свої зусилля із стейкхолдерами для вирішення соціальних питань і реалізації природоохоронних заходів". Зважаючи на це, європейська модель КСВ більшою мірою є системою заходів державного регулювання.

КСВ у Великобританії поєднує елементи американської і європейської моделей. В цілому для британської моделі характерні наступні ознаки:

– участь уряду в розвитку КСВ виявляється в створенні партнерств з приватними підприємствами в освітньому секторі, підтримці ініціатив в області КСВ через співфінансування проєктів, податкові пільги та ін.;

- система бізнес-освіти Великобританії однозначно перевершує континентальну Європу по кількості і різноманітності навчальних курсів в області КСВ;
- широкий розвиток сектора незалежного консалтингу в області КСВ;
- підвищений інтерес ЗМІ;
- пильна увага фінансового сектора до проектів в області КСВ (тенденція зростання кількості соціально відповідальних інвестиційних фондів).

Загалом тенденцією як для британської, так і для європейської моделей є їх прихована форма з поступовим рухом у бік відкритої моделі. Отже, британська модель КСВ поєднує елементи моделей США і Європи, але з істотним залученням держави і суспільних інститутів до процесу узгодження суспільних інтересів, а також просувань і заохочень кращих практик.

Таблиця 3.3.

Порівняльний аналіз моделей корпоративного управління соціальною відповідальністю

Модель	Позитивні риси	Негативні риси
1	2	3
Американська модель	<ul style="list-style-type: none"> – висока гнучкість систем управління; – орієнтація на підвищення вартості компанії, її прибутковості в короткостроковому періоді; – інноваційність і достатня ризикованість проектів; – знаходить найбільш позитивний відгук у стейкхолдерів; – захист прав дрібних акціонерів. 	<ul style="list-style-type: none"> – наявність конфлікту інтересів інвесторів, що прагнуть високих прибутків, та керівництва компанії, що орієнтується на короткотермінові цілі; – переоцінена роль фондового ринку; – сильний організаційний і інформаційний вплив на раду директорів з боку вищого виконавчого керівництва корпорації; – недостатня частота і регулярність засідань ради директорів, що не охоплюють найважливіших питань корпорації.

<p>Європейська (німецька) модель</p>	<ul style="list-style-type: none"> – невеликі ризики банкрутств і руйнівних "конфліктів інтересів"; – стабільність як внутрішніх, так і зовнішніх факторів компанії; – залучення партнерів для спільного фінансування соціальних проектів компанії; – двоступенева структура управління, що складається із виконавчої і спостережної рад; – стратегія довгострокового контролю за корпорацією. 	<ul style="list-style-type: none"> – малоефективне впровадження інвестиційних проектів; – правила розкриття інформації менш суворі, ніж в американській моделі; – інтереси різноманітних стейкхолдерів не завжди збігаються, тож вони можуть дотримуватися різних поглядів на відповідну корпоративну політику.
<p>Азіатська (японська) модель</p>	<ul style="list-style-type: none"> – орієнтація на довгостроковий розвиток компанії; – ефективний контроль за менеджерами компанії; – стабільність внутрішніх і зовнішніх для компанії факторів; – стабільні партнерські відносини у групі акціонерів. 	<ul style="list-style-type: none"> – темпи росту і прибутковість компаній нижчі, ніж американські; – недостатня прозорість інформації про діяльність акціонерного товариства; – низька система захисту прав дрібних акціонерів; – недостатня увага приділяється питанням збереження прибутку.

Очевидно, що кожна з моделей має свої переваги і недоліки. Тому так рідко можна зустріти компанію, яка практикує одну їх них в чистому вигляді. Як правило, якась одна модель соціально відповідальної поведінки переважає в компанії, при цьому використовуються елементи всіх моделей.

Вивчаючи особливості сучасної соціальної відповідальності в Україні і досвід іноземних держав в даній області, слід зрозуміти, що сьогодні перед українськими корпораціями стоїть вибір: по якому шляху розвитку піти в соціальній політиці. І щоб правильно вирішити дану задачу, необхідно враховувати не тільки свій власний досвід, але і досвід іноземних держав в даній сфері.

3.3. Розробка методики проведення дослідження перспектив розвитку соціальної відповідальності корпорацій будівельної галузі

Для емпіричного дослідження перспектив розвитку соціальної відповідальності корпорацій (на прикладі Дніпропетровської області) було розроблено спеціальний інструментарій – анкету стандартизованого інтерв'ю (додаток). Зміст анкети (специфіка питань, структура розділів тощо) формувалася на основі проведеного теоретичного аналізу досліджень, що проводилися в даній сфері та з урахуванням власного бачення цієї проблематики. Також ураховувались загальні рекомендації щодо розробки дослідницьких інструментів цього типу – коректне формулювання питань, використання відкритих та закритих питань, пропорційність градацій у відповідях та ін.

Респондентам пропонувалось дати експертну оцінку стосовно тієї чи іншої проблеми, пов'язаної з розвитком інформаційних технологій та їх впливом на сучасну економіку. Більшість питань розроблені таким чином, щоб респондент міг максимально диференційовано висловити свою думку щодо тієї чи іншої проблеми – запропоновані варіанти відповідей мають 4 та більше градацій. Крім зручності для респондента, така форма питань дозволила використовувати більшість методів статистичного аналізу при обробці результатів анкетування.

Наведемо приклад одного з питань:

– Які труднощі, на Вашу думку, найбільше перешкоджають розвитку будівництва та вирішенню проблем з житлом працівників підприємств в Україні? (оцініть за 5-бальною шкалою, де "1" – найменше перешкоджають, "5" – найбільше перешкоджають)

Таблиця 3.5.

		Від "1" до "5"
1.	Проблеми законодавчого характеру	
2.	Відсутність економічних стимулів для будівельних компаній	
3.	Недостатній рівень підтримки з боку центральної влади	

4.	Недостатній рівень підтримки з боку місцевої влади	
5.	Перешкоди з боку громадськості	
6.	Обмежені матеріальні ресурси у населення	
7.	Відсутність кваліфікованих співробітників у будівельних організаціях	
8.	Інше (що саме?)	

Дослідницьку вибірку склали співробітники та службовці як приватних, так і державних закладів. Вік досліджуваних – від 25 до 65 років. Всі вони мають досвід роботи з проблемами соціальної відповідальності корпорацій та соціальної допомоги стейкхолдерам. Всього у дослідженні взяло участь 300 респондентів з різних підприємств.

В опитуванні взяли участь представники різних будівельних організацій, які діють на території Дніпропетровської області. Слід зазначити, що з метою правильної інтерпретації виду організації в інструментарій дослідження було внесено й визначення запропонованих видів організації: 28% опитаних представляли приватні підприємства; більше третини – небанківські фінансові установи; 36% – страхові компанії, засновані юридичними або фізичними особами, які спрямовують більшу частину своєї діяльності на реалізацію власних проектів і програм, залучаючи зовнішні джерела фінансування; 9% – пенсійні фонди; 8% – банківські установи; державний сектор займає 20%.

Чимало організацій – як державних, так і приватних, – відчують тиск щодо результативності їхніх соціальних інвестицій. Різні зацікавлені групи, мас-медіа, законодавці та просто проінформована громадськість вимагають, аби виконавці урядових програм відповідали не лише за свою безпосередню діяльність за програмою (проведення семінарів, видання брошур тощо), але й за досягнуті ними результати, що реально вплинуть на проблему.

Таблиця 3.6.

Підприємства, які взяли участь у дослідженні стану КСВ

№ п/п	Назва підприємства	Кількість
1.	Державний заклад	59
2.	Пенсійний фонд	26
3.	Банк	24
4.	Будівельні підприємства	84
5.	Небанківська фінансова установа	48
6.	Страхова компанія	59

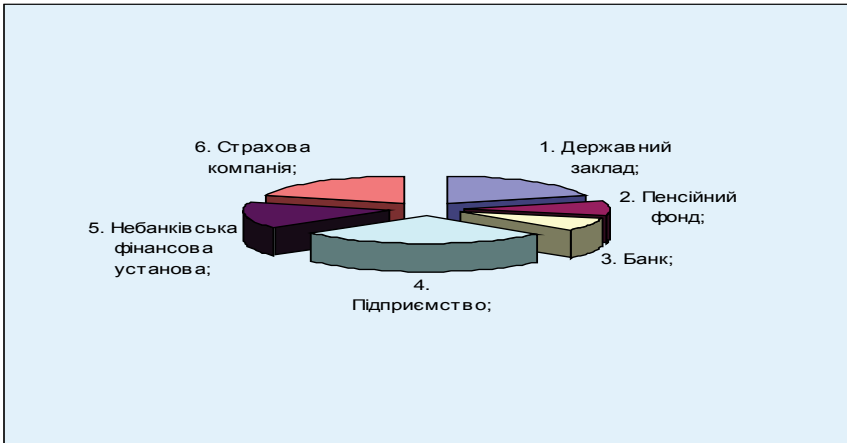


Рис. 3.6. Підприємства та організації, що взяли участь у дослідженні КСВ

Тому було доцільним дослідити представників різних секторів економіки за формою власності та сферою діяльності.

Таблиця 3.7.

Засновники соціально відповідальних підприємств

№ п/п	Назва підприємства	Кількість
1.	Фізичні особи	117
2.	Комерційна організація	76
3.	Релігійна організація	0
4.	Держава	97
5.	Громадська організація	10



Рис. 3.7. Розподіл засновників соціально відповідальних підприємств

За результатами проведеного соціологічного дослідження виявилось, що засновниками благодійних організацій у більшості випадків (64%) є фізичні особи та комерційні організації. Щодо інших засновників відповіді респондентів розподілилися таким чином: держава – 32%, громадська організація – 3%, релігійні організації – 0% (див. рис. 3.7).

Для фізичних осіб основною мотивацією у впровадженні КСВ є пошук нової сфери діяльності після досягнення успіху у бізнесі, бажання поділитися власним успіхом з іншими, реалізація власних переконань та амбіцій, визнання у суспільстві.

Комерційна організація, створюючи КСВ, переслідує насамперед мету практичного запровадження у своїй діяльності прин-

ципу соціальної відповідальності. Завдяки такій діяльності корпорація має можливість забезпечити тривалість успіху компанії та сталість соціально-економічного середовища, в якому вона працює; підвищити нематеріальну складову вартості бізнесу; викликати лояльність співробітників, клієнтів і держави.

Щоб витримати квоти опитування, необхідно було чітко сформулювати індикатори віднесення певних підприємств до тієї чи іншої категорії. В якості основного індикатора було взято обсяг річного валового обороту продукції. В українському законодавстві чітко встановлена межа, яка відділяє малі підприємства від великих та середніх. В опитуванні прийняли участь представники таких підприємств, обсяг виручки яких від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за рік склав більше 500 тис. грн.

Таблиця 3.8.

Характеристика стану соціальної відповідальності корпорацій

№ п/п	Характеристика	Кількість
1.	Незадовільно	21
2.	Задовільно	68
3.	Добре	158
4.	Відмінно	53

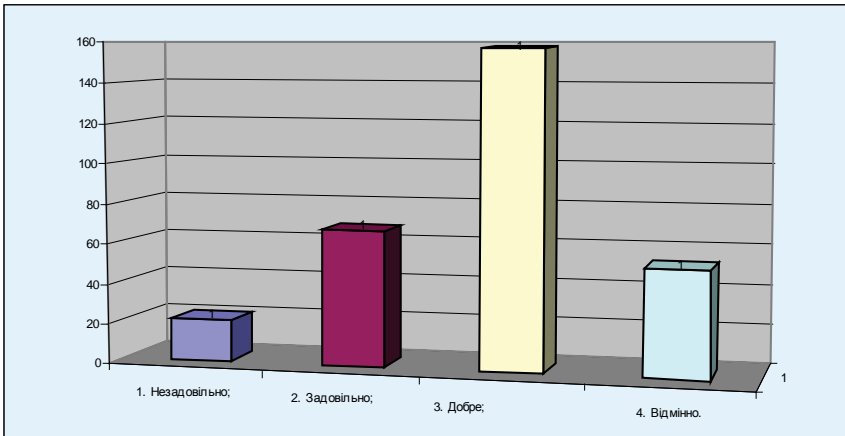


Рис. 3.8. Характеристика стану соціальної відповідальності корпорацій

В нашій країні ставлення до КСВ неоднозначне. Слід зауважити, що більшість респондентів, які відповіли "добре" і "відмінно" – представники приватного комерційного сектору. Як результат, вони постійно турбуються про стабільність своєї компанії та її прибутковість. Також це можна пояснити тим, що серед бізнес-структур, які позитивно оцінюють своє ставлення до реалізації соціальних проєктів, деякі підприємства мають у статутному фонді іноземний капітал. Серед компаній, чиї представники вважають соціальну діяльність марною тратою часу та ресурсів, немає жодного великого підприємства. Лише незначна частка респондентів зазначила відсутність будь-яких можливостей у своїх підприємствах для реалізації соціальних проєктів.

При обробці результатів анкетування використані такі статистичні показники

Таблиця 3.9.

Статистичні показники, використані, при обробці анкети

№ п/п	Назва параметру	Формула розрахунку	Вихідні дані
1	2	3	4
1.	Стандартне відхилення	$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n - 1}}$	x_i – значення змінної;
2.	Асиметрія	$As = \frac{\sum (x_i - \bar{x})^3}{n \cdot \sigma^3}$	\bar{x} – вибіркове середнє;
3.	Ексцес	$Ex = \frac{\sum (x_i - \bar{x})^4}{n \cdot \sigma^4} - 3$	σ – кількість змінних.
4.	Формули розрахунку коефіцієнта кореляції Пірсона	$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - \sum x_i \sum y_i}{\sqrt{[n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2][n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2]}}$ $r_{xy} = \frac{\sum (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{[\sum (x_i - \bar{x})^2][\sum (y_i - \bar{y})^2]}}$	

Стандартне відхилення (табл. 3.9) – одне із вимірювань розсіювання, що найбільш часто використовуються завдяки тим властивостям, які воно має для нормального розподілу. В описі

змінних стандартне відхилення часто використовується як показник меж більшості значень або умовної норми.

Асиметрія (табл. 3.9, п.2) – це міра "косості" розподілу. Розподіли з однаковими середніми і стандартними відхиленнями можуть бути різними, оскільки ні модуль, ні квадрат різниці не показує, з якої сторони від середнього знаходилося окреме значення випадкової величини. В тих випадках, коли кількість значень, що є більшими, ніж середнє, перевищує кількість значень менших, ніж середнє, говорять про позитивну асиметрію, інакше – про негативну.

В симетричному розподілі асиметрія точно рівна нулю, але залежно від того, як змінюються різниці значень із середнім, знак асиметрії міняється на позитивний або негативний.

Ексцес (табл. 3.9, п.3) – це міра "випуклості" розподілу. При усіх однакових інших параметрах два розподіли можуть розрізнятися тим, що полігон частот буде гостровершинним або плоским, тобто мода може виявитися рівною, але зустрічатися з різною частотою. Ексцес служить для того, щоб визначити крутизну кривої, що описує розподіл в межах єдиної моди, оскільки є призначеним тільки для унімодальних розподілів.

Для обліку статистичних зв'язків використано кореляційний аналіз. Коефіцієнт кореляції показує відразу два параметри статистичного зв'язку – її напрям і тісноту. При цьому, якщо він виявляється позитивним, то говорять про позитивну кореляцію між двома змінними, а якщо негативним – то, відповідно, про негативну. Абсолютне значення коефіцієнта кореляції показує тісноту або ступінь виразності такого зв'язку. При коефіцієнті кореляції, рівному нулю, констатується відсутність зв'язку, але навіть тоді, коли він виявляється більше нуля, ще не слід робити висновок про наявність кореляційного зв'язку. Про зв'язок між двома змінними можна говорити лише в тому випадку, якщо значення коефіцієнта кореляції виявляється вищим критичного для відповідного числа спостережень, якщо йдеться про позитивний зв'язок, і нижчим за критичний, якщо – про негативний. Необхідно підкреслити, що коефіцієнт кореляції призначений лише для вимірювання лінійних зв'язків між змінними. З цієї причини в реальних умовах майже неможливо отримати коефіцієнт кореляції, рівний одиниці.

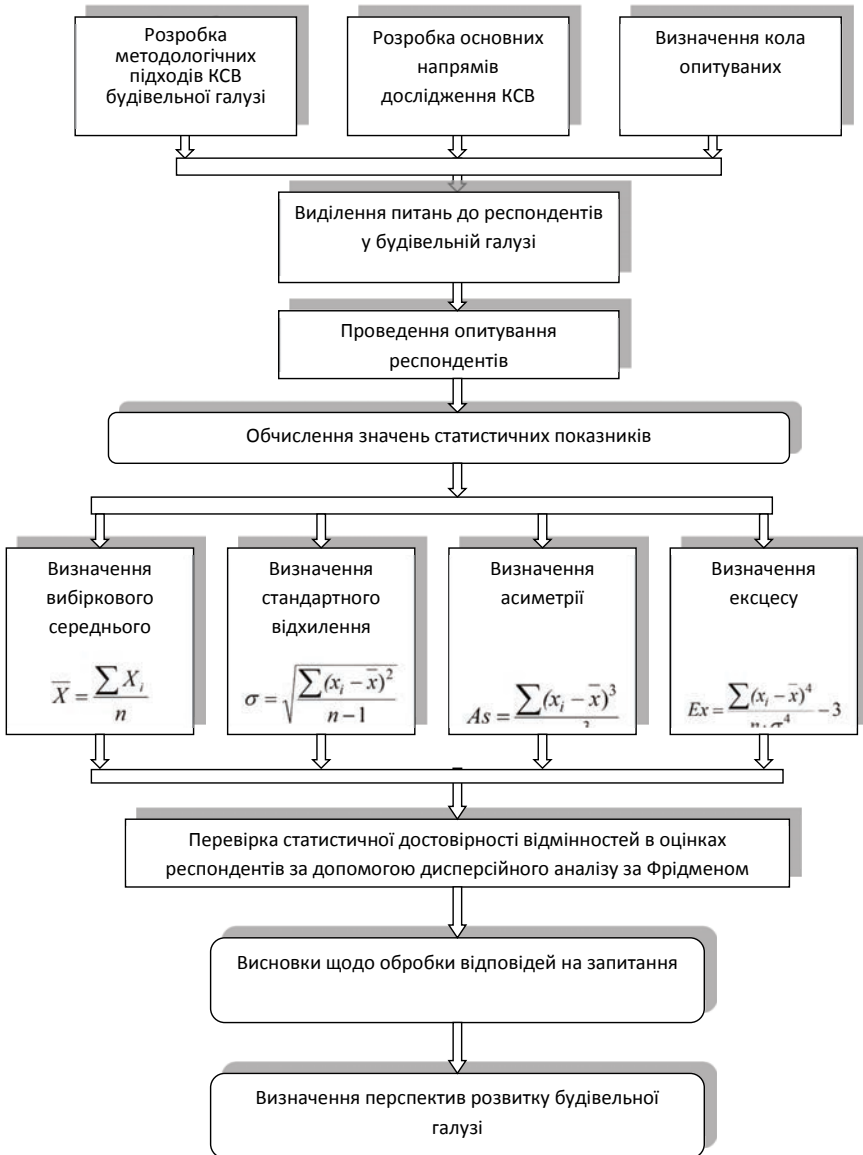


Рис. 3.9. Постановка завдання та методологічних підходів статистичної обробки результатів опитування респондентів КСВ

В роботі використовувався найвідоміший і часто вживаний метод кореляційного аналізу – *аналіз за К. Пірсоном* (табл. 3.9., п.4).

Дисперсійний аналіз (ДА) – це статистичний метод вивчення впливу окремих контрольованих факторів на мінливість ознаки, що вивчається [48]. Необхідність в застосуванні ДА виникає тоді, коли проводиться серія вимірювань якої-небудь однієї змінної в різних умовах, при чому число умов повинне бути більше двох (інакше дану задачу можна вирішити іншими методами). Наприклад, це можуть бути декілька експериментальних груп, які різняться по яких-небудь ознаках (віку, рівню освіти, соціальному статусу і т. і.), що беруть участь у випробовуванні в одних і тих же умовах експерименту. Це може бути одна і та ж експериментальна група, що бере участь в експерименті в різних експериментальних умовах (наприклад, простих, ускладнених і дуже складних). Нарешті, це може бути декілька експериментальних груп, що беруть участь в експерименті з різними експериментальними умовами, але при цьому експериментатор повинен дотримуватися гіпотези, що індивідуальні відмінності не роблять впливу на варіативність результатів, які у свою чергу можуть залежати тільки від умов експерименту. Усі змінні в ДА прийнято ділити на два види – незалежні і залежні змінні. Незалежною змінною (фактором) називається контрольована експериментатором змінна. Незалежними змінними можуть бути стать випробовуваних, вік, національність, приналежність до якої-небудь соціальної групи і т. і., оскільки саме по будь-яких відмінностях між випробовуваними будуть сформовані експериментальні групи. Незалежну змінну прийнято ділити на рівні. Рівні незалежної змінної можуть розрізнятися як кількісно, так і якісно. Рівнями незалежної змінної може бути, наприклад, рівень мотивації (високий, середній, низький), рівень шуму і його вплив на результативність діяльності і т. і., які розрізняються лише кількісно. Рівні незалежної змінної можуть бути не тільки градаціями якого-небудь фактора.

Залежною змінною називається змінна, яка при її вимірюванні під час експерименту підпадає під вплив незалежної. Наприклад, рівень інтелекту може впливати на швидкість вирішення творчих задач, соціальне положення, ціннісні орієнтації і т. і.

Головною задачею в однофакторному ДА (табл. 3.10, п.1) є визначення відношення варіативності (дисперсії), обумовленої дією незалежної змінної (фактора) до випадкової варіативності, обумовленої впливом всіх невідомих факторів (так назване F-відношення або F-критерій). Якщо це відношення перевищує критичне значення, то тоді визнається достовірним вплив незалежної змінної на залежну.

Нульова гіпотеза в однофакторному ДА полягає в тому, що середні значення досліджуваної ознаки на всіх рівнях незалежної змінної однакові. Інакше кажучи, незалежна змінна не робить ніякого впливу на залежну. Отже, середні значення ознаки від рівня до рівня незалежної змінної не змінюються. Альтернативна гіпотеза полягає в тому, що середні значення ознаки незалежної змінної від рівня до рівня міняються, тобто незалежна змінна впливає на залежну. В однофакторному ДА необхідно знайти *F-критерій* (табл. 3.10, п.2).

З викладеного вище видно, що сума квадратів між групами і сума квадратів усередині груп складають загальну або повну суму квадратів (табл. 3.10., п.2.7.)

Однофакторний ДА таким чином є розкладанням загальної суми квадратів на дві складові: обумовлену впливом фактора і обумовлену випадковими впливами.

Метод дисперсійного аналізу за Крускалом-Уолісом призначений для оцінки відмінностей одночасно між більше, ніж двома групами за рівнем якої-небудь ознаки. Він дозволяє встановити, що рівень ознаки змінюється при переході від групи до групи. Критерій H за Крускалом-Уолісом (табл. 3.10, п.3) іноді розглядається як непараметричний аналог методу однофакторного дисперсійного аналізу для незалежних вибірок. Іноді його називають критерієм "суми рангів". Даний метод використовувався як додатковий до основного методу – дисперсійного аналізу за Фішером для отримання більш точних результатів. Річ у тому, що ДА за Фішером є більш потужним методом, але і одночасно більш чутливим до порушень нормальності розподілу і гомогенності дисперсій, тоді як ДА за Крускалом-Уолісом – менш потужний, але нечутливий до подібних порушень.

Таблиця 3.10.

Дисперсійний аналіз

№ п/п	Назва параметру	Формула розрахунку	Вихідні дані
1	2	3	4
1.	Однофакторний ДА	$x = \mu + A + e$	x – конкретне значення змінної; μ – генеральне середнє; A – доля відхилення змінної, що обумовлена впливом фактора A ; e – помилка спостереження (випадкове відхилення).
2.	F-критерій	$F_{\text{емп}} = \frac{MS_{\text{факт}}}{MS_{\text{вин}}}$	
2.1.	$MS_{\text{факт}} = \frac{SS_{\text{факт}}}{df_{\text{факт}}}$		$MS_{\text{факт}}$ – дисперсія, обумовлена впливом фактора
2.2.	$MS_{\text{вин}} = \frac{SS_{\text{вин}}}{df_{\text{вин}}}$		$MS_{\text{вин}}$ – випадкова дисперсія
2.3.	$SS_{\text{факт}} = \sum_{j=1}^J \frac{\left(\sum_{i=1}^{n_j} x_{ij} \right)^2}{n_j} - \frac{\left(\sum_{j=1}^J \sum_{i=1}^{n_j} x_{ij} \right)^2}{N}$		$SS_{\text{факт}}$ – сума квадратів відхилень випадкової величини від загальної середньої ("сума квадратів між групами");
2.4.	$SS_{\text{вин}} = \sum_{j=1}^J \sum_{i=1}^{n_j} x_{ij}^2 - \sum_{j=1}^J \frac{\left(\sum_{i=1}^{n_j} x_{ij} \right)^2}{n_j}$		$SS_{\text{вин}}$ – залишкова сума квадратів ("сума квадратів всередині груп"); n_j – кількість експериментів усередині j -ї групи.
	$df_{\text{факт}} = J - 1$		$df_{\text{факт}}$ – число ступенів вільності між групами; J – кількість груп

2.5.	$df_{\text{вун}} = N - J$	$df_{\text{вун}}$ – число ступенів вільності всередині груп; N – загальна кількість експериментів
2.6.	$SS_{\text{заг}} = \sum_{j=1}^J \sum_{i=1}^{n_j} x_{ij}^2 - \frac{1}{N} \left(\sum_{j=1}^J \sum_{i=1}^{n_j} x_{ij} \right)^2$	$SS_{\text{заг}}$ – загальна сума квадратів
2.7.	$SS_{\text{заг}} = SS_{\text{факт}} + SS_{\text{вун}}$	
3.	Формула розрахунку H-критерія Крускала-Уоліса	$H = \left[\frac{12}{N(N+1)} \cdot \sum \frac{T_j^2}{n} \right] - 3(N+1),$ N – загальна кількість випробуваних в об'єднаній вибірці; n – кількість випробуваних у кожній групі; T_j – суми рангів у кожній групі.
4.	χ_r^2 -критерія Фрідмана	$\chi_r^2 = \left[\frac{12}{n \cdot c \cdot (c+1)} \cdot \sum (T_j^2) \right] - 3 \cdot n \cdot (c+1),$ c – кількість умов; n – кількість випробуваних; T_j – суми рангів за кожною з умов.

Формула розрахунку χ_r^2 -критерія Фрідмана (табл. 3.10, п.2) застосовується для зіставлення показників, виміряних в трьох або більше умовах на одній і тій же вибірці випробовуваних. Метод дозволяє встановити, що величини показників від умови до умови змінюються. В нашому випадку ми використовували даний метод для того, щоб з'ясувати, наприклад, чи є відмінності в оцінці ступеня значущості, що була дана респондентами з тієї або іншої вказаної в конкретному питанні проблеми (питання 1.1. Додатку).

Факторний аналіз (далі – ФА) – це комплекс аналітичних методів, що дозволяють виявити приховані (латентні) ознаки будь-якого явища або події, його внутрішню (частіше всього приховану) структуру. Виникнення ФА було пов'язано, з одного боку, з усвідомленням того, що безліч явищ соціального характеру має складну природу, а з іншого боку, з упровадженням статистичних методів у суспільні науки.

ФА призначений для дослідження явищ, подій або об'єктів і має складну структуру з безліччю внутрішніх зв'язків. Оскільки такі явища можуть бути виміряні відразу по багатьом змінним, ФА дозволяє здійснити перехід від безлічі безпосередньо вимірних ознак явища, що вивчається, до комплексних узагальнених факторів, за якими оцінюють комбінації початкових ознак.

Головною задачею ФА, таким чином, є зменшення об'єму статистичного опису будь-якого явища без втрати інформативності такого опису. Початковими даними для ФА є таблиця результатів вимірювання безлічі індивідів (об'єктів) за безліччю змінних (шкал, тестів і т. і.) [170]. В даному випадку – це експертні оцінки респондентів з питань кожного з розділів анкети. Передбачається, що результати вимірювання відображають загальну структуру досліджуваної оцінки, а результати окремого випробовуваного є окремим випадком реалізації загальної структури. З іншого боку, кожна окрема шкала, за якою була виміряна безліч індивідів, також вносить свій внесок в загальну структуру досліджуваного явища.

Завершальний етап ФА – отримання матриці навантажень факторів кожної змінної на кожний фактор, підрахунок відсотка дисперсії, що припадає на кожний фактор, а далі – побудова діаграми фактора. При цьому вважається, що:

- фактори визначені через початкові змінні;
- система факторів утворює простір, в якому через навантаження факторів визначено початкові змінні;
- фактори ранжовані в порядку зменшення їх значущості для пояснення емпіричних результатів;
- кількість факторів істотно менша, ніж кількість початкових змінних;
- факторам додається значення прихованих джерел, що породжують емпіричні результати та усі фактори незалежні один від одного.

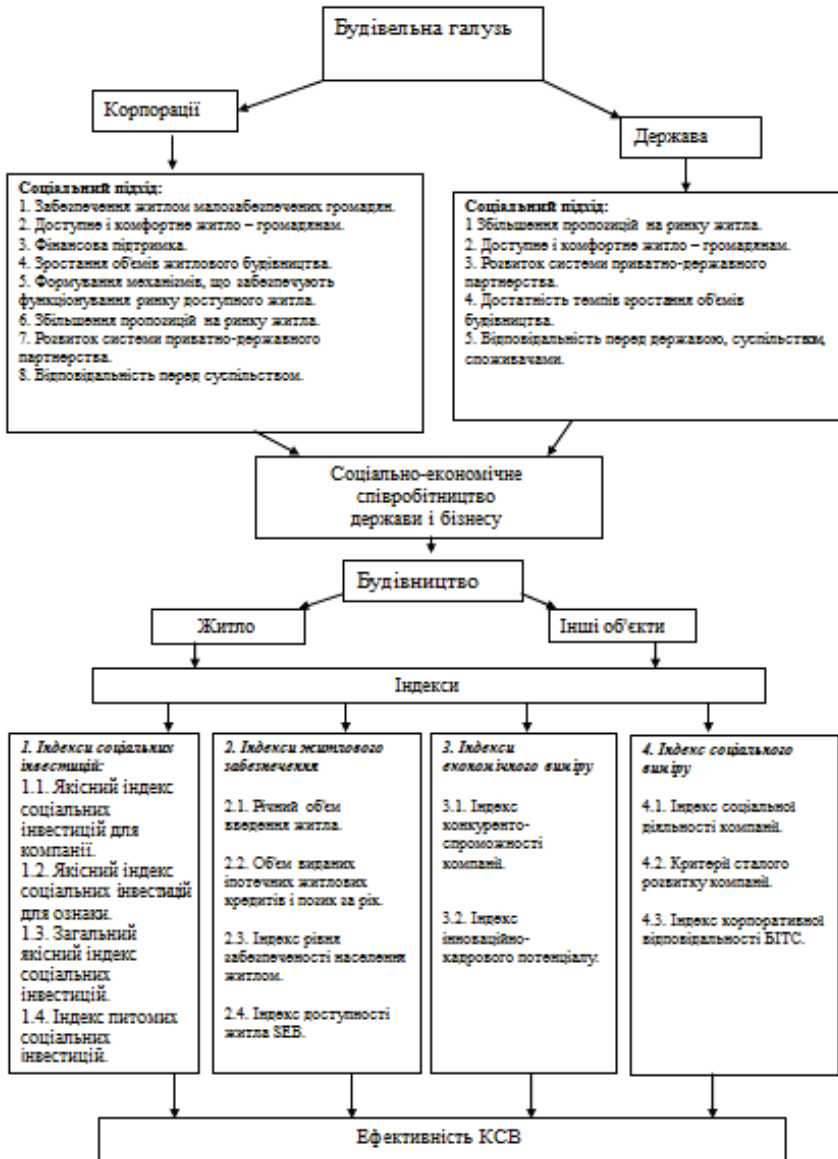


Рис. 3.8. Розрахунок ефективності впровадження КСВ

Етапи розрахунків ФА, їх математичне обґрунтування не приводяться через великий обсяг цієї інформації. Метод аналізу фактора в роботі використовувався для редукації початкових змінних (питань анкети) до невеликої кількості загальних факторів як інтегральних показників оцінок респондентів тієї або іншої проблеми. Надалі ці інтегральні показники використовувалися як залежні змінні при аналізі відмінностей між відповідями чоловіків і жінок, а також в дисперсійному аналізі при порівнянні відповідей між групами респондентів різних економічних спеціальностей.

ФА проводився методом головних компонентів з ортогональним обертанням Varimax і з нормалізацією методом Кайзера.

Якщо компанія планує залучити іноземні інвестиції, або вийти на міжнародний ринок, то ознайомлення з цією методикою визначення ефективності КСВ допоможе орієнтуватись на кращий міжнародний досвід.

1.1. Якісний індекс соціальних інвестицій для і-ої компанії $IK(i)$ показує рівень комплексності соціальної діяльності компанії (одиниця вимірювання – відсотки) і розраховується таким чином:

$$IK(i) = \left(\frac{1}{m} \sum_{j=1}^m X_{ij} \right) * 100\% \quad (15)$$

де X_{ij} – булева змінна, що приймає значення 1, якщо j-на ознака присутня у і-ій компанії, і дорівнює 0, якщо ця ознака відсутня; m – число ознак, за якими оцінюється соціальна діяльність компаній.

1.2. Якісний індекс соціальних інвестицій для j-ої ознаки. Ступінь присутності даної якісної ознаки в статистичній вибірці компаній-респондентів (одиниця вимірювання – відсотки) і розраховується таким чином:

$$IK(j) = \left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{ij} \right) * 100\% \quad (16)$$

де n – число компаній, що беруть участь в обстеженні.

1.3. Загальний якісний індекс соціальних інвестицій IK показує рівень комплексності соціальної діяльності обстежуваної сукупності компаній (одиниця вимірювання – відсотки) і розраховується таким чином:

$$IK = \left(\frac{1}{nm} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m X_{ij} \right) * 100\% \quad (17)$$

Всі три різновиди якісного індексу соціальних інвестицій можуть приймати значення від 0 до 100%. Чим більше значення індексу, тим цілісніша соціальна політика компаній. Порівняння індексів ІК(j) для різних компаній дозволяє визначити лідерів і аутсайдерів по показнику комплексності організації процесу соціального інвестування. Порівняння індексів для різних ознак дозволяє виявити відповідні "вузькі місця", тобто ті ознаки, які представляють для компаній найбільшу проблему.

1.4. Індекс питомих соціальних інвестицій, що є величиною соціальних інвестицій компаній на 1 працівника (одиниця вимірювання – грн). Формула даного індексу має наступний вигляд:

$$IL = \frac{\sum_{i=1}^n C_i}{\sum_{i=1}^n L_i}, \quad (18)$$

де C_i – об'єм соціальних інвестицій i -ї компанії (включаючи добровільні і обов'язкові витрати на соціальні програми); L_i – середньосписочна чисельність працівників i -ої компанії; n – число компаній, що беруть участь в дослідженні [20].

2.4. Індекс доступності житла SEB відображає максимальну кількість квадратних метрів, яку можуть придбати жителі з середніми доходами за допомогою кредиту, не беручи на себе надмірно високий ризик (термін кредиту – 25 років, перший внесок – 20 %, на кредитні платежі йде 30% доходів). У розрахунку індексу враховуються зміни чотирьох чинників, що впливають на ринок житла, – цін на нерухомість, доходів, інфляції і процентних ставок [175].

3. Індекс економічного виміру (Iec) формується з двох індексів: індексу конкурентоспроможності та індексу інноваційно-кадрового потенціалу [21].

3.1. Індекс конкурентоспроможності формується з двох груп індикаторів: перша група – загальний об'єм будівництва компанії, економічність виробничих витрат, раціональність експлуатації основних фондів, досконалість технології будівництва, організація праці, нематеріальна сфера і транспортна інфраструктура; друга група – виробничі можливості, співробітництво, незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування, заборгованість та здатність підприємства розплачуватися за своїми боргами, можливість стабільного розвитку організації в майбутньому.

3.2. Індекс інноваційно-кадрового потенціалу формується та кож з двох груп: індикаторів ринку праці та індикаторів інноваційно-інвестиційних можливостей.

4. Індекс соціального виміру (IS) формується з чотирьох категорій соціальної політики: "Суспільство, засноване на знаннях", "Розвиток людського потенціалу", "Інституціональний розвиток" та "Якість життя" [65].

4.1. Індекс соціальної діяльності компанії (одиниця вимірювання – відсотки). Формула даного індексу має наступний вигляд:

$$IS = \left(\frac{\sum_{i=1}^n C_i}{\sum_{i=1}^n S_i} \right) 100\% \quad (20)$$

де C_i – об'єм соціальних інвестицій i -ої компанії; S_i – валовий об'єм продаж житла i -ої компанії [98].

4.2. Індекс корпоративної відповідальності британської організації "Бізнес у суспільстві". Складається на основі опитування, дозволяє організації забезпечити системний підхід до управління, вимірювання і звітності щодо бізнес-наслідків у суспільстві. Також індекс допомагає узагальнювати інформацію щодо корпоративної відповідальності у всій компанії.

4.3. Індекс корпоративної відповідальності БІТС. Розробляється на основі опитування за чотирма сферами корпоративної відповідальності: сфера управління, сфера оцінки і впливу, екологічна, соціальна. Також вивчається корпоративна стратегія та інтеграція [146].

У результаті дослідження представлено результати статистичної обробки та статистичного аналізу кожного з розділів анкети (Додаток), інтерпретацію та пояснення отриманих результатів. Спочатку було проведено розрахунок первинних показників описової статистики та порівняння між собою оцінок респондентів за окремими пунктами анкети. Кожному питанню в розділі анкети було поставлено у відповідність означену змінну. Проведено факторний аналіз змінних. Після цього було виявлено фактори (як певні інтегральні показники), що використовувались як залежні змінні при кореляційному та дисперсійному аналізі. Таким чином виявлявся вплив таких факторів, як стать, вік та спеціальність на оцінки, які надавали респонденти.

РОЗДІЛ 4. РОЗРОБКА НАПРЯМІВ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

4.1. Особливість середовища і тенденції реалізації будівельними компаніями корпоративної соціальної відповідальності

Будівельна галузь є однією з найважливіших галузей народного господарства, від її розвитку залежить функціонування та ефективність всієї системи господарювання в країні. Важливість цієї галузі пояснюється тим, що будівництво – одна з провідних галузей економіки, яка споживає продукцію багатьох галузей народного господарства і створює велику кількість робочих місць.

Розвиток будівельної галузі викликає економічний ріст у країні і виникнення необхідних умов для розв'язання соціальних проблем. На сучасному етапі її розвитку слід зауважити, що конкурентоспроможність цієї галузі знаходиться на низькому рівні. Зменшуються масштаби житлового будівництва, а також стає все менш привабливим будівництво офісних приміщень.

Упродовж 2012 р. за рахунок усіх джерел фінансування освоєно 502,1 млн грн. інвестицій в основний капітал, що на 62,1% менше, ніж у 2011 р. Як і в попередні роки, найбільше коштів у будівництво житла вкладено в обласному центрі (73,6% від загального обсягу), Новомосковському та Апостолівському районах (відповідно 4,8% і 4,6%) [162].

Розглядаючи характеристику різних напрямів соціальних програм корпорацій, слід зауважити, що з даних, наведених у таблиці 4.1 випливає, що дуже ефективною соціальною програмою корпорації є добросовісна ділова практика, так вважають 156 опитаних. Також охорона здоров'я і безпечні умови праці персоналу, на думку 127 чол., є дуже ефективною соціальною програмою. Неefективними виявились: розвиток місцевого співтовариства та розвиток персоналу, за які відповідно висловились 148 та 146 чол. До помірно ефективних програм можна віднести таку, як природоохоронна діяльність і ресурсозбереження – 121 опитаний.

Таблиця 4.1.

Характеристика різних напрямів соціальних програм корпорацій

		Дуже ефективно	Ефективно	Помірно ефективно	Не ефективно
1.	Добросовісна ділова практика	156	51	68	25
2.	Розвиток місцевого співтовариства	36	67	49	148
3.	Розвиток персоналу	29	66	59	146
4.	Охорона здоров'я і безпечні умови праці персоналу	127	81	72	20
5.	Природоохоронна діяльність і ресурсозбереження	47	78	121	54

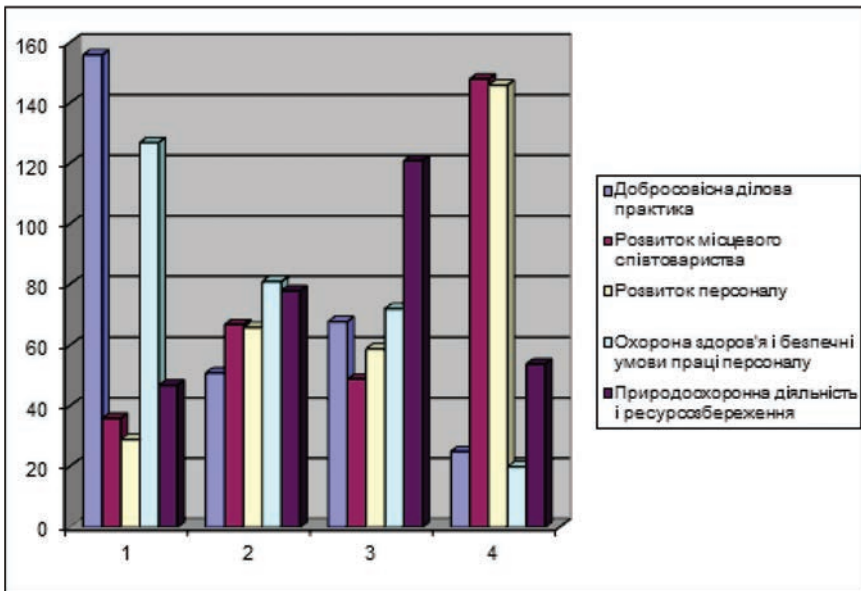


Рис. 4.1. Напрями реалізації соціальних програм корпораціями

Розглядаючи це питання, можна говорити про те, що більше двох третин респондентів заявило про необхідність вести добросовісну ділову практику і створювати безпечні умови праці персоналу. Решта погодилися з тим, що таку можливість мають лише окремі організації. Респонденти розуміють також, що нерационально здійснювати соціальні програми держави і бізнесу повністю відокремлено. Істотно, що не дивлячись на поширену думку про вузькість "приватновласницьких" інтересів підприємців, вітчизняні бізнесмени готові узяти на себе реалізацію частини важливих соціальних функцій. Відповіді на питання про те, які основні напрями соціальної відповідальності вже реалізуються компаніями на практиці (див. рис. 4.2), дозволили виявити широкий спектр фактичної участі бізнесу в соціальному житті країни. Це – добросовісна ділова практика, охорона здоров'я і створення безпечних умов праці.

Таблиця 4.2

Ефективність підрозділів у реалізації соціальних програм
корпорацій

№ п/п	Підрозділи	Дуже ефективно	Ефективно	Помірно ефективно	Не ефективно
1.	Відділ маркетингу	69	91	73	67
2.	Служба реклами і PR	123	80	69	28
3.	Підрозділ по соціальному розвитку	34	49	120	97
4.	Найвищий виконавчий орган	9	13	152	126
5.	Служба управління персоналом	48	90	88	74
6.	Підрозділ по екології і охороні навколишнього середовища	51	73	91	85
7.	Засновано окрему неприбуткову організацію	63	95	71	71

З даних таблиці 4.2 та рис. 4.2 видно, що опитування показало – 123 опитуваних вважають, що служба реклами та PR є дуже ефективним підрозділом. До ефективного підрозділу можна віднести відділ маркетингу, службу управління персоналом та засновану окрему неприбуткову організацію, які відповідно дорівнюють 91, 90 та 95. Помірно ефективними є підрозділ по соціальному розвитку (120), найвищий виконавчий орган (152) та підрозділ по екології і охороні навколишнього середовища (91).

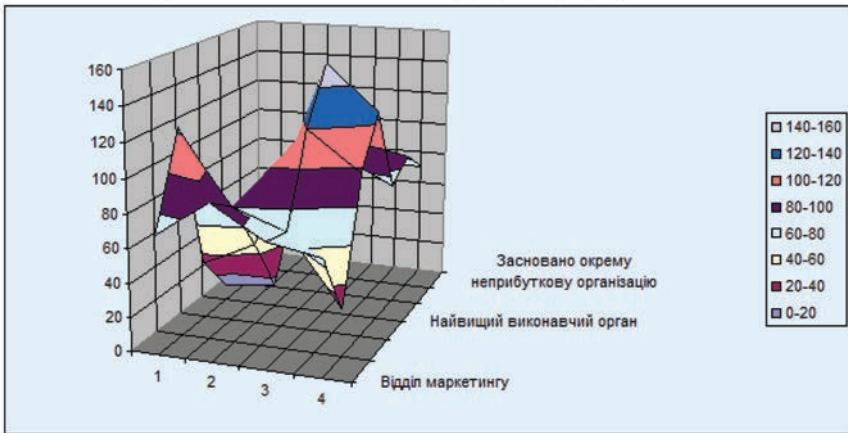


Рис. 4.2. Ефективність реалізації соціальних програм корпоративними підрозділами

В останні роки для впорядкування участі бізнесу в розробці і реалізації соціальної відповідальності на місцевому рівні стали створюватися і застосовуватися нові механізми. Прикладами можуть служити сукупність таких механізмів, як іменні грантові фонди, іменні фонди корпорацій тощо. Завдяки дослідженню вдалось встановити, що найбільш ефективним підрозділом в реалізації соціальних програм респонденти вважають службу реклами та PR, на другому місці – відділ маркетингу. Тобто слід зазначити, що зазначені служби тісно пов'язані з висвітленням діяльності корпорацій у суспільстві, як результат, саме вони можуть ефективно простежувати ставлення громадськості до підприємства та вносити необхідні корективи. Найбільш неефективним було визнано найвищий виконавчий орган корпорації.

Таким чином, дослідження показало, що потенціал участі приватного сектора у вирішенні соціальних задач використовується в Україні далеко не повністю. Поки можна швидше говорити не про готовність, а про розуміння бізнесом тих додаткових переваг, які можна "придбати", піклуючись про соціальні проблеми своїх співробітників, їх сімей, клієнтів, суспільства в цілому.

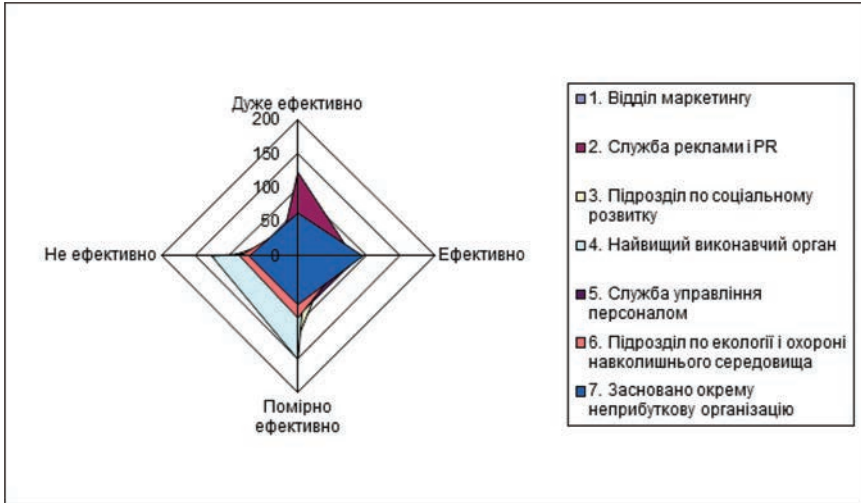


Рис. 4.3. Ефективність залучення підрозділів корпорації до реалізації соціальних програм

Щоб максимально використовувати цей потенціал, необхідна низка сприятливих зовнішніх умов, включаючи зрозумілу і недовозначну політику держави з проблем взаємодії в соціальній сфері, розвиток спеціалізованих некомерційних неурядових організацій і т.п. Іншими словами, результатами дослідження підтверджується теза про готовність бізнесу активніше брати участь у вирішенні соціальних проблем.

Програми соціально-економічного розвитку суспільства націлені на підвищення якості життя населення, перш за все, за рахунок реалізації вибраної стратегії зміцнення економічного потенціалу міст, забезпечення стабільної зайнятості, розвитку ринку праці і нових робочих місць, формування інноваційної соціальної відпові-

дальності. Стимулами для соціальної відповідальності слід назвати публічне визнання високої репутації соціально відповідальних компаній як з боку держави, так і з боку суспільства.

Таблиця 4.3.

Спрямованість діяльності корпоративної соціальної відповідальності по галузям

№ п/п	Галузь	Регулярно	Досить часто	Інколи	Ніколи
1.	Дозвілля	84	87	64	65
2.	Екологія	87	95	64	54
3.	Культура	55	58	100	87
4.	Наука і технології	77	57	64	102
5.	Освіта	73	93	96	38
6.	Охорона здоров'я	84	60	77	79
7.	Підтримка громадських ініціатив	37	45	61	157
8.	Підтримка розвитку бізнесу	13	31	94	162
9.	Права людини	31	67	61	141
10.	Розвиток громади	75	93	54	78
11.	Розвиток медіа	76	85	92	47
12.	Соціальний захист	52	26	63	159

Наступним етапом є опис спрямованості діяльності корпоративної соціальної відповідальності по галузям (табл. 4.3.). До регулярно здійснюваних діяльностей соціальної відповідальності належить охорона здоров'я з відміткою 84. Довкілля, екологію, розвиток громади можна віднести до досить часто застосованої соціальної відповідальності, які відповідно становлять 87, 95 та 93.

Щодо нерегулярної відповідальності, то можна сказати, що сюди відносяться такі галузі, як: культура з відміткою 100, освіта (96) та розвиток медіа (92). До тих соціальних відповідальностей, які ніколи не здійснюються, можна віднести: науку та технології з відміткою у 102, підтримку громадських ініціатив (157), підтримку розвитку бізнесу – 162, права людини – 141 та соціальний захист – 159.

Кожен з охарактеризованих вище напрямів соціальних програм компанії, спрямованих на підтримку галузей, оцінюється по сукупності кількісних і якісних показників. Враховуючи, що масштаби корпоративних соціальних програм розрізняються залежно від пріоритетів окремої компанії в соціальній, економічній і екологічних сферах, стратегії її розвитку, а також регіональної, галузевої і культурної специфіки, нижче наводяться графіки, що характеризують лише найбільш загальні і часто використовувані компаніями показники їх соціальних програм.

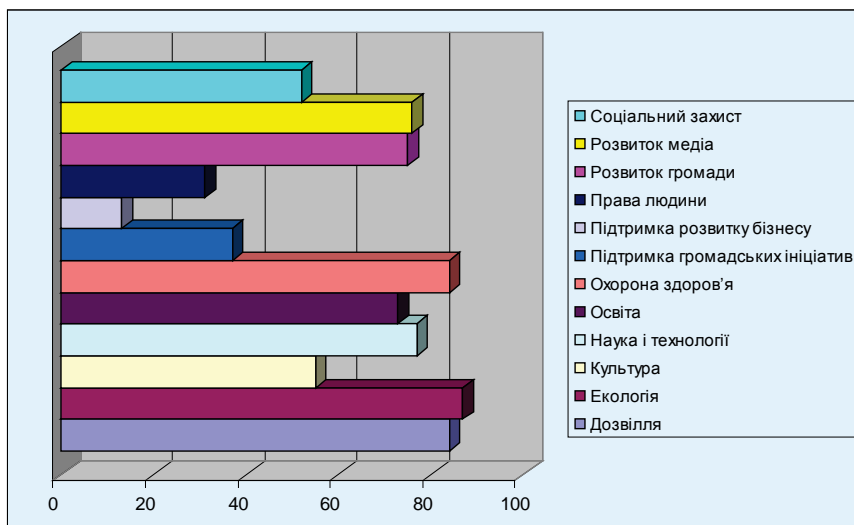


Рис. 4.4. Характеристика найбільш загальних і часто використовуваних компаніями напрямів реалізації соціальних програм

Не дивлячись на активне використання принципів та інструментів соціально відповідальної поведінки, українські підприємства реалізують деякі з них своєрідно, що обумовлено специфіч-

ними екзогенними чинниками їх розвитку. Їх можна розділити на екологічні, соціальні і культурні.

До екологічних слід віднести наявність соціально допустимих норм забруднення, рекреаційну можливість навколишнього природного середовища та ін. Законодавчо певні екологічні вимоги змушують підприємства дотримуватись встановлених нормативів, інакше їх чекають санкції за невиконання. До просторових чинників відносяться неоднорідність і нерівномірність концентрації капіталу в регіонах, залежність інфраструктури невеликих міст від одного підприємства. Така ситуація вимагає від керівництва підприємства вживання заходів, що забезпечують функціонування соціальної інфраструктури, що обслуговує переважно працівників цього підприємства.

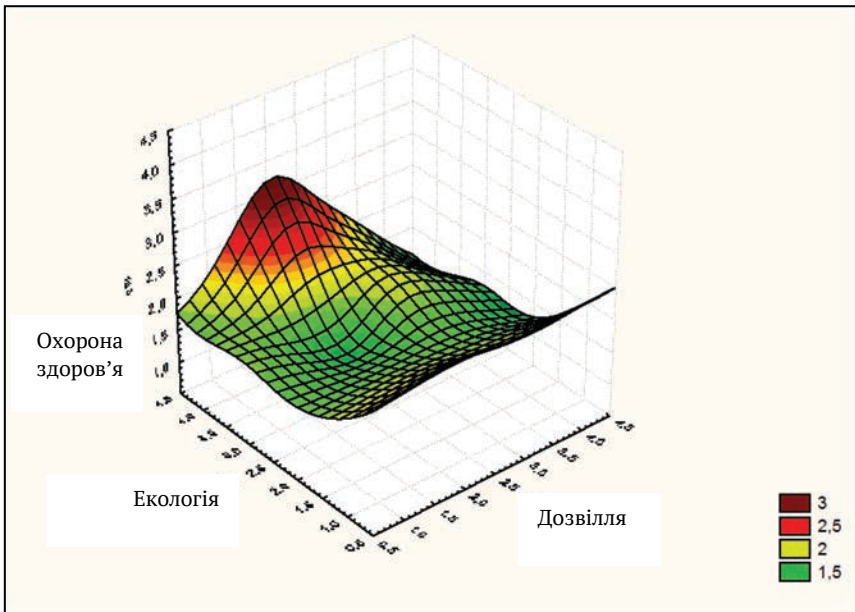


Рис. 4.5. Взаємозалежність основних напрямів реалізації соціальних програм корпораціями

Серед соціальних чинників можна відзначити рівень диференціації доходів, персоніфікацію відносин корпорацій і влади, режим роботи, тривалість робочого дня, існуючу оцінку праці, демографічну ситуацію. Збереження і розвиток людського капіталу, підтримка висо-

кого професійного рівня обумовлює посилення уваги менеджменту до питань вдосконалення охорони праці, мотивації і забезпечення кар'єрного зростання працівників. Вплив культурних чинників виявляється у формуванні корпоративної системи цінностей, визначенні статусів, переваг працівників, підвищення їх рівня довіри до влади.

Таблиця 4.4.

Вплив соціальних категорій на розвиток соціальної відповідальності корпорації

№ п/п	Категорії	Ніколи	Інколи	Досить часто	Регулярно
1.	Фізичні особи	61	78	81	80
2.	Громадські організації	79	81	67	73
3.	Державні установи	139	68	31	62
4.	Органи місцевого самоврядування	62	61	81	96
5.	Політичні партії	257	22	17	4
6.	Профспілки	106	60	96	38

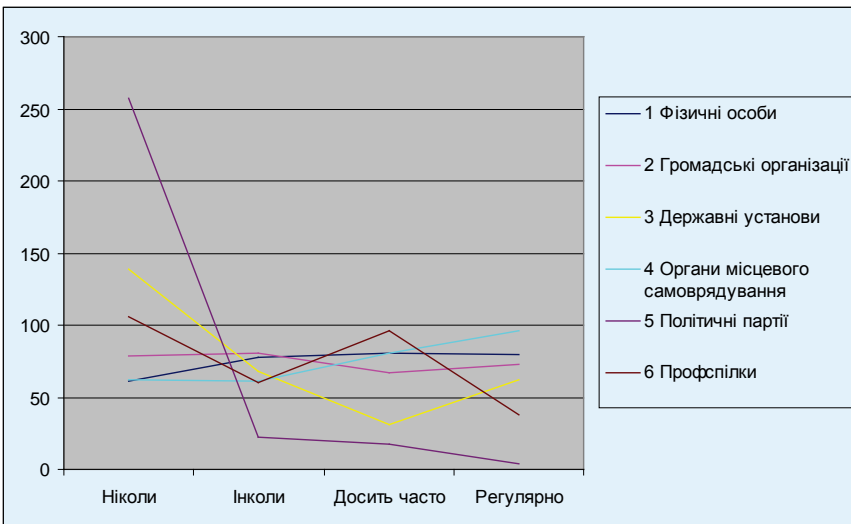


Рис. 4.6. Вплив соціальних категорій на розвиток соціальної відповідальності корпорації

Щодо впливів соціальних категорій (рис. 4.6.), які ніколи не відбуваються, то можна сказати, що такими є державні установи з відміткою 139, політичні партії – 257 та профспілки (106). Громадські організації належать до числа соціальних категорій, які інколи впливають на розвиток соціальної відповідальності корпорації з відміткою (81). До досить частого впливу вдаються такі категорії, як фізичні особи – 81. А до регулярного впливу можна віднести таку категорію, як органи місцевого самоврядування. Цьому сприяє розробка корпоративних кодексів поведінки, проведення програм кар'єрного зростання, здійснення соціально відповідальної реструктуризації на мікрорівні.

Майже всі респонденти вибрали варіант, при якому профспілки і соціальні ініціативи компаній існують окремо і незалежно один від одного. І ще менше респондентів (17,6%) вважає, що держава лише визначає пріоритети соціальної відповідальності, а компанії беруть на себе основну частину функцій в питаннях розробки і реалізації соціальних програм.

До проблем формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві (табл. 4.5.), які найбільш турбують, можна віднести: некомпетентність представників органів влади – 104, невпевненість у завтрашньому дні – 115, підвищення цін – 123, зниження рівня життя – 126 та низька ефективність управління (98). До проблем, які досить часто турбують, належать: корупція – 84 та збільшення темпів безробіття – 92. Щодо проблем, які не турбують, можна віднести: авторитарні методи управління – 251, низькі темпи розвитку корпоративної культури – 127, відсутність корпоративного кодексу на підприємстві – 186 та гендерні питання – 176.

Даний результат є природним і таким, що досить точно відображає практичний баланс сьогоденних можливостей та інтересів держави і приватного сектора. Корпорації вважають небажаною ситуацією, при якій основні завдання по соціальному забезпеченню населення перекладаються на плечі бізнесу. Очевидно, що бізнес не призначений для їх здійснення, а держава володіє необхідними ресурсами для виконання такої діяльності, в першу чергу це ті засоби, які поступають в казну як податки від діяльності корпорацій.

Таблиця 4.5.

Проблеми формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві

№ п/п	Основні проблеми	Турбує	Досить часто	Інколи	Не турбує
1.	Авторитарні методи управління	4	16	29	251
2.	Корупція	79	84	58	79
3.	Некомпетентність представників органів влади	104	46	97	53
4.	Невпевненість в завтрашньому дні	115	78	67	40
5.	Низькі темпи розвитку корпоративної культури	38	76	59	127
6.	Підвищення цін	123	87	51	39
7.	Зниження рівня життя	126	98	27	49
8.	Збільшення темпів безробіття	88	92	78	42
9.	Відсутність корпоративного кодексу на підприємстві	24	34	56	186
10.	Гендерні питання	22	27	75	176
11.	Низька ефективність управління	98	52	82	68

Взагалі в Україні прояви корпоративної соціальної відповідальності часто носять спонтанний характер і не є частиною плану по формуванню іміджу організації. При цьому існує тенденція, коли рішення про фінансування заходів з соціального інвестування приймаються вищим керівництвом на підставі особистих поглядів та цінностей, а очікуваний від них вплив на фінансові результати організації не прораховується.

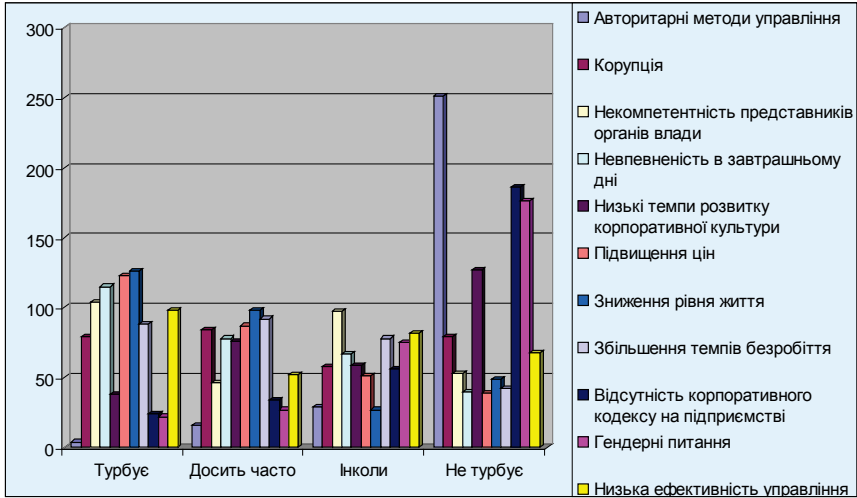


Рис. 4.7. Схематичне представлення проблем формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві

Таблиця 4.6.

Вплив соціальної діяльності на формування корпоративної відповідальності

№ п/п	Види впливу	Регулярно	Досить часто	Інколи	Ніколи
1.	Представлення та захист інтересів, лобіювання	59	55	39	146
2.	Проведення досліджень	62	78	78	82
3.	Моніторинг та оцінка	74	56	42	128
4.	Навчання	12	28	32	228
5.	Консультування	64	51	25	160
6.	Стажування	37	42	88	133
7.	Соціальний супровід	60	41	67	132

Продовження табл. 4.6.

8.	Соціальна / медична / психологічна реабілітація	89	33	68	110
9.	Проведення благодійних акцій (благодійних концертів, ярмарків, аукціонів, теле- і радіомарафонів)	68	105	65	62
10.	Технічне оснащення (дооснащення) медичних / соціальних / освітніх закладів сучасним устаткуванням	34	24	76	166
11.	Підтримка діяльності ресурсних / інформаційних / консультаційних центрів	78	76	62	84
12.	Розробка та видання інформаційно-методичних матеріалів	37	51	77	135
13.	Аналіз політики	86	85	88	41
14.	Законодавчі ініціативи	10	19	34	237

Вплив соціальної діяльності на формування корпоративної відповідальності. Досить частий вплив має проведення благодійних акцій (благодійних концертів, ярмарків, аукціонів, теле- і радіо марафонів) – 105. Не частий вплив є у аналізу політики з відміткою 88. Ніякого впливу соціальної діяльності на формування корпоративної відповідальності мають: представлення та захист інтересів, лобіювання – 146, проведення досліджень – 82, моніторинг та оцінка – 128, навчання – 228 та консультування – 160, стажування – 133 і соціальний супровід – 132, соціальна / медична / психологічна реабілітація – 110. А також технічне оснащення (дооснащення) медичних / соціальних / освітніх закладів сучасним устаткуванням – 166, підтримка діяльності ресурсних / інформаційних / консультативних центрів – 84, розробка та видання інформаційно-методичних матеріалів – 135 та законодавчі ініціативи – 237.

Опитування передбачало з'ясування видів діяльності, які впливають на формування корпоративної відповідальності. За результатами дослідження виявилось, що основною і переважною діяльністю для багатьох організацій є соціальна / медична / психологічна реабілітація. Значна частина опитаних вказала на прове-

дення благодійних акцій (благодійних концертів, ярмарків, аукціонів, теле- і радіомарафонів). Майже дві третини представлених у дослідженні організацій серед видів діяльності вважають, що такі категорії, як навчання та законодавчі ініціативи зовсім не впливають на формування корпоративної відповідальності.

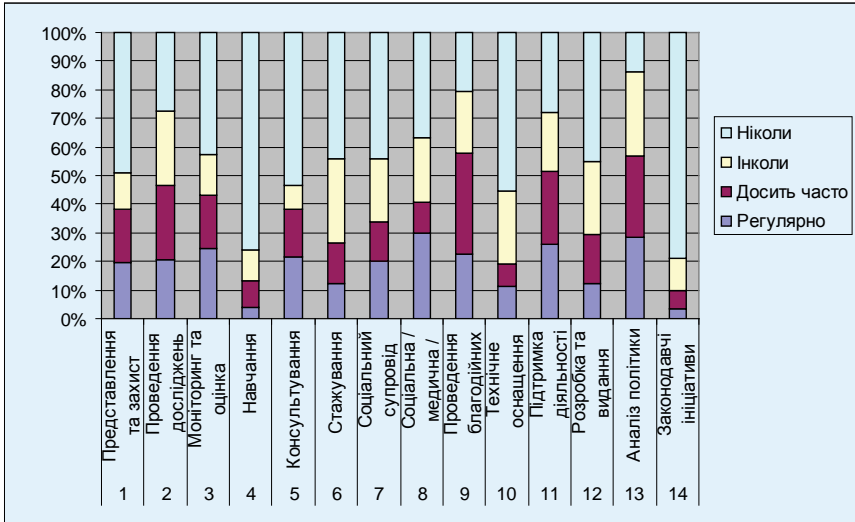


Рис. 4.8. Вплив соціальної діяльності на формування корпоративної відповідальності

Також зазначимо, що в Україні при достатньо високому податковому тиску на організації досі відсутні будь-які методи регуляторного заохочення соціально відповідальних організацій, зокрема, немає класичних податкових кредитів, податкових вирахувань, "відсоткових законів" тощо. Також державою не створено умов, за яких соціальне інвестування було б вигідним і корпораціям і державі. Зокрема, не визначений механізм здійснення соціального інвестування, недосконала система моніторингу інвестованих грошей, низька культура самого бізнесу. Однак можна однозначно свідчити, що в умовах відсутності підтримки з боку держави певні українські організації усе ж таки намагаються здійснювати корпоративну соціальну діяльність.

Таблиця 4.7.

Шляхи поширення інформації про корпоративну соціальну діяльність

№ п/п	Шляхи поширення інформації	Регулярно	Досить часто	Інколи	Ніколи
1.	Подаємо інформацію в пресу	33	56	84	127
2.	Видаємо власний бюлетень	17	14	57	212
3.	Поширюємо буклети, листівки про організацію	32	12	34	222
4.	Через власну веб-сторінку	226	31	29	14
5.	Проводимо презентації	12	28	56	204
6.	Участь у конференціях	72	72	79	77
7.	Видаємо річні звіти	5	135	105	55
8.	Надаємо інформацію в довідники	85	86	63	66
9.	Ніяк, люди самі дізнаються	6	17	0	0

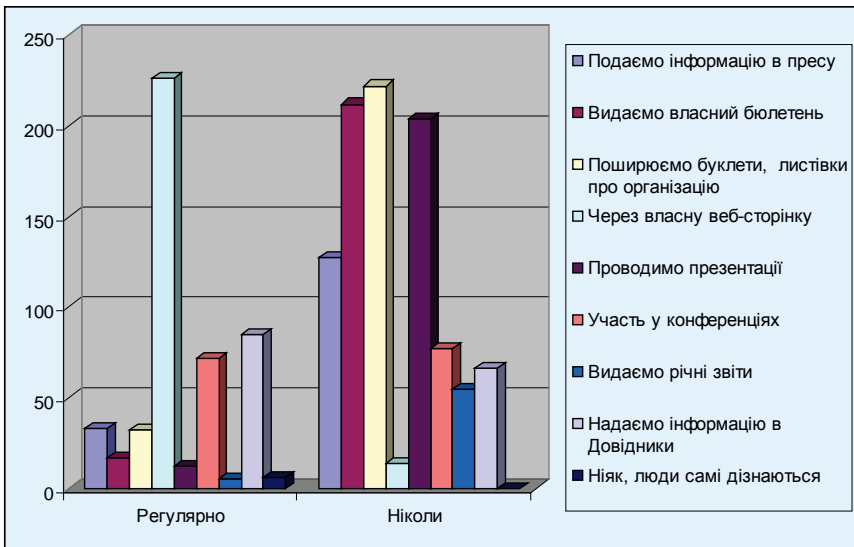


Рис. 4.9. Шляхи поширення інформації про корпоративну соціальну діяльність

Регулярне поширення інформації відбувається через власну веб-сторінку – 226. Досить частим поширенням інформації є надання інформації в довідник – 86, видавання річних звітів – 135. Також досить часто в організації взагалі ніяк не поширюють інформацію, люди самі дізнаються – 17. До нерегулярного поширення інформації, можна віднести участь у конференціях – 79. Так само часто не використовується: подача інформації в пресу – 127, видання власних бюлетенів – 212 та проведення презентацій – 204.

Піддослідні організації використовують повний спектр заходів і засобів щодо поширення інформації про свою діяльність. Так, 46% опитаних вказали на те, що переважно подають інформацію про їхні організації за допомогою веб-сторінки. Завдяки низькій вартості та доступності Інтернету саме цей засіб найбільш поширений. Найменш поширені засоби: поширення буклетів та листівок про організацію – 22,7%; видання власного бюлетеня – 21,7%; проведення презентацій – 20,9%. Такі цифри говорять про те, що зазначені шляхи розповсюдження інформації не відповідають сучасним вимогам через свою обмеженість та високі матеріальні затрати.

Таблиця 4.8.

Головні перешкоди розвитку соціальної відповідальності корпорацій в Україні

№ п/п	Перешкоди розвитку КСВ	Регулярно	Досить часто	Інколи	Ніколи
1.	Відсутність моральних стимулів для заохочення благодійників / донорів / спонсорів	120	105	43	32
2.	Відсутність економічних стимулів для заохочення благодійників / донорів / спонсорів	125	110	39	26
3.	Перешкоди з боку влади при здійсненні соціальної діяльності	12	21	49	218
4.	Перешкоди з боку громадськості при здійсненні соціальної діяльності	9	14	53	224
5.	Обмежені матеріальні ресурси для підтримки повсякденної діяльності організацій	101	98	53	48

Продовження табл. 4.8.

6.	Низький рівень поінформованості громадськості про суть та мету соціальної відповідальності бізнесу	12	15	28	245
7.	Проблемне законодавство	86	76	62	76
8.	Відсутність в країні стандартів для здійснення соціальної відповідальності бізнесу	53	48	68	131
9.	Відсутність кваліфікованих співробітників у благодійних організаціях	54	42	99	105

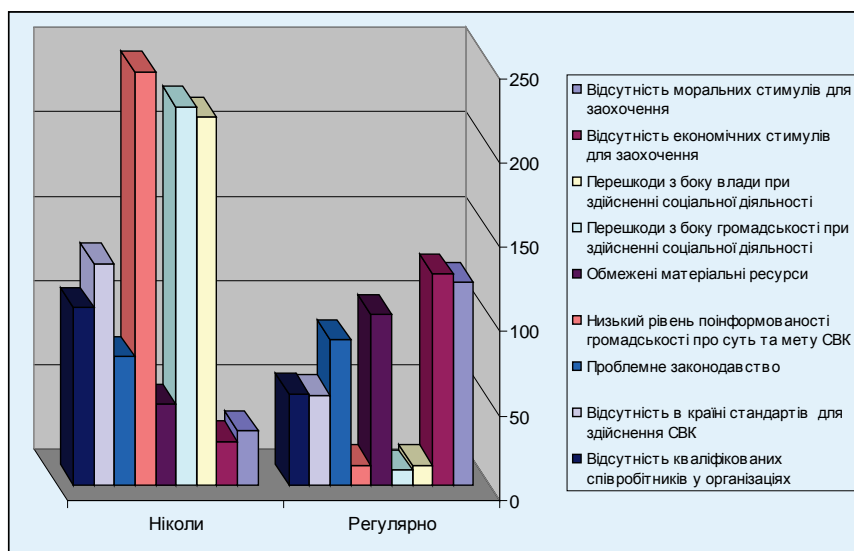


Рис. 4.10. Головні перешкоди розвитку соціальної відповідальності корпорацій в Україні

За результатами проведеного опитування було виявлено такі основні перешкоди: відсутність моральних стимулів для заохочення благодійників / донорів / спонсорів спостерігається регулярно. Відсутність економічних стимулів для заохочення благодійників / донорів / спонсорів є також досить частою перешкодою. Перешкоди з боку влади при здійсненні соціальної діяльності як перешкода жодного разу не зазначені. Перешкод з боку громадськості при

здійсненні соціальної діяльності майже ніколи не відбувається. Обмежені матеріальні ресурси для підтримки повсякденної діяльності організацій – відбувається регулярно. Низький рівень поінформованості громадськості про суть та мету соціальної відповідальності бізнесу та відсутність в країні стандартів для здійснення соціальної відповідальності бізнесу зовсім не вважається перешкодою. Відсутність кваліфікованих співробітників у благодійних організаціях ніколи не вважається перешкодою.

Знання проблем означає, що корпорації усвідомлюють свої спроможності та обмеження. В рамках дослідження представникам підприємств запропонували оцінити вплив кожного з перелічених факторів, наданих у списку, які мають вагомий вплив на формування КСВ, та які слід вирішити для подальшого ефективного впровадження корпоративної соціальної діяльності. Отримані результати подано в таблиці 4.9.

Більшість респондентів вважають, що питання матеріально-технічного забезпечення, інформаційно-методичне забезпечення, налагодження співпраці з органами влади, налагодження співпраці з державними установами, налагодження співпраці зі ЗМІ не є необхідними для їхніх організацій. Питання, які потребують вирішення, стосуються навчання та підвищення кваліфікації персоналу, покращення іміджу організації, забезпечення сприятливої нормативно-правової бази на всіх рівнях, налагодження ефективного менеджменту організації.

З таблиці видно, що налагодження ефективного менеджменту організації та матеріально-технічне забезпечення (приміщення, обладнання тощо) – скоріше не потребує. Досягнення фінансової стабільності та забезпечення сприятливої нормативно-правової бази на всіх рівнях – скоріше потребує. Створення (покращення) іміджу організації та навчання, підвищення кваліфікації персоналу потребує: налагодження співпраці із ЗМІ, налагодження співпраці з органами влади, налагодження співпраці з державними установами (закладами освіти, соціальними службами, закладами охорони здоров'я, тощо), обмін досвідом з організаціями, інформаційно-методичне забезпечення, ознайомлення з міжнародним досвідом, налагодження ефективного фінансового менеджменту не потребує.

Таблиця 4.9.

Потреби організації для подальшого формування КСВ

№ п/п	Потреби організації	Потребує	Скоріше потребує	Скоріше не потребує	Не потребує
1.	Матеріально-технічне забезпечення (приміщення, обладнання тощо)	9	23	151	117
2.	Досягнення фінансової стабільності	55	99	90	56
3.	Налагодження ефективного менеджменту організації	71	70	82	77
4.	Налагодження ефективного фінансового менеджменту	66	31	91	112
5.	Забезпечення сприятливої нормативно-правової бази на всіх рівнях	72	94	46	88
6.	Інформаційно-методичне забезпечення (література, буклети, друкована продукція)	19	9	89	183
7.	Ознайомлення з міжнародним досвідом	40	58	84	118
8.	Навчання та підвищення кваліфікації персоналу	98	79	83	40
9.	Налагодження співпраці зі ЗМІ	38	53	86	123
10.	Налагодження співпраці з органами влади	22	40	87	151
11.	Налагодження співпраці з державними установами (закладами освіти, соціальними службами, закладами охорони здоров'я тощо)	8	21	83	188
12.	Обмін досвідом з організаціями	59	87	32	122
13.	Створення / покращення іміджу організації	94	78	76	52

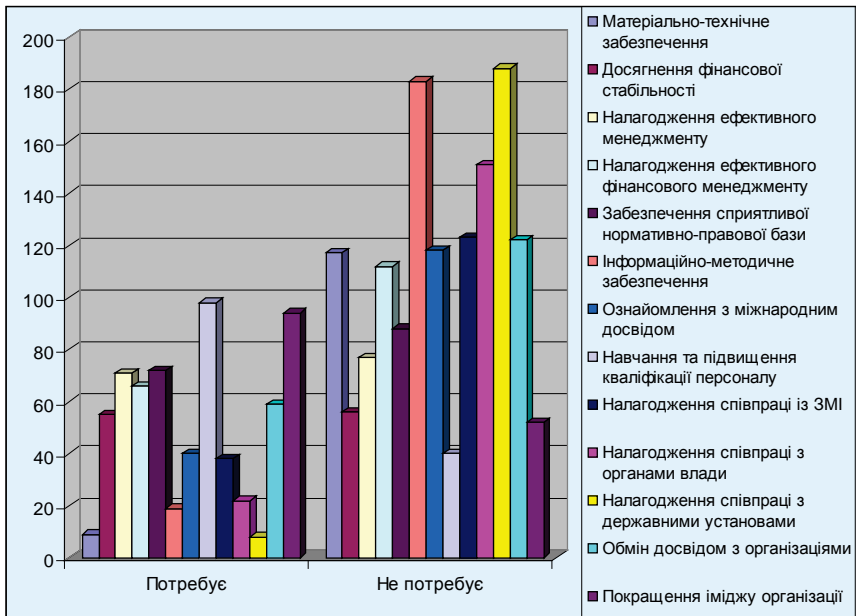


Рис. 4.11. Потреби організації для подальшого формування КСВ

Крім того, учасники фокус-групи вказали, що для ефективної роботи замало професійних співробітників та наявність обмежень бюджету фондів на окремі статті витрат.

Перелік проблем практично повністю збігається із труднощами, які перешкоджають загальному розвитку КСВ в Україні. Звідси випливає твердження: впровадження лише деяких заходів, що сприятимуть розвитку благодійності на національному рівні, справлятиме очікуваний вплив на підвищення ефективності діянь і корпоративних фондів.

Відповіді на дане питання показали невелику кількість організацій, які вважають, що проблема формування КСВ залежить від матеріально-технічного забезпечення та налагодження співпраці з державними установами. Значна частина респондентів вважає, що першорядні проблеми формування КСВ: навчання та підвищення кваліфікації персоналу, покращення іміджу організації, але при цьому слід додати, що ці два фактори мають взаємозв'язок, бо саме високий імідж корпорації може привабити кваліфікований персо-

нал, а також наявність високої кваліфікації робітників впливає на загальний імідж корпорації. Можна констатувати, що розвиток саме цих двох факторів допомагає спрямовувати і покращувати громадську діяльність представників бізнесу та допомагає широко популяризувати діяльність корпорації у суспільстві.

Оскільки систематизація корпоративної соціальної відповідальності лише почалася в Україні і створення фондів з розвитку та впровадження корпоративної соціальної відповідальності є досить новою формою діяльності корпорацій, ще передчасно робити глибокі висновки щодо загальних стійких тенденцій діяльності цих фондів. Але вже сьогодні можна виокремити два основних підходи, що простежуються у процесі створення та розвитку діяльності вітчизняних корпоративних об'єднань у сфері КСВ:

– компанії впроваджують діяльність КСВ з надією на те, що завдяки цьому кроку вони зможуть сприяти активізації та розвитку громадської діяльності і таким чином покращити суспільний добробут у громадах, в яких вони працюють. Саме для цього вони виділяють стабільні ресурси для реалізації поставлених завдань;

– діяльність з КСВ здійснюється із мінімальним внеском від компанії з визначеною місією та з надією, що заснована інституція стане спроможною самостійно віднайти ресурси для досягнення цієї місії.

Дуже важливим та принциповим є питання розкриття інформації про кількість акцій у менеджерів; відрахування на соціальний захист працівників; недосконалість системи пенсійного забезпечення працівників (табл. 4.10). Доцільною є наявність незалежного аудитора. Скоріш не доцільними є наявність нормативно визначеної процедури укладення угод, що можуть призвести до конфлікту інтересів між особистими інтересами посадової особи та її посадовими обов'язками; недосконалість системи надання матеріальної допомоги. Абсолютно недоцільними є наявність процедури відсторонення від роботи голови та членів правління, визначеної Статутом, нормативними документами і трудовими договорами; право подання позову на дії менеджерів; розкриття інформації про заробітну плату менеджерів; розкриття інформації про власників акцій (доступність інформації про фізичну чи юридичну особу та кількість акцій, якою вона володіє).

Таблиця 4.10.

Доцільність формування корпоративної культури підприємства з дотриманням юридичних аспектів

№ п/п	Юридичні аспекти	Дуже важливо і принципово	Доцільно	Скоріш недоцільно	Недоцільно	Абсолютно недоцільно
1.	Наявність процедури відсторонення від роботи голови та членів правління, визначеної Статутом, нормативними документами і трудовими договорами	5	16	20	88	154
2.	Право подання позову на дії менеджерів	12	16	37	93	130
3.	Наявність нормативно визначеної процедури укладення угод, що можуть призвести до конфлікту інтересів між особистими інтересами посадової особи та її посадовими обов'язками	57	58	60	25	41
4.	Розкриття інформації про заробітну плату менеджерів	55	52	44	29	58
5.	Розкриття інформації про кількість акцій у менеджерів	62	71	46	50	12
6.	Розкриття інформації про власників акцій (доступність інформації про фізичну чи юридичну особу та кількість акцій, якою вона володіє)	2	5	64	53	163
7.	Наявність незалежного аудитора	64	79	38	38	21
8.	Відрахування на соціальний захист працівників	95	86	33	8	3
9.	Недосконалість системи пенсійного забезпечення працівників	92	51	74	4	4
10.	Недосконалість системи надання матеріальної допомоги	35	54	91	43	34

В цілому українські організації зіштовхуються з проблемою браку інформації про застосування корпоративної соціальної відповідальності не як технології, а як принципу діяльності. При цьому такий чинник, як прозорість в роботі, не притаманний жодній організації в Україні. Стандарти етики є більш декларативними або наслідком моди. Часто підхід до корпоративної соціальної відповідальності є суто формальний. В даній роботі було розроблено дерево цілей, яке встановлює пошук шляхів конкретної реалізації КСВ шляхом впровадження будівництва соціального житла (рис. 4.12).

Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні не базується на давніх традиціях і звичках, як в США та країнах Європи, і розпочався значно пізніше, проте тенденції удосконалення не стоять на місці, вони йдуть паралельно змінам розвинених країн.

При висвітленні результатів корпоративної соціальної відповідальності за допомогою засобів масової інформації особливістю вітчизняних організацій є акцентування уваги на самому факті та обсязі витрат – замість висвітлення корисності для громадян і важливості суспільної проблеми. Слід розуміти, що засоби масової інформації оприлюднюють таку інформацію на комерційних засадах. Корпоративна соціальна відповідальність іноді сприймається суспільством як спроба організації нейтралізувати шкоду, яка була спричинена зовнішньому середовищу продуктами її діяльності. Це в свою чергу найбільше стосується екологічно-шкідливих виробництв [176].

Найголовніше, чим на сьогодні відрізняється корпоративна соціальна відповідальність в Україні – це брак традицій та переконливе покликання займатися соціально відповідальною діяльністю. Звичайно, корпоративна соціальна діяльність компаній може допомогти вирішити певні проблеми й отримати довгоочікувані результати, але без підтримки, розуміння і, головне, співучасті громад, держави, неурядових та благодійних організацій жертви компаній так і залишаться "жертвами".

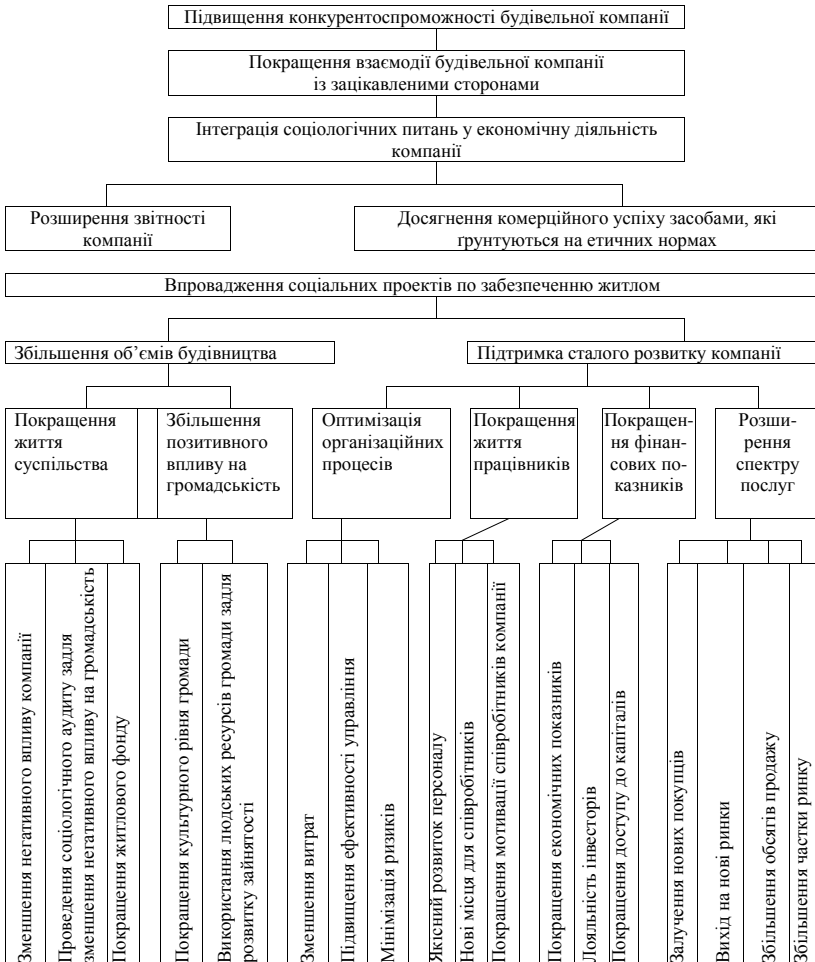


Рис. 4.12. Дерево цілей підвищення конкурентоспроможності будівельної компанії

Стабільна й розвинена економіка дає можливості суспільству вдосконалюватися і зростати; водночас саме суспільство має заохочувати корпорації до соціальної відповідальності, адже ця шляхетна справа не лише показує рівень розвитку суспільства, а й стає мірилом честі та сумління кожного громадянина. Основні юридичні

аспекти, які турбують громадян: відрахування на соціальний захист працівників, недосконалість системи пенсійного забезпечення працівників. Це пов'язано з тим, що працівники насамперед турбуються про себе та своє майбутнє.

Основна різниця реалізації соціальної відповідальності корпорацій між західними і українськими законодавчими традиціями полягає в різному розумінні цієї діяльності. Традиційний законодавчий підхід в США або Великобританії полягає в гнучкості і дозволяє корпоративному сектору та урядовим регулюючим структурам адаптуватися під постійно змінювані соціальні потреби в пошуку добродійної діяльності. На противагу гнучкому західному підходу, законодавче забезпечення соціально відповідальної діяльності в Україні визначається рядом нормативних актів.

Західні добродійні організації мають низку пільг на податки: неурядові організації звільняються від податку на прибуток з грантів, субсидій або іншого фінансування, направлено на підтримку їх діяльності.

В цілому для України проблемними питаннями, що розв'язуватимуться через соціальне інвестування будівельних організацій в межах їхньої корпоративної соціальної відповідальності, є зростання зарплатні працівників, покращення умов роботи та життя, недосяжні ціни на нерухомість, захист здоров'я працівників, переробка сміття, етичні проблеми тощо.

Однак в межах корпоративної соціальної відповідальності українські будівельні організації основні зусилля спрямовують на фінансову підтримку закладів культури, спортивні та релігійні заходи, оскільки такі витрати найбільш вигідні з точки зору ефекту впізнаваності – це надійно формує лояльне відношення населення.

4.2. Розробка рекомендацій вдосконалення механізму реалізації соціальної відповідальності будівельних корпорацій

Слід зазначити, що в Україні ще недостатньо розвинена інфраструктура здійснення соціальної діяльності на професійній основі, тому переважає так званий традиційний підхід. Він характери-

зується безсистемним, персоніфікованим, адаптивним характером. Це означає проведення разових заходів, переважання особистих симпатій і антипатій при ухваленні рішень про виділення засобів, стратегічне ігнорування даного виду діяльності, зведення її значущості тільки до поліпшення іміджу компанії.

З метою оптимізації роботи будівельних корпорацій, визначення ключових напрямків, на яких слід зосередити увагу, було проведено соціологічне дослідження, метою якого є вивчення питань соціальної відповідальності корпорацій як елементу формування організаційної культури у технологіях управління підприємствами та ставлення суспільства до формування соціальної відповідальності корпорацій в Україні.

Основні завдання дослідження полягали у з'ясуванні проблем щодо соціальної відповідальності інституцій, а також у визначенні пріоритетних видів підтримки та послуг, яких потребують будівельні корпорації задля здійснення соціально відповідальної місії в Україні, а також джерел впливу на профільну тематику і методів її коригування.

При вивченні перспектив розвитку соціальної відповідальності корпорацій в будівельній галузі було розроблено спеціальний інструментарій – анкету стандартизованого інтерв'ю.

В результаті дослідження були виявлені деякі специфічні риси реалізації політики соціальної відповідальності на регіональному рівні.

Аналізуючи труднощі, які найбільше перешкоджають розвитку будівництва та вирішенню проблем з житлом для працівників українських корпорацій (табл. 4.11), слід зауважити, що респонденти вважають основною перешкодою проблеми законодавчого характеру; менш впливовими – відсутність економічних стимулів для будівельних компаній; недостатній рівень підтримки з боку місцевої влади; обмежені матеріальні ресурси у населення. Незначними є перешкоди з боку громадськості. Не перешкоджають: відсутність кваліфікованих співробітників у будівельних організаціях та недостатній рівень підтримки з боку центральної влади.

Таблиця 4.11.

Труднощі, які найбільше перешкоджають розвитку будівництва та вирішенню проблем з житлом для працівників українських корпорацій

№ п/п	Перешкоди розвитку будівництва	Дуже перешкоджають	Перешкоджають	Не дуже перешкоджають	Не перешкоджають
1.	Проблеми законодавчого характеру	93	88	67	52
2.	Відсутність економічних стимулів для будівельних компаній	121	91	59	29
3.	Недостатній рівень підтримки з боку центральної влади	62	52	59	127
4.	Недостатній рівень підтримки з боку місцевої влади	113	48	58	81
5.	Перешкоди з боку громадськості	65	76	82	77
6.	Обмежені матеріальні ресурси у населення	116	92	41	51
7.	Відсутність кваліфікованих співробітників в будівельних організаціях	24	58	71	147

Насамперед в ході опитування було встановлено, що до важливих ознак соціальної поведінки респонденти відносять соціальний захист співробітників і їх сімей, допомогу у вирішенні соціальних проблем, дотримання законів, забезпечення робочих місць та гідної заробітної плати.

Також учасники опитування вважають, що дуже перешкоджають відсутність кваліфікованих співробітників у будівельних організаціях, діяльність яких необхідна для формування позитивного іміджу компанії. Одним з методів вирішення цього питання є підвищена увага до розвитку персоналу, забезпечення високого рівня охорони здоров'я та створення безпечних умов праці персоналу. Було висловлено думку, що свідчить про усвідомлення корпораціями необхідності підтримки стійких зв'язків з персоналом як

найближчим представником суспільної системи, а також залежності ефективності їх діяльності від громадської думки (табл. 4.11).

Слід зауважити, що політика КСВ залежить від усунення перешкод та запровадження стимулів для її впровадження, створення привабливого економічного клімату для розвитку КСВ та підвищення життєвого рівня населення.

Таблиця 4.12.

Основні обмеження щодо придбання власної нерухомості

№ п/п	Основні обмеження	Дуже перешкоджають	Перешкоджають	Не дуже перешкоджають	Не перешкоджають
1.	Висока вартість нерухомості	128	95	34	43
2.	Високі відсотки по кредитах	97	97	54	52
3.	Наявність першого внеску по кредиту	61	48	65	126
4.	Розмір суми першого внеску по кредиту	46	54	132	68
5.	Умови кредитування	78	47	73	102

Сьогодні безперечним є факт колосальної невідповідності цін на нерухомість та доходів громадян. Ціни не хочуть знижувати, вони навпаки, зростають ще більше. Така тенденція відбувається не тільки в регіонах, але і в столиці. Слід розуміти, що така ціна є інтегральним показником розвитку економіки в країні. Значними перешкодами виступають відсотки по кредитам та сама вартість нерухомості. Але слід зазначити, що сума першого внеску по кредиту не є головною перешкодою; наявність першого внеску та умови кредитування зовсім не є перешкодами.

Фактором подорожчання житла виступають малі обсяги будівництва. Слід зазначити відсутність якісних проектів, конкурентних ідей, які могли б задовольнити підвищений попит. Лише налагодження взаємозв'язків між соціально відповідальними корпорація-

ми та будівельними компаніями допоможе вирішити проблеми будівельної галузі та суспільства в цілому.

Основні ризики для такої співпраці полягають у слабкій юридичній захищеності та нерозвиненості законодавчих норм, які б регулювали і давали підтримку розвитку КСВ.

Таблиця 4.13.

Основні потреби в нерухомості та її види

№ п/п	Основні потреби	Потребує	Скоріше потребує	Скоріше не потребує	Не потребує
1.	Квартира	141	75	28	56
2.	Приватний будинок	52	28	55	165
3.	Дача	44	67	72	117
4.	Заміський будинок	11	24	71	194

Отже, придбання квартири займає перше місце за необхідністю. На другому місці – приватний будинок; дача та заміський будинок – займають останні місця в потребах нерухомості.

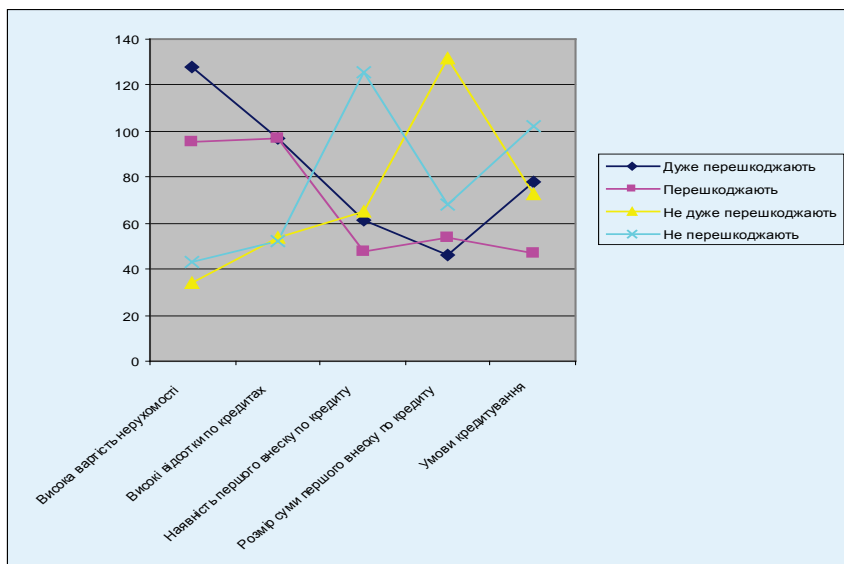


Рис. 4.13. Основні обмеження щодо придбання власної нерухомості

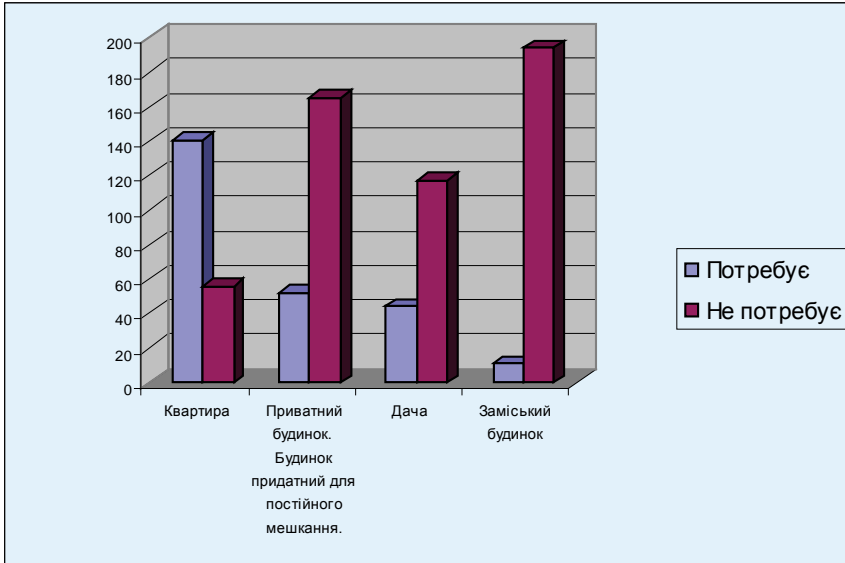


Рис. 4.14. Основні потреби в нерухомості та її види

Більшість респондентів вважають придбання квартири більш привабливим, ніж замського або приватного будинку. Сучасне становище сіл далеке від романтичного зображення телевізора, де показують затишні вулиці з однаковими будиночками, привітними людьми та ін. В реаліях життя маємо необлаштоване село та відсутність інфраструктури: медичне обслуговування, садки, школи, кіно, бібліотеки, суспільний транспорт і т.п. Одним з найважливіших аргументів на користь міста може виступати такий фактор, як робота. Їздити на роботу в найближче велике місто щодня майже неможливо, оскільки собівартість проїзду може становити більшу частину заробітної платні. Також слід враховувати високу витрату енергоресурсів в процесі експлуатації житла.

Найбільше турбують: заощадження коштів для майбутнього придбання житла (табл. 4.14); придбання нерухомості в кредит для себе або найближчих родичів; придбання нерухомості для себе або найближчих родичів. На другому місці: заощадження коштів для майбутнього будівництва. На третьому місці, тобто, зовсім не є проблемами: будівництво нерухомості для себе або найближчих родичів; оренда нерухомості для себе або найближчих родичів.

Таблиця 4.14.

Основні житлові проблеми, які турбують громадськість

№ п/п	Основні житлові проблеми	Потребує	Скоріше потребує	Скоріше не потребує	Не потребує
1.	Будівництво нерухомості для себе або найближчих родичів	19	33	95	153
2.	Придбання нерухомості для себе або найближчих родичів	143	77	31	49
3.	Придбання нерухомості в кредит для себе або найближчих родичів	88	74	66	72
4.	Оренда нерухомості для себе або найближчих родичів	75	36	27	162
5.	Заощадження коштів для майбутнього будівництва	76	87	80	57
6.	Заощадження коштів для майбутнього придбання житла	145	80	23	52

Вкрай складним залишається питання отримання житла звільненими в запас військовими, молодими сім'ями, що не мають необхідних доходів, та деякими іншими соціальними категоріями населення. Фінансування, яке надається з державного бюджету, явно недостатнє для покращення ситуації житлового будівництва.

На сьогодні невідпрацьовані механізми державного сприяння розвитку соціального будівництва, які б містили в собі державне або приватне субсидування громадян, що мають намір придбання нерухомості, і в такий спосіб значно підвищували б купівельну спроможність суспільства.

Як видно з отриманих даних (табл. 4.15), найбільш доцільним для корпорацій було б націлити діяльність з КСВ на часткове або повне кредитування співробітників на придбання житла, будівництво житла для співробітників, надання житла для мешкання співробітника та його родини без права передачі у приватну власність. Таке явище має назву "Корпоративна іпотека" і з'явилося давно на українському ринку, практично в один і той же час з простою іпотекою.

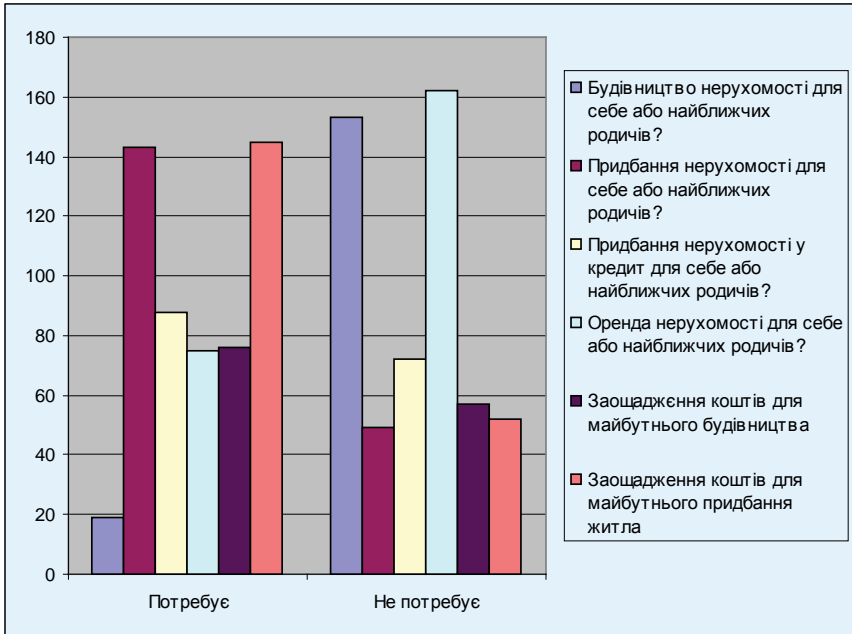


Рис. 4.15. Основні житлові проблеми, які турбують громадськість

Таблиця 4.15.

Доцільність впровадження іпотечної допомоги співробітникам як одного з аспектів формування системи КСВ

№ п/п	Аспекти формування системи КСВ	Дуже важливо і принципово	Доцільно	Скоріше доцільно	Скоріше недоцільно	Недоцільно	Абсолютно недоцільно
1.	Будівництво житла для співробітників	105	94	60	24	3	14
2.	Часткове або повне кредитування співробітників на придбання житла	117	54	59	29	25	16

Продовження табл. 4.15.

3.	Надання житла для мешкання співробітника та його родини за умови трудового стажу у компанії більш ніж 20 років	48	28	29	55	86	54
4.	Надання гуртожитку для співробітника та його родини	44	26	33	79	76	42
5.	Надання житла для мешкання співробітника та його родини без права передачі у приватну власність	59	84	53	71	7	26
6.	Надання житла для мешкання співробітника та його родини з правом передачі у приватну власність	42	61	52	59	65	21

Правда, утвердження її як способу вирішення житлового питання співробітників чомусь ще не відбулося. Для працедавця корпоративна іпотека не менш вигідна. Вона дозволяє довгостроково утримувати персонал, підвищувати ефективність праці, отримувати лояльних співробітників, які тримаються за місце і прагнуть зробити кар'єру усередині однієї компанії. Адже для своєчасного внесення платежів по іпотечному кредиту протягом 5-10-20 років важливий не тільки рівень доходу, але і стабільність його отримання. Узятий кредит міняє відношення людини до життя, його пріоритетами стає стабільність, стійкий добробут, тому він більшою мірою націлений на досягнення максимального результату і успіху свого підприємства.

Дуже важливими та принциповими є будівництво житла для співробітників, часткове або повне кредитування співробітників на придбання житла. Доцільними є надання житла для мешкання співробітника та його родини без права передачі у приватну власність. Скоріше недоцільним є надання гуртожитку для співробітника та його родини. Недоцільними також є надання житла для мешкання співробітника та його родини за умови трудового стажу у компанії більш ніж 20 років, надання житла для мешкання співробітника та його родини з правом передачі у приватну власність.

До того ж, співробітник працюватиме з більшою ефективністю і самовіддачею, якщо квартирне питання не буде причиною його тяжких думок як в робочий, так і у вільний від роботи час. Сприяння ж і підтримка в придбанні нерухомості по іпотеці розглядатиметься співробітником як заохочення, висока оцінка його діяльності з боку компанії.

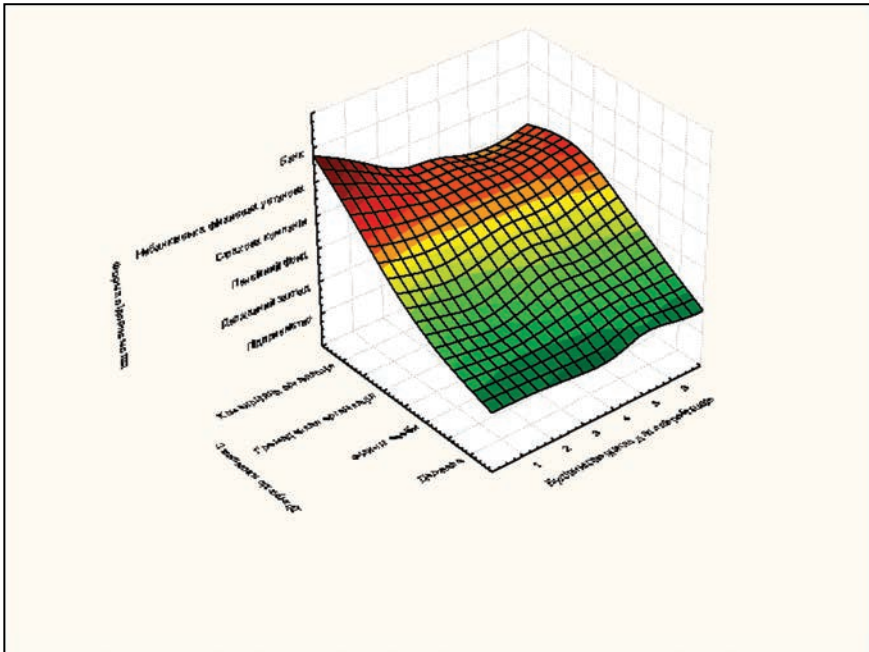


Рис. 4.16. Залежність обсягів будівництва від форми підприємства

В Україні середній рівень зарплати коливається в межах 150 дол., що в свою чергу робить іпотеку абсолютно недоступною для більшості населення. Аналізуючи здійснення КСВ в залежності від форми підприємства та їх діяльності у сфері будівництва можна виявити залежність між засновниками та їх інтересом в здійсненні КСВ. З розглянутих даних видно, що існує пряма залежність. Так, організації, які функціонують у банківській сфері, проявляють найбільшу зацікавленість у корпоративній іпотеці, оскільки в їх розпорядженні знаходяться значні фінансові ресурси, що дає можли-

вість надання іпотечної позики співробітникам. В основному це великі банки з розвинутою філіальною мережею.

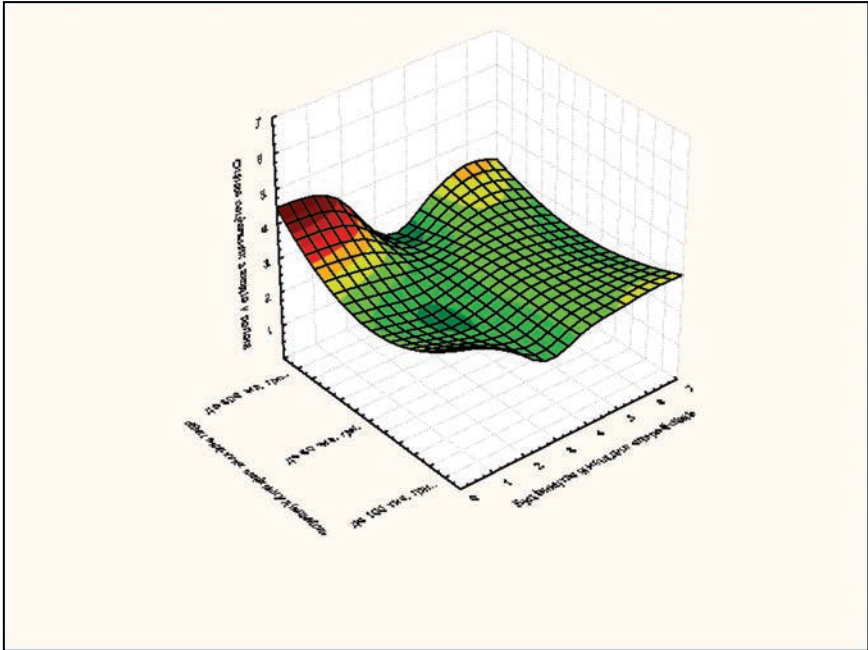


Рис. 4.17. Оцінка здійснення будівельної діяльності в залежності від обсягів здійснення КСВ

Найбільш ефективне впровадження КСВ спостерігається на підприємствах, які виділяють понад 500 тис. грн (рис. 3.17) на здійснення будівництва для співробітників. Але вони не зацікавлені в тому, щоб використовувати інформацію про свої досягнення у сфері надання нерухомості співробітникам, оскільки ставлять перед собою цілі: не сповіщати громадськість про свою діяльність, а надати цінному персоналу необхідну підтримку; налагодити довгострокові стосунки; націлити працівника на ефективне виконання його обов'язків, оскільки компанії більш зацікавлені в сталому розвитку.

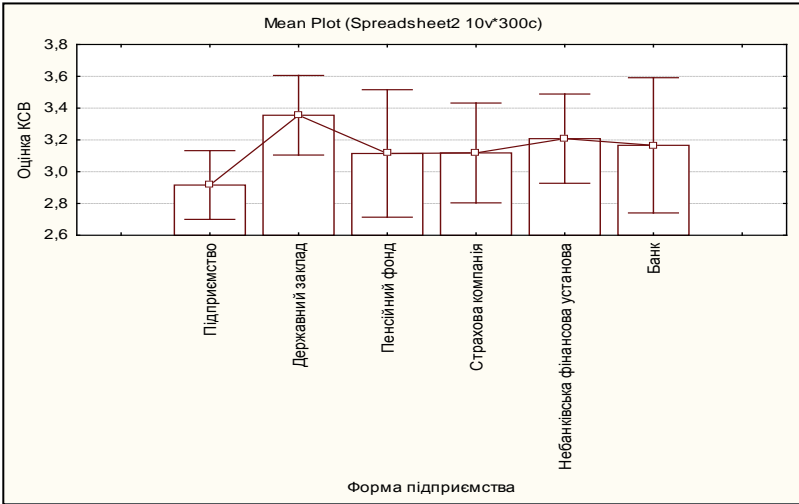


Рис. 4.18. Оцінка КСВ залежно від форми підприємства

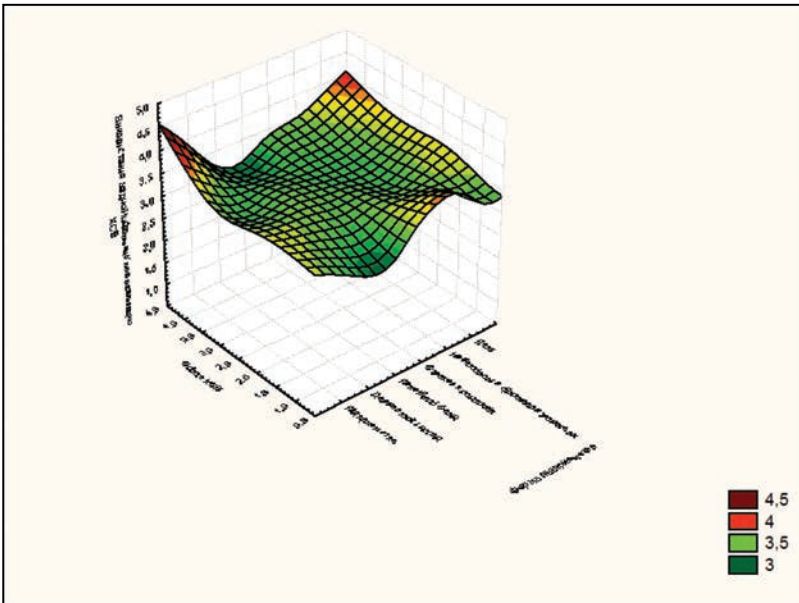


Рис. 4.19. Використання зведеної інформації про КСВ в залежності від форми підприємства

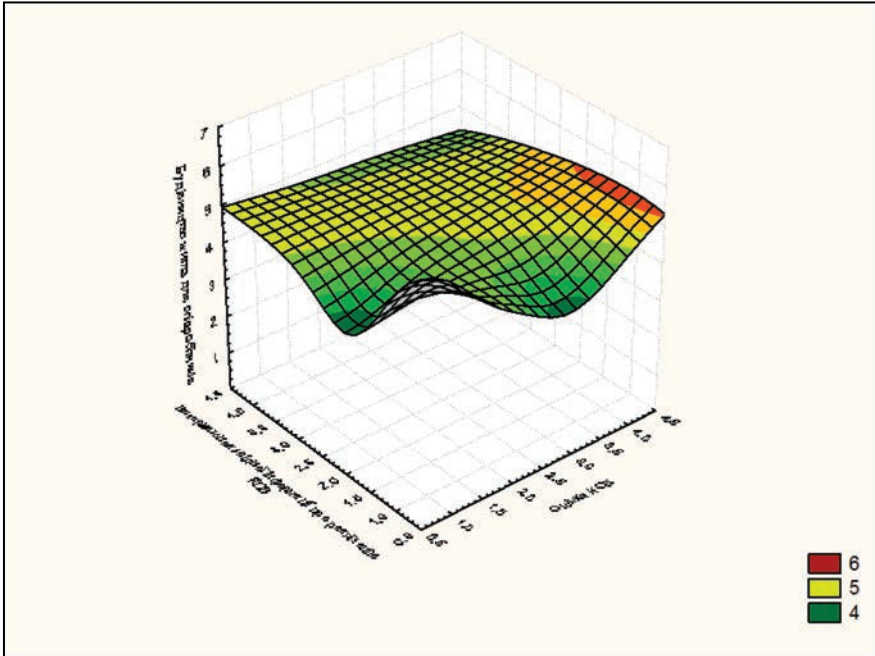


Рис. 4.20. Оцінка КСВ у галузі будівництва житла для співробітників

Треба визнати, що заходи, які здійснено будівельними компаніями в останні роки в питанні впровадження КСВ, виявилися неефективними: оскільки ніхто з респондентів не зміг назвати жодної будівельної компанії, яка використовує принципи КСВ. Розглядаючи питання роботи будівельної промисловості, насамперед можна з'ясували, що ця ключова галузь економіки фактично повністю випала з поля зору суспільства. Це пов'язано з тим, що лише за поточний рік у будівельній галузі загалом, в тому числі й у сфері будівництва житла, спостерігається обвальне падіння закінченого будівництва.

Спостерігається пріоритет особового, а не стратегічно-орієнтованого підходу до добродійності. Ухвалення остаточного рішення про напрями соціальної активності, розміри засобів і кола компаній-розпорядників цих засобів – знаходяться в компетенції керівників корпорацій. Такий підхід не завжди враховує стратегічні

цілі компанії, а більшою мірою націлений на реалізацію суб'єктивних цілей і завдань керівника.

Висока роль першої особи компанії простежується на всіх стадіях корпоративної діяльності від її ініціації до способів розподілу засобів. Досвід представників підприємств показав, що добродійні проекти асоціюються перш за все з діяльністю громадських та благодійних фондів (60,8%), які засновані корпораціями, власники яких стурбовані майбутнім своїх підприємств, і шукають нові шляхи для впровадження корпоративної відповідальності.

Нестабільність української економіки та наявність проблем при формуванні організаційної культури накладає свій відбиток і на способи відбору конкретних реципієнтів допомоги. Існують значні перешкоди для подальшого формування корпоративної культури підприємства. Результати дослідження показують, що основною проблемою є досягнення фінансової стабільності – 13,5%; покращення іміджу організації – 12,4%; нормативно-правова база займає третє місце – 10%; матеріально-технічне забезпечення вважається найменш впливовою проблемою – 4,5%.

Така розбіжність в думках відображає соціальну незрілість управлінського персоналу різних підприємств з одного боку, а з іншого – демонструє деякий прогрес в цій області. Переважання позитивних оцінок – є результатом активної пропагандистської і економічної роботи, що ведеться економістами, політиками, ученими, і направленої на оздоровлення ситуації в країні.

В перспективі українським корпораціям, підприємствам належить усвідомити той факт, що інтереси корпорації тісно пов'язані з добробутом суспільства, невід'ємною частиною якого є бізнес. Отже для виведення галузі з кризи основну роль повинна взяти на себе держава, а саме: розробити і втілити в життя комплекс економічних заходів щодо забезпечення ефективного функціонування будівельних компаній. За рахунок цих стимулів можна вирішити проблему забезпечення громадян житлом. Виконання державою своїх обов'язків перед громадянами, які мають право на безплатне отримання житла відповідно до державних програм: військовослужбовці, чорнобильці та ін. буде доцільним і допоможе завершити будівництво споруд, які мають будівельну готовність більше 70 відсотків.

Майбутнє соціально відповідальних програм в Україні залежить від важливості соціальних питань для будівельних компаній. Треба використовувати досвід іноземних корпорацій та міжнародних програм, проте необхідно враховувати українські традиції з метою підвищення ефективності програм, систем і процесів всередині компанії. Але прагнення до впровадження КСВ потрібно проводити за підтримки держави, яка повинна виступати у ролі координатора та коригувати програми КСВ з урахуванням найбільш гострих питань. Ефективне проведення спільних соціальних проектів може здійснюватися тільки за умови регулярного обміну інформацією і розуміння корпораціями та державою тієї користі, яку вони можуть один одному принести.

Поступово настає розуміння того, що корпорація залежить від прихильного відношення суспільства, яке може підтримати або підірвати її існування шляхом суспільного тиску на уряд. Тому з погляду "освіченої вигоди" корпораціям необхідно сприяти суспільному добробуту.

4.3. Реалізація принципів соціальної відповідальності в корпоративному секторі України засобами моделювання

В ході проведення дослідження було встановлено, що корпоративний сектор повинен розглядатися як частина соціальної структури суспільства, перед яким він несе відповідальність. Це означає, що бізнес спроможний встановлювати свої цілі так, щоб збалансувати суперечливі запити всіх стейкхолдерів. Погляд на організацію як на відкриту систему доводить, що багато соціальних проблем можливо вирішити при перевлаштуванні основних соціальних інститутів і при взаємодії зацікавлених сторін в системі.

Саме так, з позицій моралі і етики, трактується корпоративна соціальна відповідальність в рамках Глобального Договору ООН, який підписано у 2000 р. В його основі лежать наступні базові принципи:

- надання споживачам товарів і послуг високої якості;
- забезпечення безпеки праці, виплата заробітної плати у відповідності з законодавством, інвестування в розвиток людського потенціалу;

- дотримання законодавства (податкового, трудового, природоохоронного і т.п.);
- увага до суспільних інтересів і загальноприйнятих цінностей;
- внесок в розвиток громадянського суспільства через партнерські програми та інвестування в регіональні проекти.

Програма Розвитку ООН (ПРООН) об'єднує міжнародні організації і компанії з різних країн світу, які активно просувають дані принципи. Вона не ставить своїм завданням контроль їх діяльності і методів управління, проте вимагає публічної звітності та зацікавленості в організації конкретних програм, направлених на реалізацію принципів екологічної і соціальної відповідальності. Тому ПРООН можна розглядати як платформу для діалогу і спільних дій. Всіх учасників даної програми об'єднує визнання важливості корпоративної соціальної відповідальності: прагнення до відповідального вирішення проблем розвитку, причому не тільки на глобальному, але і на локальному рівні.

Соціально відповідальний підхід до ведення бізнесу означає, що соціальна відповідальність повністю інтегрована в систему ухвалення компанією стратегічних рішень: компанія веде бізнес, ґрунтуючись на відповідальному підході до навколишнього середовища, стейкхолдерів і на діловій етиці. Саме дана форма корпоративної соціальної відповідальності представлена системою економічних, екологічних і соціальних показників стійкого розвитку компанії, найбільшою мірою відображає її моральні пріоритети. На жаль, саме ця форма поки найменше практикується в Україні, тому що небагато компаній досягають подібного рівня розвитку.

Але для того, щоб більш обґрунтовано і виважено підійти до обґрунтування ефективної стратегії забезпечення високого рівня корпоративної і соціальної відповідальності для будівельних компаній, звернемось до процедури математичного моделювання як такого підходу, що дозволяє отримати експериментальні результати і буде покладений в основу подальших досліджень.

Відповідно до сучасних вимог і умов застосування економіко-математичних моделей [170] як засобу отримання інформації про процес або економічну систему, що досліджується, перед тим, як запропонувати модель як інструмент аналізу поведінки системи,

необхідно висунути наукову гіпотезу, перевірку якої і буде виконувати математична модель. В основних межах завдань цієї роботи висувається гіпотеза, що на основі системно-динамічного підходу можна в динаміці визначити, як саме на значення узагальнюючого показника рівня КСВ (корпоративної соціальної відповідальності) впливають чинники, що складають систему індексів і оцінок впливу, та чи можна такий вплив вважати значним або стійким. Тобто перед нами постає задача: отримати прогностні значення узагальнюючої характеристики, визначити рівень стійкості отриманих оцінок за умови взаємопов'язаності та взаємообумовленості впливу показників один на одного. Для цього більш доречним можна вважати запропонований Дж. Форестером [168] системно-динамічний підхід як складову імітаційного моделювання, що дозволяє отримати прогностні оцінки в умовах відсутності повної і відповідної статистичної інформації, а також завдяки експериментам дослідити умови рівноваги або стійкості отриманих прогностних оцінок.

В попередній частині роботи нами була запропонована методика розрахунку ефективності впровадження КСВ підприємствами будівельної галузі. Але в межах проблеми вимірювання соціального внеску будівельних компаній на основі аналізу останніх досліджень теорії соціальної відповідальності корпорацій в завданнях моделювання було значно поширено представлену методику оцінки ефективності впровадження КСВ за умови збереження економічної і соціальної складових, що перетворились на систему соціальних та економічних індексів.

Створення відповідної системи спирається на попередню процедуру попарного порівняння показників впливу, і в умовах обмеженості обсягу роботи не наведена. Але проведені попарні порівняння показників, що нами виконані, дозволили з багатьох впливів на рівень КСВ виділити той, що у динаміці дійсно буде впливати сильніше, тому запропонована система показників вважається такою, що дійсно у часовому просторі може вказати, як саме (ефективно чи ні) будуть здійснюватися заходи щодо впровадження КСВ. Наведені індекси утворили інформаційну базу моделювання, що за необхідності відповідає системно-динамічному підходу, і може вважатися діаграмою причино-наслідкових зв'язків, встановлення яких складає перший етап процедури системно-динамічного моделювання [20].

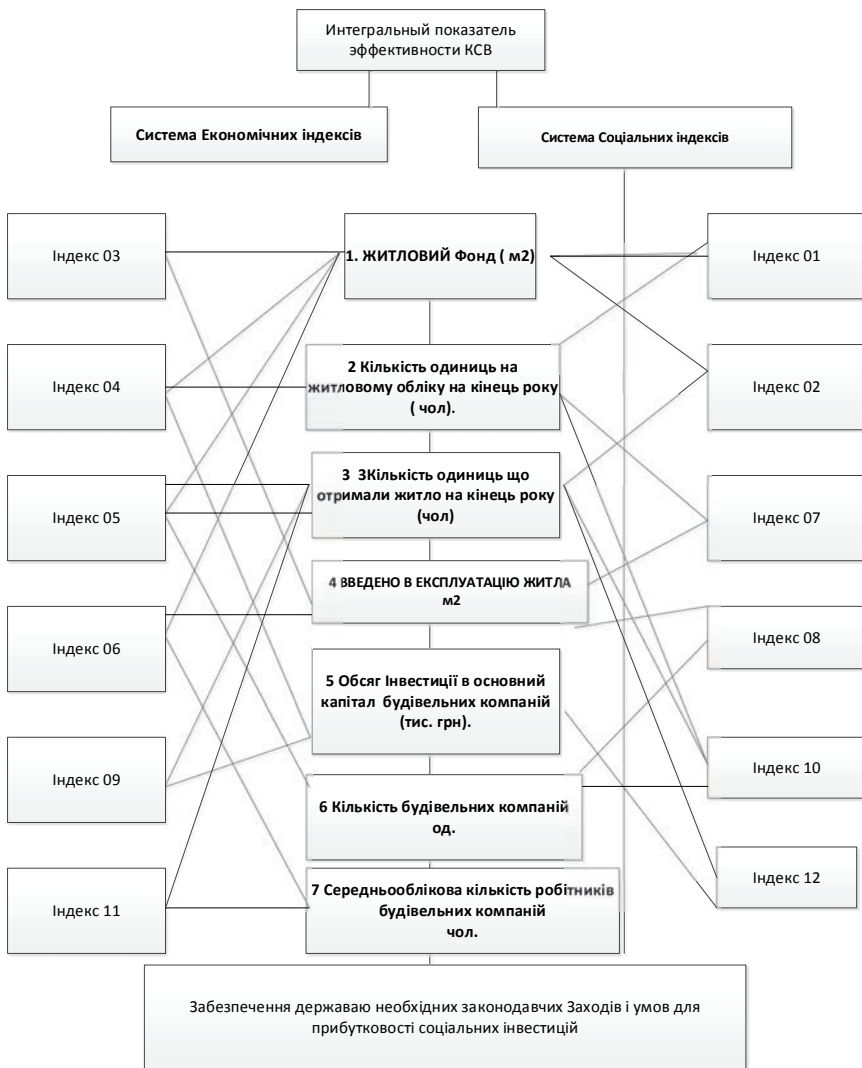


Рис. 4.21. Система індексів для оцінки рівня корпоративної соціальної відповідальності будівельних компаній

Таким чином, запропонована система індексів (01-12), що докладніше обґрунтована нижче (табл. 4.16) для оцінки впливу на економічну складову, та в таблиці 4.17, що запропонована в межах оцінки впливу соціальної складової, дозволить врахувати ці складові під час проведення експериментів. А також, що дуже важливо, оцінити в кількісному розмірі інтенсивність впливу цих складових (що охоплюють систему індексів) на інтегральний рівень КСВ, завдяки чому стане можливим визначити порядок та принципи впровадження державних заходів зі збільшення прибутковості соціальних інвестицій в будівельну галузь.

Таблиця 4.16.

Інтерпретація економічних показників

Показник	Інтерпретація
Індекс 03	скільки м ² нового побудованого житла доводиться на 1 м ² , що існує
Індекс 04	скільки м ² існуючого житла доводиться на 1 грн інвестицій
Індекс 05	скільки м ² існуючого житла доводиться на 1 од. підприємства
Індекс 06	скільки м ² існуючого житла доводиться на 1 особу (працівника)
Індекс 09	скільки грн інвестицій доводиться на 1 рік, що має потребу на кінець року
Індекс 11	скільки працівників доводиться на 1 рік, що має потребу на кінець року

Таблиця 4.17.

Інтерпретація соціальних показників

Показник	Інтерпретація
Індекс 01	скільки м ² існуючого житла доводиться на 1 особу, яка потребує житла
Індекс 02	скільки м ² існуючого житла доводиться на 1 особу, яка отримала житло
Індекс 07	% задоволення тих, хто потребує житла (скільки осіб, які отримали житло, доводиться на 1 особу, яка має потребу)
Індекс 08	скільки м ² нового побудованого житла доводиться на 1 особу, яка потребує житла на кінець року
Індекс 10	скільки будівельних підприємств доводиться на 1 особу, яка потребує житла на кінець року
Індекс 12	скільки м ² нового побудованого житла доводиться на 1 особу, яка отримала житло

Системна динаміка, що в подальшому буде покладена в теоретичну базу моделювання, являє собою один з напрямків системного підходу в управлінні. У системному підході підкреслюється, що керівники повинні розглядати організацію як сукупність взаємопов'язаних елементів, таких як люди, структура, завдання й технологія, які орієнтовані на досягнення різних цілей в умовах мінливого зовнішнього середовища. На думку фахівців у галузі управління, початковий недолік підходів різних шкіл до управління полягає в тому, що вони зосереджують увагу тільки на якомусь одному важливому елементі, а не розглядають ефективність управління як результуючу від багатьох різних факторів. Застосування теорії систем до управління та кібернетики як науки про управління складними системами, в тому числі і економічними, значно полегшило для керівників завдання побачити організацію в єдності її частин, які нерозривно переплітаються із зовнішнім світом. Ця теорія також допомогла інтегрувати вклади всіх шкіл, які в різний час домінували в теорії та практиці управління. У відповідності до цілей роботи можливість одночасного поєднання оцінок економічного вкладу і соціального впливу на зміну рівня КСВ дозволяє створити відповідний теоретичний базис моделі та розвинути його у термінах системно-динамічного підходу до системи незалежних (темпи), залежних (рівні) змінних, а також представити відповідні математичні рівняння, що досконало описують процес моделювання інтегрального рівня КСВ.

Таблиця 4.18.

Незалежні змінні моделі

№	Позначення	Вимірювання	Назва/опис
Темпи			
1.	dJF	м ² /рік	01 1 Зміни житлового фонду
2.	dKO	одиниць/рік	02 2 Зміни кількості сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року
3.	dOK	одиниць/рік	03 3 Зміни кількості сімей та однаків, які взяли житло протягом року
4.	dNJ	м ² /рік	04 4 Зміни введеного в експлуатацію житла
5.	dIN	грн/рік	05 5 Зміни інвестицій в основний капітал у фактичних цінах

Продовження табл. 4.18.

6.	dSP	одиниць/рік	06 6 Зміни кількості підприємств
7.	dCR	осіб/рік	07 7 Зміни середньооблікової чисельності працівників
Початкові значення рівнів			
8.	JF ₀	м ²	01 Весь житловий фонд загальної площі
9.	KO ₀	одиниць	02 Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року
10.	OK ₀	одиниць	03 Кількість сімей та однаків, які отримали житло протягом року
11.	NJ ₀	м ²	04 Введення в експлуатацію житла
12.	IN ₀	грн	05 Інвестиції в основний капітал у фактичних цінах
13.	SP ₀	одиниць	06 Кількість підприємств
14.	CR ₀	осіб	07 Середньооблікова чисельність працівників
Керівні змінні			
15.	UPR	логічна	Забезпечення державою необхідних законодавчих рамок для прибутковості соціальних інвестицій

Таблиця 4.19.

Залежні змінні моделі

№	Позначення	Вимірювання	Назва/опис
Рівні			
1.	JF	м ²	01 Весь житловий фонд загальної площі
2.	KO	одиниць	02 Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року
3.	OK	одиниць	03 Кількість сімей та однаків, які одержали житло протягом року
4.	NJ	м ²	04 Введення в експлуатацію житла
5.	IN	грн	05 Інвестиції в основний капітал у фактичних цінах
6.	SP	одиниць	06 Кількість підприємств

Продовження табл. 4.19.

7.	CR	осіб	07 Середньооблікова чисельність працівників
Не негативні рівні			
8.	JFn	м ²	Auxiliary_1
9.	KOn	одиниць	Auxiliary_2
10.	OKn	одиниць	Auxiliary_3
11.	NJn	м ²	Auxiliary_4
12.	INn	Грн	Auxiliary_5
13.	SPn	одиниць	Auxiliary_6
14.	CRn	осіб	Auxiliary_7
Індекси			
15.	I01	м ² /особу	Індекс 01
16.	I02	м ² /особу	Індекс 02
17.	I03	м ² /м ²	Індекс 03
18.	I04	м ² /грн	Індекс 04
19.	I05	м ² /грн	Індекс 05
20.	I06	м ² /особу.	Індекс 06
21.	I07	%	Індекс 07
22.	I08	м ² /особу	Індекс 08
23.	I09	грн/особу	Індекс 09
24.	I10	шт./особу	Індекс 10
25.	I11	особа/особу	Індекс 11
26.	I12	м ² /особу	Індекс 12
Вихідні змінні ненормовані			
27.	IC	безрозм.	Соціальні індекси
28.	IE	безрозм.	Економічні індекси
29.	IR	безрозм.	Інтегральний показник ефективності КСВ
			Змінні нормування
30.	dIC	1/рік	Rate_3
31.	dIE	1/рік	Rate_2
32.	dIR	1/рік	Rate_1
Вихідні змінні, що нормуються			
33.	ICn	безрозм.	Social
34.	IEn	безрозм.	Econom
35.	IRn	безрозм.	Integr

Таблиця 4.20.

Основні рівняння залежних змінних

№ п/п	Назва параметру	Формула розрахунку	Вихідні дані
1	2	3	4
1.	01. Весь житловий фонд загальної площі, м ²	$JF(t) = \int_{t_0}^m dJF(t)dt + JF_0$	<p>JF – 01. Весь житловий фонд загальної площі, м²</p> <p>dJF – 01_1. Зміни житлового фонду, м² на рік</p> <p>JF_0 – 01. Весь житловий фонд загальної площі, м².</p>
2.	02. Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року, одиниць	$KO(t) = \int_{t_0}^m dKO(t)dt + KO_0$	<p>KO – 02. Кількість сімей та однаків, перебуваючих на квартирному обліку на кінець року (одиниць)</p> <p>dKO – 02_2. Зміни кількості сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року (одиниць на рік)</p> <p>KO_0 – 02. Кількість сімей, які перебували на квартирному обліку на кінець року (одиниць)</p>

Продовження табл. 4.20.

1	2	3	4
3.	03. Кількість сімей та однаків, які одержали житло протягом року, одиниць	t_0	<p>OK – 03. Кількість сімей та однаків, які одержали житло протягом року (одиниць)</p> <p>dOK – 03_3. Зміни кількості сімей та однаків, які одержали житло протягом року (одиниць на рік)</p> <p>OK_0 – 03. Кількість сімей та однаків, які одержали житло протягом року (одиниць)</p>
4.	04. Введення в експлуатацію житла, м ²	t_0	<p>NJ – 04. Введення в експлуатацію житла, м²</p> <p>dNJ – 04_4. Зміни введеного в експлуатацію житла (м² на рік)</p> <p>NJ_0 – 04. Введення в експлуатацію житла, м²</p>
5.	05. Інвестиції в основний капітал у фактичних цінах, грн.	t_0	<p>IN – 05. Інвестиції в основний капітал у фактичних цінах (грн)</p> <p>dIN – 05_5. Зміни інвестицій в основний капітал у фактичних цінах, грн на рік</p> <p>IN_0 – 05. Інвестиції в основний капітал у фактичних цінах, грн</p>

Продовження табл. 4.20.

1	2	3	4
6.	06. Кількість підприємств, одиниць	$SP(t) = \int_{t_0}^t dSP(t)dt + SP_0$	SP – 06. Кількість підприємств, одиниць dSP – 06_6. Зміни кількості підприємств, одиниць на рік SP ₀ – 06. Кількість підприємств, одиниць
7.	07. Середньообліков а чисельність працівників, осіб	$CK(t) = \int_{t_0}^t dCR(t)dt + CR_0$	CR – 07. Середньооблікова чисельність працівників, осіб dCR – 07_7. Зміни середньооблікової чисельності працівників, осіб на рік CR ₀ – 07. Середньооблікова чисельність працівників, осіб
Формування невід’ємної границі зміни параметрів моделі			
8.	Auxiliary_1	$JFn(t) = \begin{cases} JF(t), JF(t) \geq 0 \\ 0, JF(t) \leq 0 \end{cases}$	JF – 01. Весь житловий фонд загальної площі, м ²
9.	Auxiliary_2	$KOn(t) = \begin{cases} KO(t), KO(t) \geq 0 \\ 0, KO(t) \leq 0 \end{cases}$	KO – 02. Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року, одиниць

Продовження табл. 4.20.

1	2	3	4
10.	Auxiliary_3	$OKn(t) = \begin{cases} OK(t), OK(t) \geq 0 \\ 0, OK(t) \leq 0 \end{cases}$	OK – 03. Кількість сімей та однаків, які одержали житло протягом року, одиниць
11.	Auxiliary_4	$NJn(t) = \begin{cases} NJ(t), NJ(t) \geq 0 \\ 0, NJ(t) \leq 0 \end{cases}$	NJ – 04. Введення в експлуатацію житла, м ²
12.	Auxiliary_5	$INn(t) = \begin{cases} IN(t), IN(t) \geq 0 \\ 0, IN(t) \leq 0 \end{cases}$	IN – 05. Інвестиції в основний капітал у фактичних цінах, грн
13.	Auxiliary_6	$SPn(t) = \begin{cases} SP(t), SP(t) \geq 0 \\ 0, SP(t) \leq 0 \end{cases}$	SP – 06. Кількість підприємств, одиниць
14.	Auxiliary_7	$CRn(t) = \begin{cases} CR(t), CR(t) \geq 0 \\ 0, CR(t) \leq 0 \end{cases}$	CR – 07. Середньооблікова чисельність працівників, осіб
Індекси			
15.	Індекс 01	$I01 = \begin{cases} \left(\frac{JFn(t)}{KOn(t)} - x_1 \right) / y_1, KOn(t) \neq 0 \\ 0, KOn(t) = 0 \end{cases}$ $y_1 = \frac{\min_{t0 \leq t \leq tm} \frac{JFn(t)}{KOn(t)} - \max_{t0 \leq t \leq tm} \frac{JFn(t)}{KOn(t)}}{a - b}$ $x_1 = \max_{t0 \leq t \leq tm} \frac{JFn(t)}{KOn(t)} - b \times y_1$ $a = 0, b = 100$	JFn – 01. Весь житловий фонд загальної площі, м ² KOn – 02. Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року, одиниць

Продовження табл. 4.20.

1	2	3	4
16.	Індекс 02	$I02 = \begin{cases} \left(\frac{JFn(t)}{OKn(t)} - x_2 \right) / y_2, OKn(t) \neq 0 \\ 0, OKn(t) = 0 \end{cases}$ $y_2 = \frac{\min_{t0 \leq t \leq tn} \frac{JFn(t)}{OKn(t)} - \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{JFn(t)}{OKn(t)}}{a - b}$ $x_2 = \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{JFn(t)}{OKn(t)} - b \times y_2$ $a = 0, b = 100$	<p><i>JFn</i> – 01. Весь житловий фонд загальної площі, м²</p> <p><i>OKn</i> – 03. Кількість сімей та однаків, які одержали житло протягом року, одиниць</p>
17.	Індекс 03	$I03 = \begin{cases} \left(\frac{NJn(t)}{JFn(t)} - x_3 \right) / y_3, JFn(t) \neq 0 \\ 0, JFn(t) = 0 \end{cases}$ $y_3 = \frac{\min_{t0 \leq t \leq tn} \frac{NJn(t)}{JFn(t)} - \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{NJn(t)}{JFn(t)}}{a - b}$ $x_3 = \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{NJn(t)}{JFn(t)} - b \times y_3$ $a = 0, b = 100$	<p><i>NJn</i> – 04. Введення в експлуатацію житла, м²</p> <p><i>JFn</i> – 01. Весь житловий фонд загальної площі, м²</p>
18.	Індекс 04	$I04 = \begin{cases} \left(\frac{JFn(t)}{INn(t)} - x_4 \right) / y_4, INn(t) \neq 0 \\ 0, INn(t) = 0 \end{cases}$ $y_4 = \frac{\min_{t0 \leq t \leq tn} \frac{JFn(t)}{INn(t)} - \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{JFn(t)}{INn(t)}}{a - b}$ $x_4 = \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{JFn(t)}{INn(t)} - b \times y_4$ $a = 0, b = 100$	<p><i>JFn</i> – 01. Весь житловий фонд загальної площі, м²</p> <p><i>INn</i> – 05. Інвестиції в основний капітал у фактичних цінах, грн</p>

Продовження табл. 4.20.

1	2	3	4
19.	Індекс 05	$I05 = \begin{cases} \left(\frac{JFn(t)}{SPn(t)} - x_5 \right) / y_5, SPn(t) \neq 0 \\ 0, SPn(t) = 0 \end{cases}$ $y_5 = \frac{\min_{t0 \leq t \leq tn} \frac{JFn(t)}{SPn(t)} - \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{JFn(t)}{SPn(t)}}{a - b}$ $x_5 = \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{JFn(t)}{SPn(t)} - b \times y_5$ $a = 0, b = 100$	<p><i>JFn</i> – 01. Весь житловий фонд загальної площі, м²</p> <p><i>SPn</i> – 06. Кількість підприємств, одиниць</p>
20.	Індекс 06	$I06 = \begin{cases} \left(\frac{JFn(t)}{CRn(t)} - x_6 \right) / y_6, CRn(t) \neq 0 \\ 0, CRn(t) = 0 \end{cases}$ $y_6 = \frac{\min_{t0 \leq t \leq tn} \frac{JFn(t)}{CRn(t)} - \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{JFn(t)}{CRn(t)}}{a - b}$ $x_6 = \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{JFn(t)}{CRn(t)} - b \times y_6$ $a = 0, b = 100$	<p><i>JFn</i> – 01. Весь житловий фонд загальної площі, м²</p> <p><i>CRn</i> – 07. Середньо-облікова чисельність працівників, осіб</p>
21.	Індекс 07	$I07 = \begin{cases} \left(\frac{OKn(t)}{KOn(t)} - x_7 \right) / y_7, KOn(t) \neq 0 \\ 0, KOn(t) = 0 \end{cases}$ $y_7 = \frac{\min_{t0 \leq t \leq tn} \frac{OKn(t)}{KOn(t)} - \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{OKn(t)}{KOn(t)}}{a - b}$ $x_7 = \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{OKn(t)}{KOn(t)} - b \times y_7$ $a = 0, b = 100$	<p><i>OKn</i> – 03. Кількість сімей та однаків, які одержали житло протягом року, одиниць</p> <p><i>KOn</i> – 02. Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року, одиниць</p>

Продовження табл. 4.20.

1	2	3	4
22.	Індекс 08	$I08 = \left\{ \left(\frac{NJn(t)}{KOn(t)} - x_8 \right) / y_8, KOn(t) \neq 0 \right.$ $\left. 0, KO(t) = 0 \right.$ $y_8 = \frac{\min_{t0 \leq t \leq tm} \frac{NJn(t)}{KOn(t)} - \max_{t0 \leq t \leq tm} \frac{NJn(t)}{KOn(t)}}{a - b}$ $x_8 = \max_{t0 \leq t \leq tm} \frac{NJn(t)}{KOn(t)} - b \times y_8$ $a = 0, b = 100$	<p><i>NJn</i> – 04. Введення в експлуатацію житла, м² <i>KOn</i> – 02. Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року, одиниць</p>
23.	Індекс 09	$I09 = \left\{ \left(\frac{INn(t)}{KOn(t)} - x_9 \right) / y_9, KOn(t) \neq 0 \right.$ $\left. 0, KO(t) = 0 \right.$ $y_9 = \frac{\min_{t0 \leq t \leq tm} \frac{INn(t)}{KOn(t)} - \max_{t0 \leq t \leq tm} \frac{INn(t)}{KOn(t)}}{a - b}$ $x_9 = \max_{t0 \leq t \leq tm} \frac{INn(t)}{KOn(t)} - b \times y_9$ $a = 0, b = 100$	<p><i>INn</i> – 05. Інвестиції в основний капітал у фактичних цінах, грн <i>KOn</i> – 02. Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку, одиниць</p>
24.	Індекс 10	$I10 = \left\{ \left(\frac{SPn(t)}{KOn(t)} - x_{10} \right) / y_{10}, KOn(t) \neq 0 \right.$ $\left. 0, KO(t) = 0 \right.$ $y_{10} = \frac{\min_{t0 \leq t \leq tm} \frac{SPn(t)}{KOn(t)} - \max_{t0 \leq t \leq tm} \frac{SPn(t)}{KOn(t)}}{a - b}$ $x_{10} = \max_{t0 \leq t \leq tm} \frac{SPn(t)}{KOn(t)} - b \times y_{10}$ $a = 0, b = 100$	<p><i>SPn</i> – 06. Кількість підприємств, одиниць <i>KOn</i> – 02. Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року, одиниць</p>

Продовження табл. 4.20.

1	2	3	4
25.	Індекс 11	$I11 = \begin{cases} \left(\frac{CRn(t)}{KOn(t)} - x_{11} \right) / y_{11}, & KOn(t) \neq 0 \\ 0, & KOn(t) = 0 \end{cases}$ $y_{11} = \frac{\min_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{CRn(t)}{KOn(t)} - \max_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{CRn(t)}{KOn(t)}}{a - b}$ $x_{11} = \max_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{CRn(t)}{KOn(t)} - b \times y_{11}$ $a = 0, b = 100$	<p>$CRn - 07$. Середньо-облікова чисельність працівників, осіб</p> <p>$KOn - 02$. Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року, одиниць</p>
26.	Індекс 12	$I12 = \begin{cases} \left(\frac{NJn(t)}{OKn(t)} - x_{12} \right) / y_{12}, & OKn(t) \neq 0 \\ 0, & OKn(t) = 0 \end{cases}$ $y_{12} = \frac{\min_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{NJn(t)}{OKn(t)} - \max_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{NJn(t)}{OKn(t)}}{a - b}$ $x_{12} = \max_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{NJn(t)}{OKn(t)} - b \times y_{12}$ $a = 0, b = 100$	<p>$NJn - 04$. Введення в експлуатацію житла, м²</p> <p>$OKn - 03$. Кількість сімей та однаків, які одержали житло протягом року, одиниць</p>

Продовження табл. 4.20.

1	2	3	4
Вихідні змінні, що ненормовані.			
27.	Соціальні індекси	$IC(t) = k_1^{IC} \times I01 + k_2^{IC} \times I02 + k_3^{IC} \times I07 + k_4^{IC} \times I08 + k_5^{IC} \times I10 + k_6^{IC} \times I12$ $\sum_{i=1}^6 k_i^{IC} = 1$	I01 – Індекс 01 I02 – Індекс 02 I07 – Індекс 07 I08 – Індекс 08 I10 – Індекс 10 I12 – Індекс 12
28.	Економічні індекси	$IE(t) = k_1^{IE} \times I03 + k_2^{IE} \times I04 + k_3^{IE} \times I05 + k_4^{IE} \times I06 + k_5^{IE} \times I9 + k_6^{IE} \times I11$ $\sum_{i=1}^6 k_i^{IE} = 1$	I03 – Індекс 03 I04 – Індекс 04 I05 – Індекс 05 I06 – Індекс 06 I09 – Індекс 09 I11 – Індекс 11
29.	Інтегральний показник оцінки ефективності впровадження КСВ	$IR(t) = k_1^{IR} \times IE + k_2^{IR} \times IC$ $\sum_{i=1}^2 k_i^{IR} = 1$	IE – Економічні індекси IC – Соціальні індекси
Змінні нормування інтегральних показників.			
30.	Rate_3	$dIC(t) = \frac{IC(t)}{k^{dIC}} \times 100$ $k^{dIC} = \max_{t0 \leq t \leq tn} IC(t)$	IC – Соціальні індекси
31.	Rate_2	$dIE(t) = \frac{IE(t)}{k^{dIE}} \times 100$ $k^{dIE} = \max_{t0 \leq t \leq tn} IE(t)$	IE – Економічні індекси
32.	Rate_1	$dIR(t) = \frac{IR(t)}{k^{dIR}} \times 100$ $k^{dIR} = \max_{t0 \leq t \leq tn} IR(t)$	IR – Інтегральний показник ефективності КСВ

Продовження табл. 4.20.

Вихідні змінні, що нормовані.			
33.	Social	$ICn(t) = \int_{t_0}^m dIC(t)dt$	<i>dIC</i> – Соціальні індекси
34.	Econom	$IE_n(t) = \int_{t_0}^m dIE(t)dt$	<i>dIE</i> – Економічні індекси
35.	Integr	$IRn(t) = \int_{t_0}^m dIR(t)dt$	<i>dIR</i> – Інтегральний показник ефективності КСВ

Для зручнішого сприйняття процедури моделювання представимо розширену блок-схему основних елементів моделі та надамо інтерпретацію результатів. Але доцільно також зауважити, що відповідно до основних гіпотез моделі керівники компаній повинні прагнути до управління циклами зростання компанії – тобто керувати ростом організації на базі ефектів позитивного зворотного зв'язку. Найбільший ефект досягається, коли управлінцям вдається створити ефективну комбінацію акселераторів зростання (позитивних петель зворотного зв'язку), робота яких в подальшому дозволить отримати відчутну синергію. Так, для сильного циклу зростання необхідно створити комбінацію з декількох петель позитивного зворотного зв'язку. Оскільки кожна петля позитивного зворотного зв'язку за своєю природою самопосилюється, об'єднані петлі багаторазово підсилюють дію одна одної. Синергетична дія петель зворотного зв'язку може призвести до виникнення ефектів залежності від попередньої траєкторії розвитку та блокування. Стратегії агресивного зростання багато в чому ґрунтуються на експлуатації акселераторів росту і переваги першопрохідника. Незважаючи на те, що з точки зору ринку та механізму вільної конкуренції ефекти зростаючої віддачі приносять швидше шкоду, ніж користь (оскільки сприяють появі монополій з усіма витікаючими звідси економічними наслідками), з точки зору управлінців "замикання" користувачів на використання товарів/послуг/технологій їх

компаній представляється надзвичайно привабливим. Компанії, які змогли задіяти кілька акселераторів зростання, отримують значну конкурентну перевагу і можуть протягом багатьох років успішно зберігати лідерство на ринку.

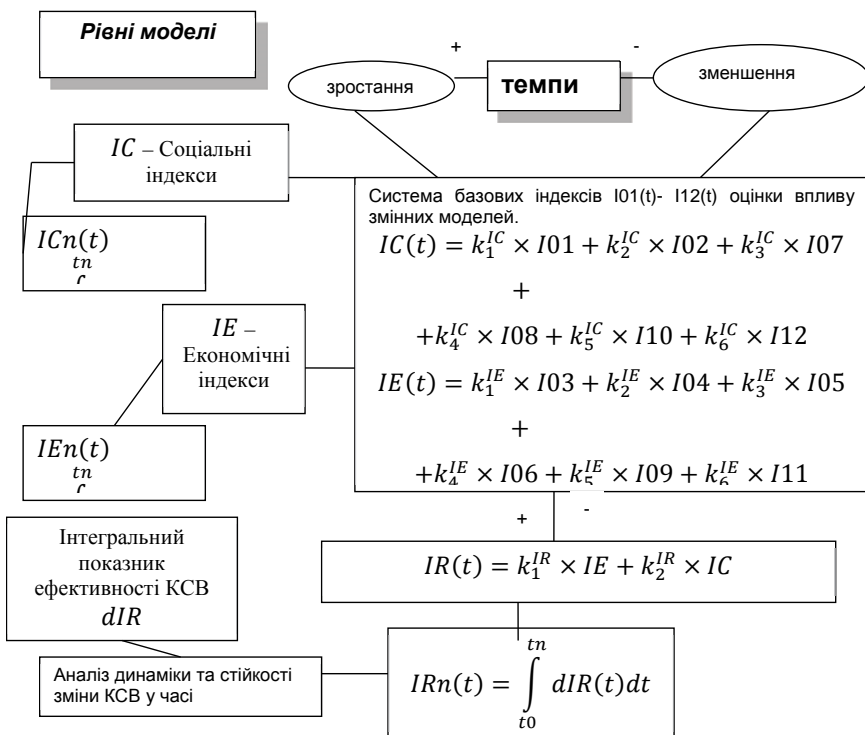


Рис. 4.22. Блок-схема основних елементів системно-динамічної моделі оцінки рівня КСВ

В якості основних структурних блоків моделі сформовано блок оцінки динаміки показників, що входять до системи запропонованих індексів, що розраховуються у наступному розрахунковому блоці, а також за умови нормування значень у блоці розрахунку інтегральних показників визначається узагальнене значення показника рівня КСВ, аналіз якого у динаміці вказує на можливість збільшення або зменшення рівня ефективності впровадження КСВ.

Розглянемо прикладний рівень підготовки даних і формування незалежних параметрів моделі, ініціалізацію незалежних змінних моделі.

Розроблена діаграма моделі є оболонкою, що дозволяє відтворювати процедуру моделювання за вказаними показниками, але моделювання завжди спирається на реальні дані і статистичну інформацію щодо процесів і явищ, які моделюються. У нашому випадку основною інформацією, яку використано в ході системно-динамічного моделювання, були статистичні показники таблиць, що наведено вище, а саме таблиці 3.16, 3.17, рис. 4.23, а також основні кількісні параметри таблиць 2.4-2.7. Використання цих даних дало змогу ввести оцінки цих показників, а саме: ініціалізувати рівень незалежних змінних моделі, як це показано в таблиці нижче.

Таблиця 4.21.

Статистичні дані для ініціалізації незалежних параметрів моделі

Весь житловий фонд, загальної площі, млн м ²		Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року, тис.		Кількість сімей та однаків, які одержали житло протягом року, одиниць		Введення в експлуатацію житла (тис. м ² загальної площі)	
1999	32,3	1999	76,4	1999	2218		
2000	32,7	2000	74,4	2000	1596		
2001	33,2	2001	71,3	2001	851		
2002	33,4	2002	65,6	2002	1136		
2003	33,6	2003	48,7	2003	802		
2004	33,7	2004	43,8	2004	870	2004	6432,9
2005	33,8	2005	41,5	2005	608	2005	7566
2006	33,7	2006	35,5	2006	264	2006	7815,9
2007	33,8	2007	33,6	2007	352	2007	8628,4
2008	34,1	2008	30	2008	560	2008	10243,7
2009	34,3	2009	29,5	2009	530	2009	10495,6
2010	34,03	2010	28,5	2010	178	2010	6399,6
2011	34,03	2011	28,3	2011	335	2011	9339,3
2012	34,13	2012	27,1	2012	144	2012	9410,4

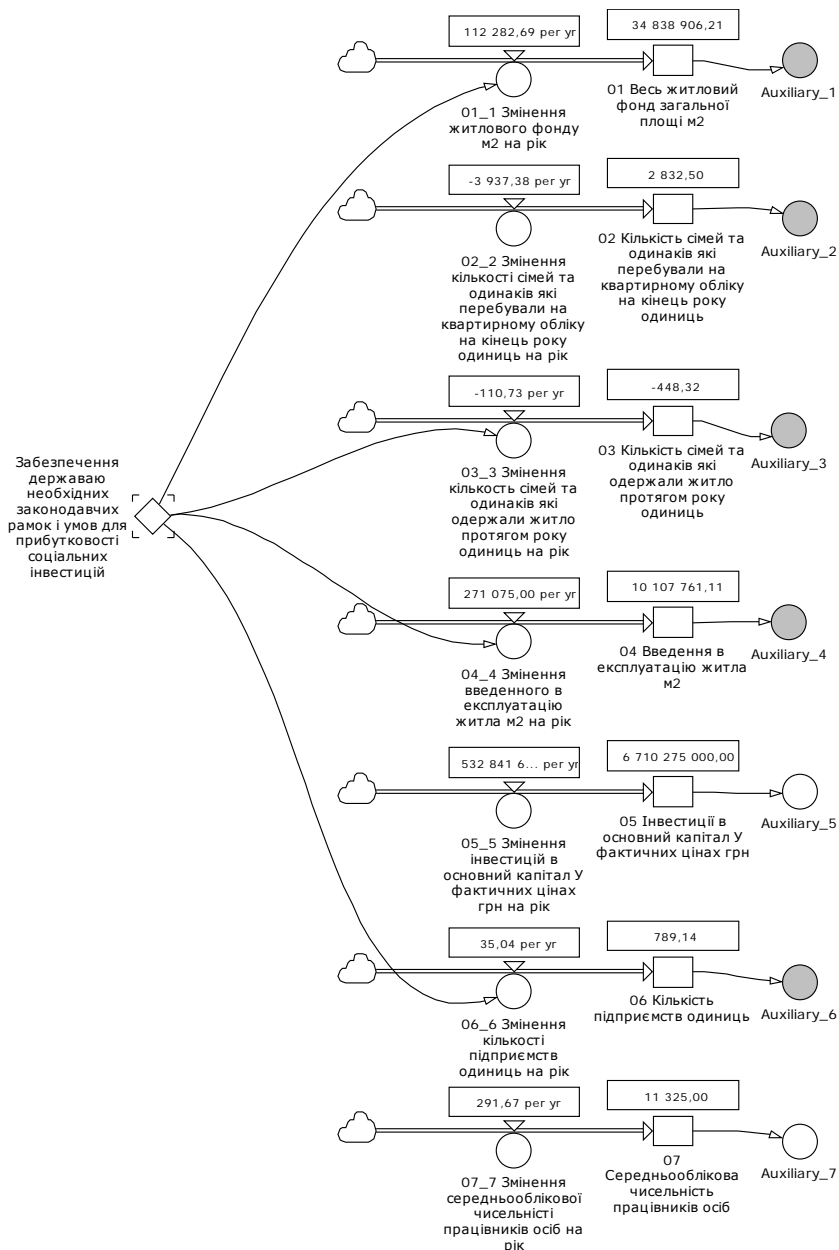


Рис. 4.23. Блок моделювання показників

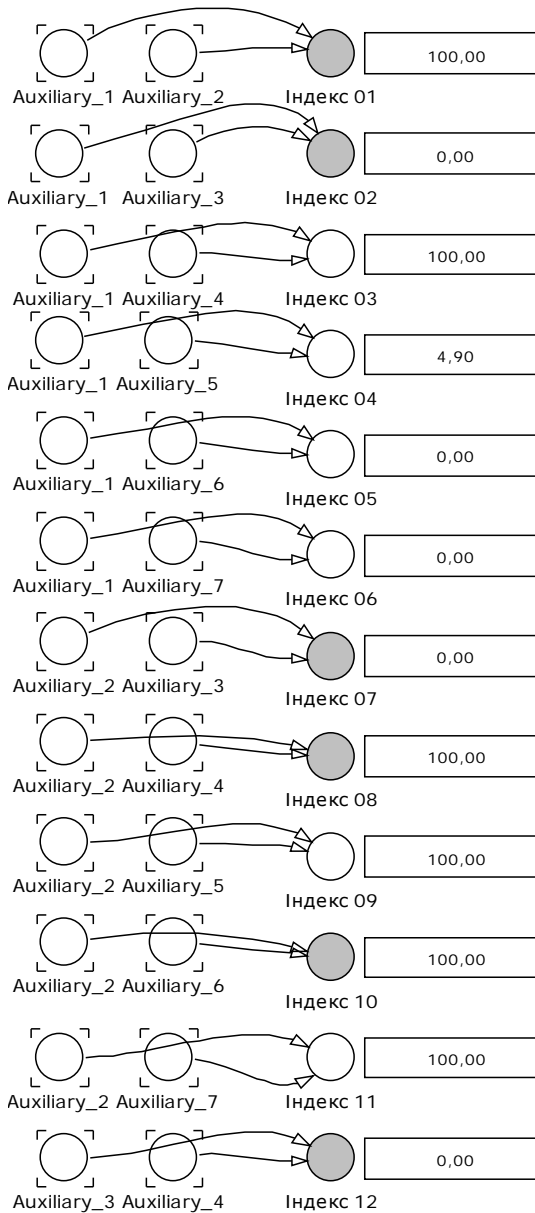


Рис. 4.24. Блок розрахунку індексів

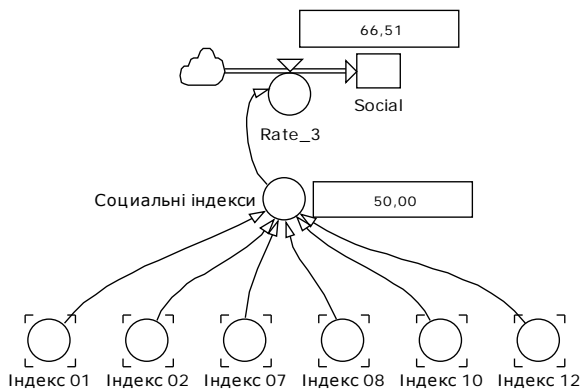
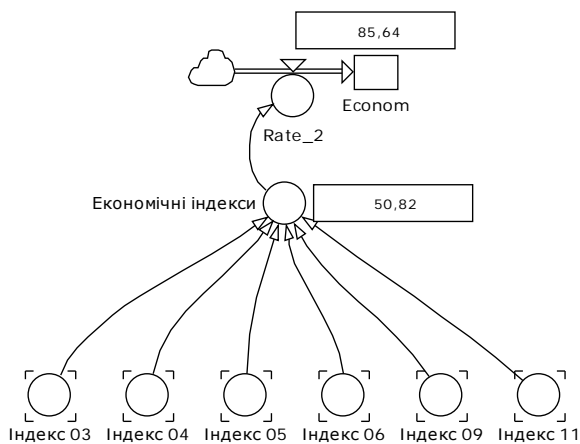
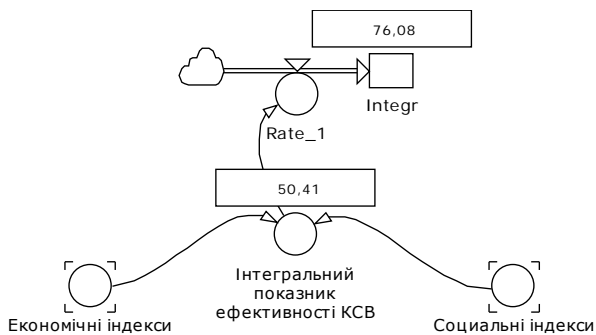


Рис. 4.25. Блок розрахунку інтегральних показників

Таблиця 4.22.

Статистичні дані для ініціалізації незалежних параметрів моделі

Інвестиції в основний капітал у фактичних цінах, млн грн		Кількість підприємств, одиниць		Середньооблікова чисельність працівників, тис. осіб	
2005	581,6	2005	383	2005	8,6
2006	966,9	2006	441	2006	7,7
2007	2408,4	2007	478	2007	8
2008	2046,4	2008	515	2008	9,1
2009	3303,6	2009	543	2009	10,2
2010	4236,2	2010	594	2010	10
2011	5128,2	2011	673	2011	10,2
2012	3040,4	2012	584	2012	9,3

Використання поданої статистичної інформації в ході статистичної обробки даних дозволило отримати залежності та регресійні рівняння.

У таблиці нижче наведені коефіцієнти регресійних рівнянь, значення яких включено до відповідних змінних системно-динамічної моделі, завдяки чому у наступних періодах моделювання обов'язково враховується динаміка з урахуванням функціональних статистичних залежностей попередніх історичних періодів.

Таблиця 4.23.

Розраховані значення коефіцієнтів рівнянь регресії

	Вимірювання	Коефіцієнт 1	Коефіцієнт 2
	1	2	3
01. Весь житловий фонд загальної площі, м ²	м ²	-191186158,52046900	112282,69484808
02. Кількість сімей та одиниць, які перебували на квартирному обліку на кінець року	одиниць	7928787,31836147	-3937,38441215
03. Кількість сімей та одиниць, які отримали житло протягом року	одиниць	222453,80634082	-110,73130779
04. Введення в експлуатацію житла	м ²	-535566213,88890900	271075,00000001

Продовження табл. 4.23.

05. Інвестиції в основний капітал у фактичних цінах	грн	-106589999999,97000000	532841666,66665100
06. Кількість підприємств	одиниць	-69737,75000000	35,03571429
07. Середньооблікова чисельність працівників	осіб	-575799,99999999	291,66666667

На основі розрахованих коефіцієнтів регресії були проініціалізовані незалежні змінні моделі відповідно до рівнів і темпів.

Таблиця 4.24.

Ініціалізація модельованих змінних

№ п/п	Ініціалізація рівнів: Коефіцієнт 1 + Коефіцієнт 2 початок модельованого періоду (2012)	Ініціалізація темпів: Коефіцієнт 2
1.	32817817,7	112282,6948
2.	73705,41612	-3937,384412
3.	1544,847292	-110,7313078
4.	5228411,111	271075
5.	-2880875000	532841666,7
6.	158,5	35,03571429
7.	6075	291,66666667

Це дозволило сформувати зведену таблицю незалежних змінних системно-динамічної моделі визначення інтегрального рівня показника корпоративної соціальної відповідальності.

Таблиця 4.25.

Значення незалежних змінних моделі

№	Позначення	Зміна	Назва/опис	Значення
1	2	3	4	5
Темпи				
1.	dJF	м ² /рік	01 1. Зміни житлового фонду	112282,6948
2.	dKO	одиниць /рік	02 2. Зміни кількості сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року	-3937,384412
3.	dOK	одиниць /рік	03 3. Зміни кількості сімей та однаків, які одержали житло протягом року	-110,7313078
4.	dNJ	м ² /рік	04 4. Зміни введеного в експлуатацію житла	271075

Продовження табл. 4.25.

5.	dIN	грн/рік	05_5. Зміни інвестицій в основний капітал у фактичних цінах	532841666,7
6.	dSP	одиниць /рік	06_6. Зміни кількості підприємств	35,03571429
7.	dCR	осіб/рік	07_7. Зміни середньооблікової чисельності працівників	291,6666667
Початкові значення рівнів				
8.	JF ₀	м ²	01. Весь житловий фонд загальної площі	32817817,7
9.	KO ₀	одиниць	02. Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року	73705,41612
10.	OK ₀	одиниць	03. Кількість сімей та однаків, які одержали житло протягом року	1544,847292
11.	NJ ₀	м ²	04. Введення в експлуатацію житла	5228411,111
12.	IN ₀	грн	05. Інвестиції в основний капітал у фактичних цінах	-2880875000
13.	SP ₀	одиниць	06. Кількість підприємств	158,5
14.	CR ₀	осіб	07. Середньооблікова чисельність працівників	6075
Керуючі змінні				
15.	UPR	логічна	Забезпечення державою необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій	

Таким чином, можна перейти до експериментальної частини роботи, в ході якої буде остаточно з'ясовано, які параметри впливають на зміну рівня КСВ, та на що будуть спрямовані заходи, які керуючі впливи будуть змінювати стан системи.

Відповідно до сформованої в термінах системно-динамічного підходу та запропонованої структури моделювання (рис. 4.22.) буде отримано чисельні результати моделювання, а саме динаміку зміни показників, що впливають на встановлення значень соціальних та економічних індексів, а також диференційні та інтеграційні значення зведених індексів, значення яких дозволить у подальшому визначити та оцінити можливості підвищення ефективності впровадження КСВ.

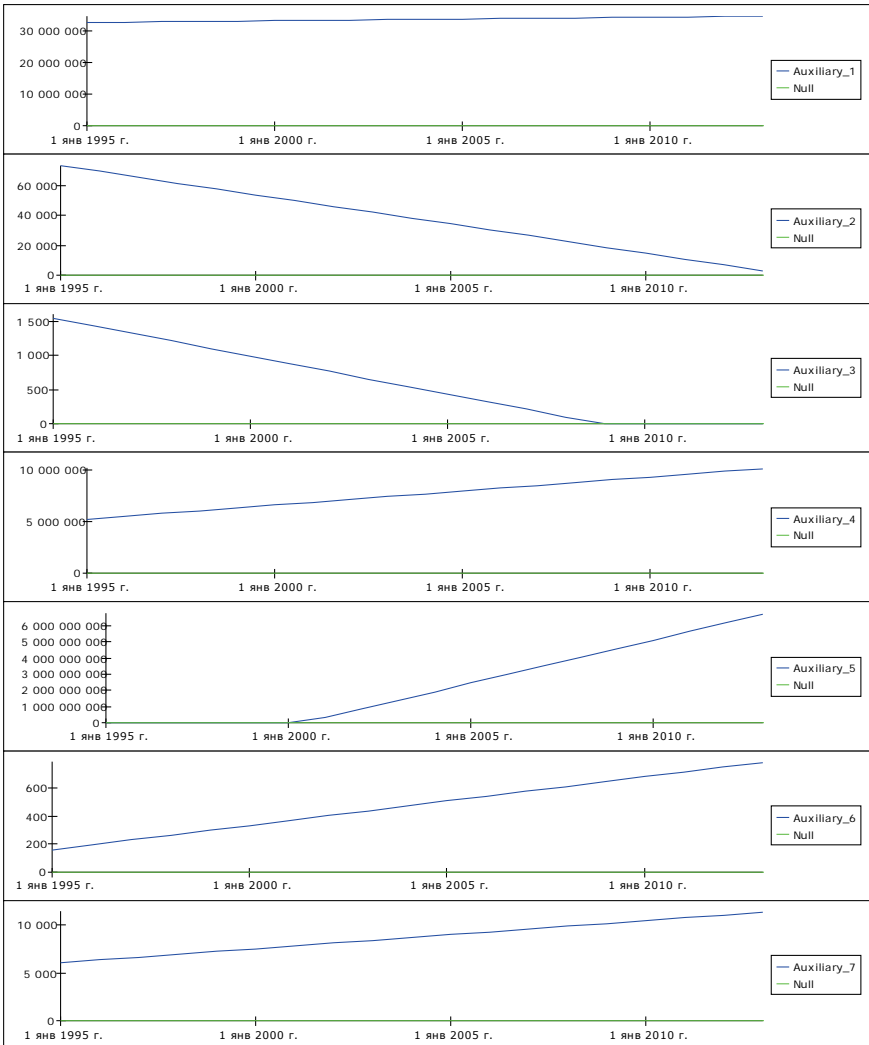


Рис. 4.26. Результати роботи системно-динамічної моделі оцінки рівня КСВ по змінних, що формують невід’ємні значення основних змінних

Формування межі невід'ємних значень відповідно функціональним регресійним залежностям, отриманим вище на основі статистичної інформації, обумовлено як обмеження значень основних показників тому, що динаміка цих параметрів, що перетне нульову межу, спричинить негативний вплив на узагальнюючі оцінки, а цього допустити не можна.

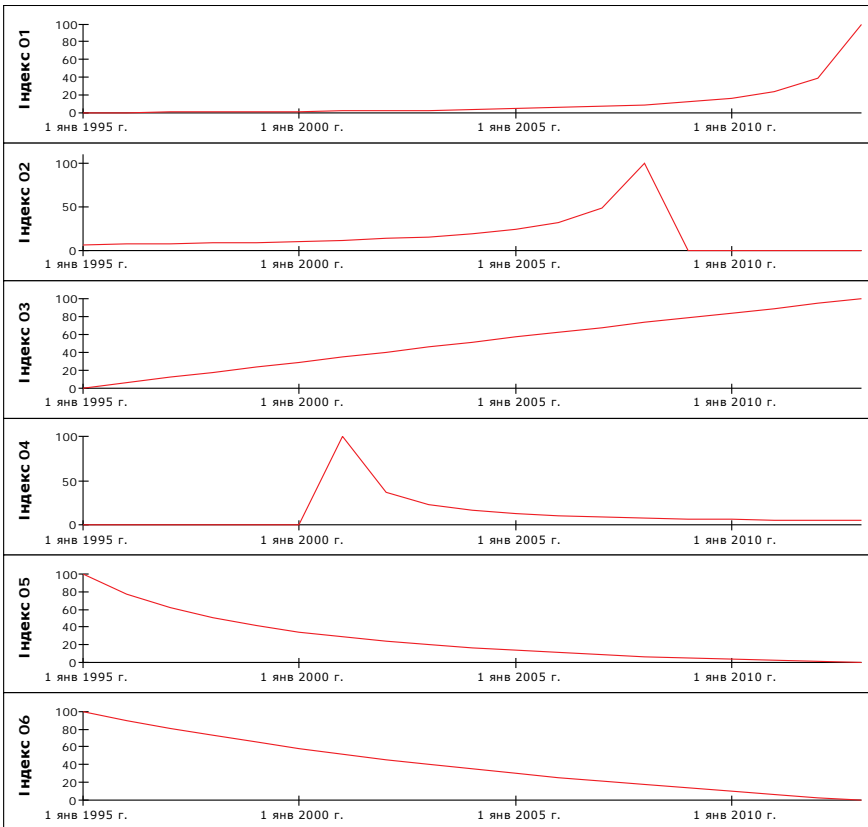


Рис. 4.27. Моделювання рівня соціальних індексів, що впливають на значення КСВ

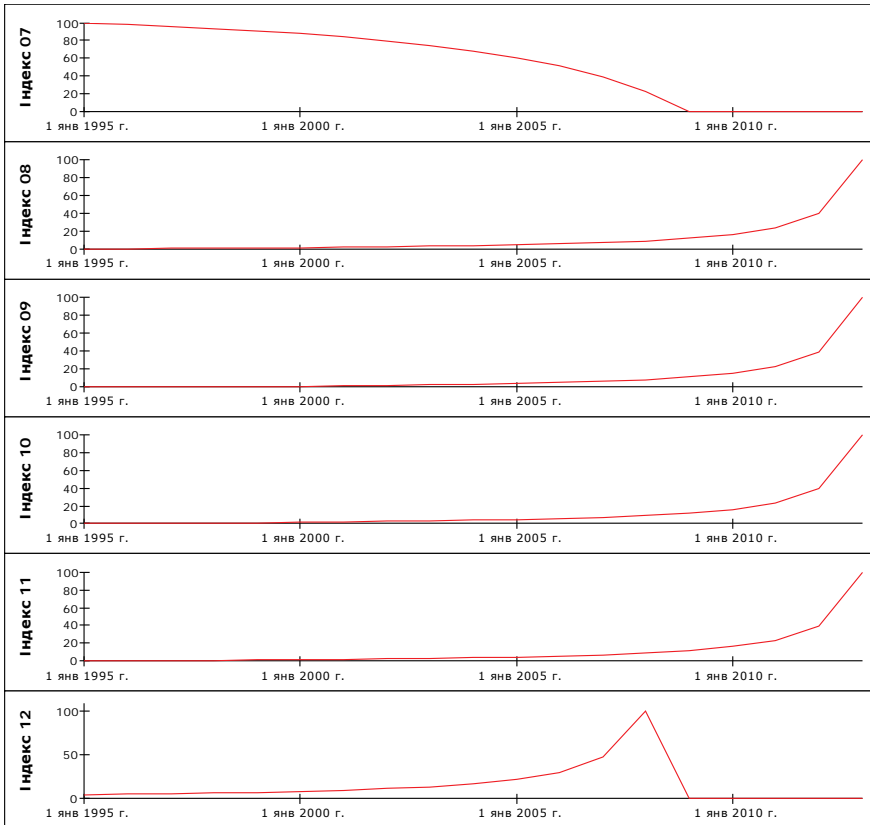


Рис. 4.28. Моделювання рівня економічних індексів, що впливають на значення КСВ

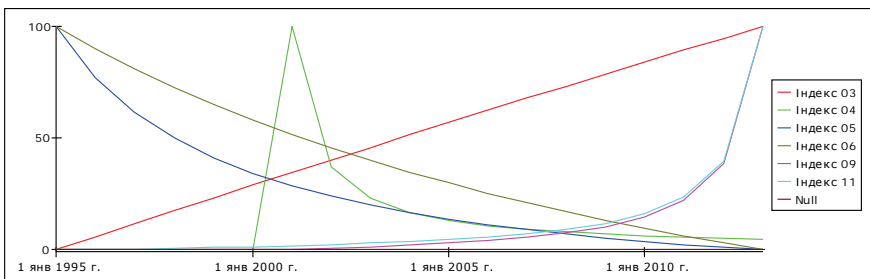


Рис. 4.29. Зведена система економічних індексів

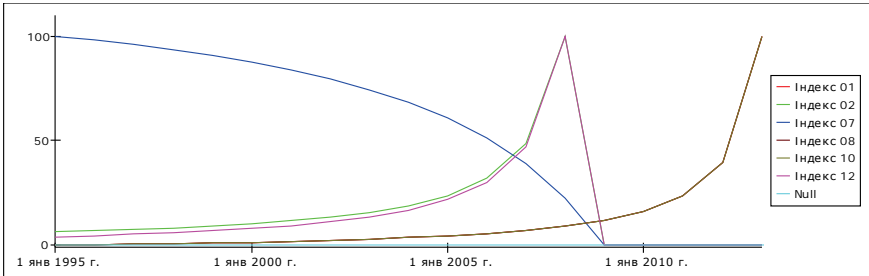
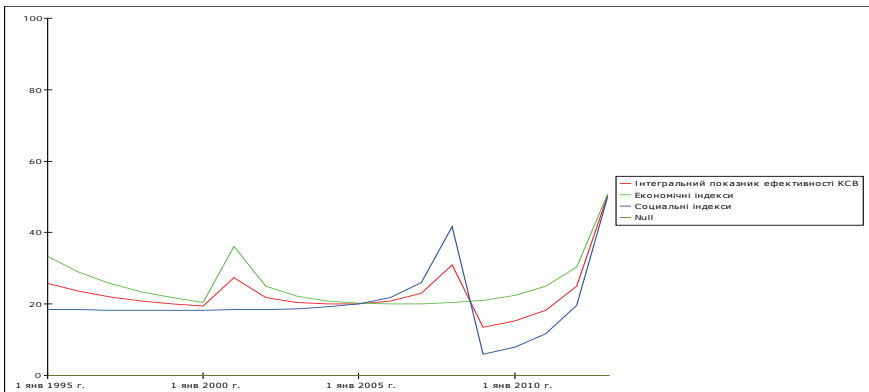


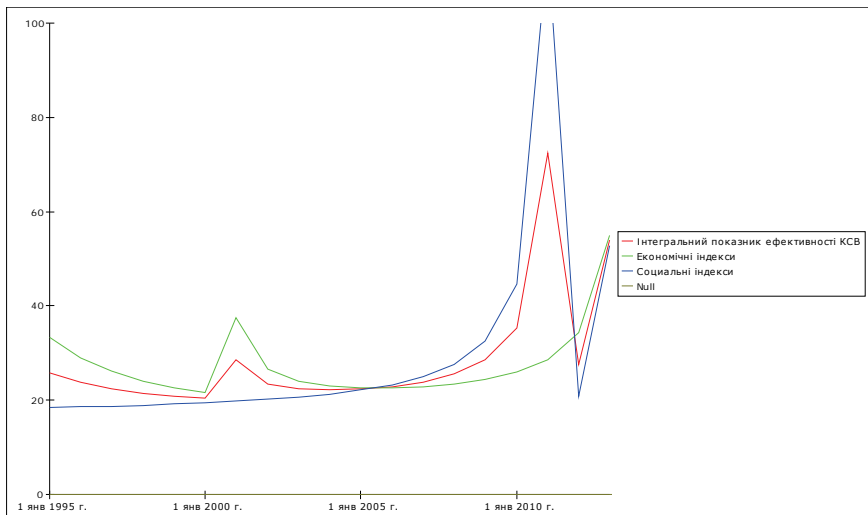
Рис. 4.30. Зведена система соціальних індексів

Програмою PowerSim 7.0 також передбачена можливість отримання модельних результатів для декількох умов розвитку подій. Тому відповідно до завдань роботи буде розглянуто два випадки (1 і 2), що визначені перемикачем та блоком, що наведений нижче (рис. 4.31), щоб можна було на основі отриманих відхилень результатів 1 та 2 сценарію запропонувати заходи, що сприятимуть значному покращенню загального рівня ефективності КСВ.



— Забезпечення державою необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій
 © Відсутність забезпечення державою необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій
 ○ Наявність забезпечення державою необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій

Рис. 4.31. Диференціальні криві: соціальний, економічний індекс та інтегральний показник ефективності КСВ за відсутності забезпечення державою необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій



Забезпечення державою необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій

Відсутність забезпечення державою необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій

Наявність забезпечення державою необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій

Рис. 4.32. Диференціальні криві: соціальний, економічний індекс та інтегральний показник ефективності КСВ за наявності забезпечення державою необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій

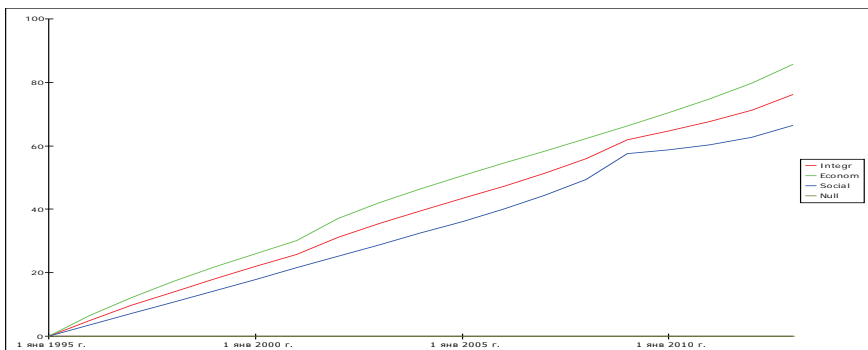


Рис. 4.33. Інтегральні (накопичені значення рівнів) криві: соціальний, економічний індекс та інтегральний показник ефективності КСВ за відсутності забезпечення державою необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій

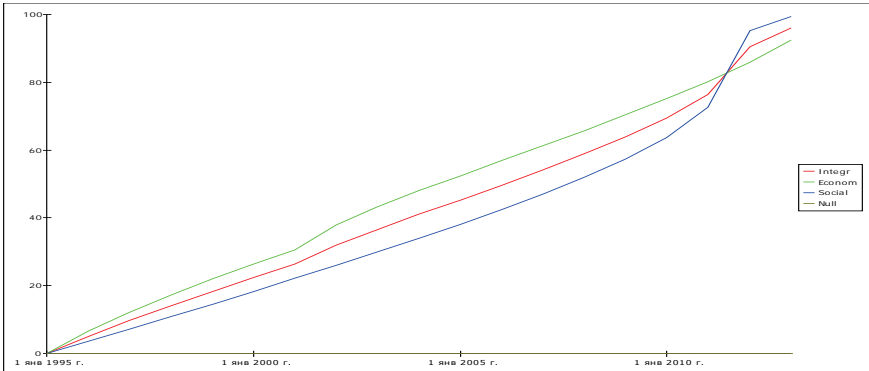


Рис. 4.34. Інтегральні криві: соціальний, економічний індекс та інтегральний показник ефективності КСВ за наявності забезпечення державою необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій

Таким чином, сценарний підхід дозволяє на основі експериментів з моделлю з'ясувати характер чутливості процесів управління КСВ при недостатньому держрегулюванні даних процесів і показує, в якому пропорційному співвідношенні змінюється рівень КСВ за умови реалізації державних заходів і рішень.

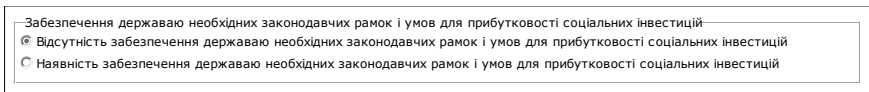


Рис. 4.35. Блок управління моделлю

Таблица 4.26.

Рекомендовані заходи

№ п/п	Рекомендовані заходи	%
1.	01_1. Зміни житлового фонду	+15%
2.	03_3. Зміни кількості сімей та однаків, які одержали житло протягом року	+15%
3.	04_4. Зміни введеного в експлуатацію житла	+25%
4.	06_6. Зміни кількості підприємств	+05%

Результат впливу перемикачів, тобто результат управління:

Таблиця 4.27.

Порівняння показників після впровадження рекомендованих заходів

	Вихідні, бали	Отримані, бали	Приріст, %
Інтегральний показник КСВ	76,08	95,89	26
Економічні індекси	85,64	92,49	8
Соціальні індекси	66,51	99,29	49

В процесі моделювання отримуємо показник, який характеризує ступінь зміни інтегрального, диференціального, відносного і базисного рівня сформованості системи.

В Україні довгий час під соціально відповідальними компаніями розумілися ті, які витрачали гроші на добродійність. Ця добродійність зазвичай залежала від особистих пристрастей бізнесменів і, щоб не привертати уваги перевіряючих органів, така діяльність бізнесом не афішувалася. Сьогодні ж добродійність – це тільки один з напрямів діяльності соціально відповідальної компанії.

Безперечно, що в Україні продовжується процес перетворень, направлений на створення відкритого демократичного суспільства і ринкової економіки, що передбачає значну трансформацію взаємин усередині тріади: влада, бізнес, суспільство. Дослідження показали, що в Україні в зростаючому ступені вирішення бізнес-проблем пов'язані з рішенням соціальних питань та існує чимало прикладів соціальної активності компаній, які служать як для досягнення комерційної мети, так і для задоволення суспільних потреб.

Період первинного накопичення капіталу пройшов. Ділове середовище приймає цивілізованіші форми, що означає зміну установок. Люди з великого і середнього бізнесу були згодні в тому, що приходить формування серйознішого образу ділової людини.

Проведені дослідження показують прямий зв'язок між якістю політики соціальної відповідальності компанії і поліпшенням її фінансових показників.

Основні вигоди, які отримують соціально відповідальні компанії. До таких вигод відносять:

- поліпшення фінансових показників;
- скорочення операційних витрат;

- поліпшення іміджу і репутації;
- підвищення продажу і лояльності споживачів;
- зниження плинності кадрів, підвищення лояльності персоналу, підвищення мотивації співробітників;
- скорочення тиску з боку контролюючих органів;
- доступ до капіталу.

Успішна і продумана політика соціальної відповідальності може істотно впливати на рівень продажу компаній і лояльність споживачів. Компанії, що мають продуману політику соціальної відповідальності, легше привертають професіоналів, знижують плинність кадрів, скорочують витрати на навчання працівників у зв'язку з низькою плинністю. Особливу роль репутація компанії грає саме при пошуку і залученні високопрофесійних кадрів, працівників вищої і середньої ланки, які оцінюють не тільки рівень оплати праці, кар'єрні перспективи, але і піклуються про власну репутацію, престиж.

У сфері управління персоналом впровадження гнучких графіків, програми з поліпшення життя співробітників, допомоги у вирішенні соціальних проблем співробітників знижують плинність кадрів, укріплюють командний дух, підвищують мотивацію працівників. Дотримання принципів соціально відповідальної компанії підвищує інвестиційну привабливість бізнесу. Невипадково індекс групової стійкості компанії Dow Jones включає п'ять показників. Крім інноваційності та ефективності технологій, високих стандартів корпоративного управління, стійкість тієї або іншої компанії вимірюється і за ступенем соціальної залученості.

Таким чином видно, що продумана політика соціальної відповідальності впливає практично на всі ключові показники успішності компаній. В українському бізнесі поки цей взаємозв'язок не такий очевидний, проте присутні стійкі тенденції, які вказують, що найближчим часом соціально відповідальні компанії отримають більше переваг на ринку, ніж компанії з традиційним підходом до взаємин із суспільством. Особливо це буде стосуватися висококонкурентного сектора споживчих товарів і послуг, а також неабиякою мірою компаній, що займаються природними ресурсами, де прихильність населення і влади територій гратиме важливу роль в отриманні контрактів на розробку родовищ.

Але це не означає, що великий бізнес повинен самоусунутися від проблем міста, в якому він працює. Бізнес, що ігнорує вимоги суспільства, – нестійкий і уразливий. Такі компанії на західних ринках аналітики відносять до групи тих, що знаходяться в зоні високого ризику.

В умовах сьогодення організації повинні приділяти увагу не тільки тому, що покращує роботу компанії в даний час, але і одночасно проектуванню свого майбутнього. Такий двоєдиний процес дозволяє компанії адаптуватися до змін зовнішнього середовища ще до розвитку кризи і забезпечувати безперервність її ефективного функціонування.

Головні риси цивілізованого підприємця – це усвідомлення творчої місії підприємництва, цивільних зобов'язань і соціальної відповідальності. В умовах вільного ринку прибуток – це нагорода, яку суспільство вручає тим, хто служить його інтересам. Такий образ мислення цивілізованого підприємця.

Соціальна відповідальність корпорацій багатогранна: відповідальність перед суспільством, споживачами, власним персоналом. Найважливішим показником соціальної відповідальності компанії перед суспільством виступає добровільне використання частини отриманого прибутку на суспільні потреби. На Заході добродійність, спонсорство, меценатство поширені дуже широко. Компанії тому охоче беруть участь в добродійній діяльності, що без цього сьогодні вже неможливо завоювати і зберегти добре ім'я на ринку.

Серйозною представляється проблема відповідальності корпорацій перед суспільством за збереження навколишнього природного середовища, нинішній стан якого вже став загрожувати виживанню людства. В даний час ставиться завдання консолідації корпоративних зусиль в руслі сучасної концепції стійкого розвитку суспільства, яке розглядається не як стан, а як збалансований за багатьма параметрами процес в рамках тріади "економіка – природа – суспільство".

В процесі переходу цивілізації до стійкого розвитку нинішнє переважання корпоративних інтересів все більшою мірою поступатиметься інтересам всього суспільства.

В основі всієї системи відносин "виробник – споживач" лежить соціальна відповідальність корпорацій перед споживачами. Сучасні

компанії зосереджують свої зусилля на менеджменті відносин із споживачами, які будуються на принципах "переверненої піраміди": керівництво виявляється внизу, а покупці вгорі, тим самим демонструються пріоритети і цілі компанії. В організації, орієнтованій на продаж, покупець вважається першою і головною особою.

Прояв соціальної відповідальності компаній перед своїм персоналом виражається в різних формах. Але якими б не були форми, суть їх одна – вони направлені на інтеграцію внутрішніх процесів організації для вирішення завдань, що стоять перед нею. Передові компанії прославляють роль рядового працівника. Він з пасивного найнятого робітника все більш перетворюється на особисто зацікавленого партнера, що бере активну участь у вирішенні проблем компанії. Пошана людської гідності, делегування функцій і відповідальності, збагачення функціонального змісту праці, підвищення якості трудового життя, формування робочих команд – все це направлено на вирішення проблеми внутрішньої інтеграції, яка визначає здібність організації до адаптації в умовах змінного зовнішнього середовища.

Більшість фахівців з проблем соціальної відповідальності корпорацій сходяться на тому, що корпоративне громадянство має принаймні чотири аспекти: економічний, правовий, етичний, філантропічний. Як приватний громадянин виконує свої громадянські обов'язки і несе за це відповідальність, так це в рівній мірі відноситься і до компанії як корпоративного громадянина. Отже, корпорації зобов'язані:

- бути прибутковими (нести економічну відповідальність);
- бути законотворчими (нести правову відповідальність);
- характеризуватися етичною поведінкою (нести етичну відповідальність);
- повертати частину заробленої додаткової вартості суспільству (нести відповідальність у вирішенні соціальних проблем).

Розглянута концепція соціальної відповідальності корпорацій дає бізнесу реалістичнішу основу для ухвалення рішень щодо соціальної відповідальності, зміщуючи центр від абстрактних розмов до конкретних дій. Але дана концепція не вказує шлях ефективного управління конфліктом в системі цінностей, не дає

відповіді на питання про те, як вирішувати спори, що представляють різні бачення світу. Це питання пов'язане з етикою бізнесу.

Очевидно, що для будь-якої бізнес-структури за визначенням єдиним значущим результатом є ефективність її бізнесу, тобто зрештою отриманий прибуток. У такій ситуації тема соціальної відповідальності має прикладний характер. Іншими словами, тільки у разі, коли соціальна відповідальність робить бізнес ефективнішим, бізнес буде соціально відповідальним.

Слід зазначити, що дуже часто великі компанії більше турбуються про прибутки, аніж про людський фактор. Громадськість не завжди встигне вчасно зреагувати на порушення домовленостей чи інвестиційних і соціальних обіцянок підприємця. Тут своє слово має сказати влада, якій належить бути арбітром і тримати руку на пульсі усіх коливань, що відбуваються у бізнес-середовищі. В іншому випадку, якщо держава активно втручатиметься у бізнесову діяльність, прийматиме антикризові заходи без обговорення та нав'язуватиме рішення згори, замість плекати їх знизу – отримаємо ситуацію, коли підприємці не матимуть іншого виходу, окрім закриття власної справи та звільнення працівників. Держава недоотримає надходження до бюджету та опиниться перед високим рівнем безробіття, а працівники і громадськість опиняться взагалі поза можливостями впливу на ситуацію та кардинальної її зміни. Подальший розвиток таких подій важко передбачити, бо він веде до девальвації довіри і бізнесу, і громади до влади, а це, у свою чергу, позбавляє владу упевненості у стабільності соціально-економічної ситуації.

Сучасні реалії свідчать, що перехід до ринкової економіки обов'язково повинен супроводжуватися розвитком соціального партнерства та суспільства, бізнесу та влади. У цьому напрямку зробили певні кроки, це посприяло розвитку бізнес-структур, було прикладено багато зусиль для формування і еволюції, створенню бізнес-еліти, що значно вплинуло на різні аспекти соціально-економічного, політико-правового і духовно-культурного життя суспільства.

Проте останнім часом ефективному соціальному партнерству громадянського суспільства, влади та бізнесу заважає низка факторів, явищ і чинників, які голосно заявляють про себе, особливо

зараз, в умовах економічної та фінансової кризи, яка в Україні посилюється ще і політичними конфліктами та відвертим протистоянням бізнес-інтересів.

Витрачаючи на соціальні і добродійні програми, корпорація, зменшуючи поточний прибуток, задає сприятливе соціальне середовище для стійкого прибутку в майбутньому.

Розвиток малого і середнього бізнесу стримує відсутність необхідних коштів. Більше половини коштів, які виділяються на розвиток малого бізнесу в Україні, витрачаються не за призначенням. В країні відсутня ефективна система кредитування підприємців. Банки, виходячи з інтересів власної вигоди, не зацікавлені у зниженні процентних ставок за користування кредитами. Нині підприємець, що планує розпочати власний бізнес, не має можливості отримати цільовий кредит. Ні державні, ні комерційні банки практично не надають кредит приватним особам, дрібним товаровиробникам, оскільки останні не можуть виплачувати високі проценти за кредит і не мають застави (до 200%), як цього вимагають банки.

Зіставляючи різні концептуальні позиції, можна зробити висновки про те, що всі вони правомірні і відображають різні аспекти складного процесу взаємозв'язку суспільства, держави, політики і бізнесу. Соціальна відповідальність в широкому розумінні виступає як певні очікування суспільства по відношенню до власників і менеджменту, виробничих структур, з одного боку, і усвідомлення ними свого боргу перед суспільством, колективом, індивідом за свої дії і їх соціальні наслідки, з іншого.

Актуальність проблеми участі громадськості в здійсненні державної регуляторної політики й створення ефективного механізму співпраці влади та бізнесу, насамперед, зумовлена унікальністю сучасного становища реалізації регуляторної політики та впровадження регуляторної реформи в Україні. У виробленні та реалізації державної політики головною ознакою останнього часу була незначна участь громадськості. Цьому сприяла причина небажання органів влади та місцевого самоврядування залучати населення до обговорення проектів рішень.

Вказана проблема може бути вирішена за допомогою постійного моніторингу регуляторної діяльності органів влади, аналізу та оцінки рівня виконання державної регуляторної політики органами державної влади та місцевого самоврядування, запровадження контролю за виконанням державної регуляторної політики, створення та правове закріплення, регламентація роботи органів влади з громадськістю, внесення відповідних змін до законодавства з метою законодавчого закріплення права громадськості ініціювати підготовку проекту нормативно-правового акта і обов'язку органу державної влади розглянути такий проект, забезпечивши його прийняття або надати обґрунтування неможливості його прийняття, визначення ключових проблем запровадження державної регуляторної політики, вирішення та подолання невідповідностей між законами та діяльністю органів державної влади та місцевого самоврядування.

Розвиток КСВ в Україні характеризується трьома етапами:

1. 1990-ті рр. – реструктуризація соціальної інфраструктури компаній в ході приватизації, відродження традицій дореволюційної добродійності і меценатства. Поява "дикої" добродійності стала першою стадією в розвитку соціальної відповідальності компаній в Україні. Одним із основних чинників для ухвалення рішень про надання допомоги був емоційний. Паралельно в країні процвітала "філантропія по-радянському", заснована на успадкованих радянських уявленнях про соціальну допомогу, яка працює за принципом "латання дірок" в державній соціальній системі, що майже не існує.

2. На початку XXI ст. принципи фінансування переформувалися: інвестиції переважно йдуть до цілеспрямованих програм, а не на разові допомоги фізичним особам, як це було прийнято декілька десятиків років тому.

3. Головним стимулом українських компаній сьогодні є суспільне визнання. Воно допомагає компаніям у закріпленні на внутрішньому та зовнішніх ринках. На даний момент в Україні йде процес інституціоналізації корпоративної філантропії, виділення корпоративних і приватних фондів, залучення некомерційних організацій до реалізації корпоративних програм.

Абсолютно очевидно, що КСВ в Україні знаходиться в початковій стадії свого розвитку. Тому за рідкісними винятками помітне нерозуміння чисто практичної цінності КСВ. За джерелами регулювання український варіант КСВ є сумішшю британської моделі (добровільна ініціація бізнесом) і континентальної схеми (бажання підприємств отримати від держави чіткі законодавчі рамки КСВ).

Оцінюючи поточну ситуацію в області КСВ в Україні, можна відзначити наступне:

- держава усвідомила себе як ідеальне уособлення соціальної та історичної місії свого народу;
- бізнес до кінця не усвідомив себе як носія позитивної соціальної місії;
- ділова еліта України не сформувалася як впливова суспільна сила;
- держава не створила умови, при яких ділові кола ініціювали б, формували та інтегрували в систему цивілізованих громадянських, суспільних, державних, економічних відносин, що зароджувалися, механізм здійснення взаємного правозобов'язання, громадянської відповідальності і соціального корпоративізму;
- демократія у формальному західному розумінні стійка та ефективна, коли зростає з масового благополуччя [3].

В даний час в Україні існує три погляди на реформу соціальної сфери:

1. Різде обмеження ролі держави без розвитку суспільного (некомерційного) сектора соціальних послуг:

- акцент на особисту відповідальність за добробут громадян, на відновлення ролі сім'ї як основи соціальної підтримки;
- перехід до адресної допомоги окремим категоріям мало-забезпечених громадян, тобто скорочення соціального захисту, допомоги громадянам, чиї доходи знаходяться нижчими за прожитковий мінімум;
- прискорення приватизації культурних і освітніх установ, інших об'єктів соціальної сфери;
- поступова відмова від загальнодержавних соціальних стандартів, перенесення відповідальності за соціальну сферу на регіональний і міський рівень.

2. Відновлення патерналізму держави в соціальній сфері до масштабу, властивого радянському періоду. Це популістський курс лівої опозиції. Для його дійсної реалізації потрібна націоналізація власності і відновлення соціальної інфраструктури підприємств.

3. Перерозподіл соціальної відповідальності між державою, суспільним некомерційним сектором і бізнесом:

- подальше розділення систем соціального забезпечення і соціального страхування, політика зростання доходів населення;

- перехід до адресної допомоги в індивідуальних важких життєвих ситуаціях;

- формування сектора соціальної економіки шляхом роздержавлення соціального обслуговування, розвитку малого бізнесу і добродійних організацій, перехід від нормативного регулювання в соціальній сфері до опори на соціальні ініціативи громадян;

- введення механізму соціального замовлення, перехід від безпосереднього розподілу бюджетних і позабюджетних коштів на соціальні потреби до соціального інвестування з широким залученням недержавних ресурсів;

- децентралізація при збереженні державних соціальних стандартів.

Саме цей курс відстоює громадськість. В даний час основними загальними завданнями для громадських і некомерційних організацій є налагодження соціального партнерства, введення механізмів взаємодії та ін. У комплексі це дозволить створити нову модель розподілу соціальної відповідальності між державою, суспільством, сім'єю і працедавцями [2].

Таким чином, КСВ сьогодні стає сучасним стилем ділової активності, який значно впливає на процес ухвалення управлінських рішень з урахуванням інтересів всіх зацікавлених сторін.

Це відбувається здебільшого через те, що в Україні основними рушійними силами процесів впровадження КСВ є поки що незначна кількість крупних компаній, створених в результаті процесу приватизації, або держава. Споживачі і громадяни через нерозвиненість сучасних громадянських організацій і традицій публічних дій не мають істотного впливу на бізнес.

Проте у міру розвитку ринку і дорослішання суспільства відбудуватиметься залучення місцевих співтовариств, споживачів та інших стейкхолдерів.

Аналіз останніх тенденцій участі українського будівельного сектору в житті суспільства демонструє перехід, що відбувається, від традиційної "хаотичної" добродійності до соціального інвестування.

В області соціального будівництва в Україні спостерігаються проблеми, пов'язані з інституційною недосконалістю: держава формує недостатньо ефективні правові і соціальні інститути, а бізнес-структури вимушені нейтралізувати "помилки" держави, здійснюючи значні соціальні інвестиції, і тим самим частково "заміщати" державу в соціальній сфері.

Таким чином, корпоративна відповідальність сьогодні стає сучасним стилем ділової активності, який робить значущий вплив на процес ухвалення управлінських рішень з урахуванням інтересів всіх зацікавлених сторін.

РОЗДІЛ 5. ВДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМ ІНВЕСТУВАННЯМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

5.1. Систематизація факторів впливу на активізацію соціального інвестування на підприємстві

Важливість і актуальність розвитку соціально-інвестиційного бізнесу в Україні зумовлені низкою обставин, головною з яких є підвищення значущості нематеріальних аспектів економічного зростання, пов'язаних з розвитком людського потенціалу та соціальної інфраструктури. Конкурентоспроможність фірм, що діють як на світовому ринку, так і в рамках національних економік на сьогодні в більшій мірі визначається факторами, що лежать в площині якості, а не ціни. Найбільш істотним з них є здатність до інновацій і сприйняття новітніх технологічних досягнень, в основі якої лежить людський, інтелектуальний, соціальний капітал, тобто якість робочої сили і мотивації працівників. Такі обставини задають економічні імперативи соціалізації бізнесу. Головною причиною підвищення уваги до розвитку соціальних функцій підприємств є перегляд традиційних поглядів на концепцію соціальної політики з позиції розширення кола її суб'єктів. Приблизно до 1970-х років бізнес брав переважно фінансову участь у вирішенні соціальних проблем, сплачуючи податки і сприяючи реалізації благодійних програм. Конкретні механізми задоволення соціальних потреб залишалися прерогативою держави та інститутів суспільства. В останні роки в найбільш розвинених країнах були вироблені досить високі стандарти соціальної захищеності населення, пов'язані з не менш високим рівнем державних соціальних витрат. Такі тенденції демографічного і соціально-економічного розвитку, як старіння населення, дестабілізація зайнятості (у зв'язку зі зростанням її гнучких і нестандартних форм і зменшенням частки стабільно зайнятих у державному і корпоративному секторах), падіння престижності кваліфікованої індустріальної праці, посилюють диференціацію умов та оплати праці різних категорій працівників, збільшують утриманські навантаження на найбільш активну частину населення, за-

гострюють соціальну складову економіки. Для підтримки сформованого рівня соціальних гарантій необхідне подальше зростання обсягу інвестицій, які вже не можна забезпечити тільки за рахунок коштів державного бюджету. Потрібна розробка принципово нових механізмів розвитку соціальної сфери.

Тому значний інтерес та практичну цінність становить систематизація сучасних тенденцій застосування соціальних інвестицій підприємницькими структурами в економіці України. В контексті визначення сучасних тенденцій застосування соціальних інвестицій підприємницькими структурами слід обґрунтувати сучасний стан ефективності залучення інвестицій через оцінку динаміки розвитку соціальної інфраструктури та визначити, наскільки є доцільними соціально орієнтовані програми та проекти, що впроваджують підприємства. Для цього доцільно обґрунтувати основні критерії оцінки соціальної інфраструктури, визначити, як вплинули реалізовані проекти та програми соціального інвестування на розвиток соціальної інфраструктури.

Більшість українських підприємств знають про концепцію соціального інвестування. Як показують результати дослідження асоціації благодійників України, поінформованість про концепцію соціального інвестування не залежить від розміру підприємств. Майже однакова кількість великих, середніх і малих підприємств відповіли позитивно на питання, чи чули вони про соціальну відповідальність бізнесу (відповідно 79,2%, 78,5% і 78,1%). Поінформованість підприємств про соціальну відповідальність бізнесу також не залежить від форми власності. З невеликою перевагою акціонерні підприємства (91,5%) випереджають по цьому показнику державні (88%), приватні з декількома власниками (78,5%) та приватні з одним власником (74,8%). Найменша поінформованість про соціальну відповідальність бізнесу характерна для підприємств транспорту та тих, що надають побутові і комунальні послуги – 52,9% і 57,5%. Загалом галузевий розріз підприємств, знайомих з концепцією соціального інвестування, представлено на рис. 5.1.

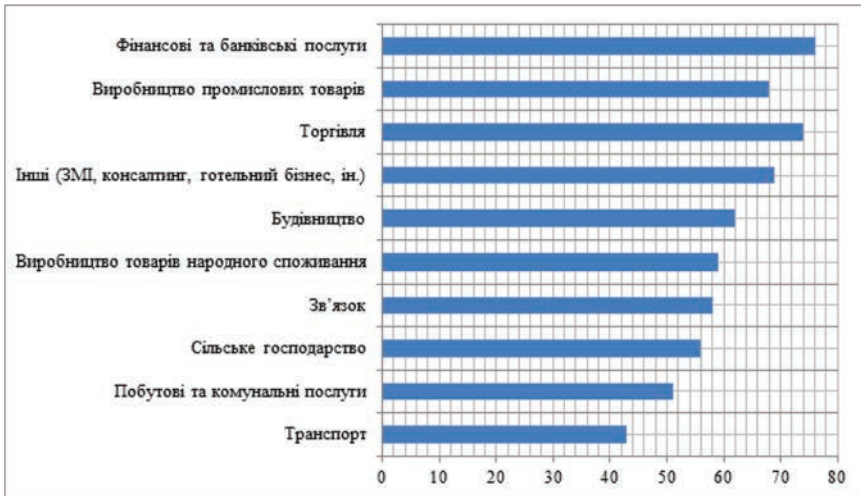


Рис. 5.1. Галузевий розріз підприємств, знайомих з концепцією соціального інвестування (% підприємств) [136].

Систематизація статистичних узагальнень центру перспективних соціальних досліджень Міністерства соціальної політики України та НАН України свідчить, що більшість українських підприємств під соціальним інвестуванням розуміють впровадження соціальних програм поліпшення умов праці персоналу (65,5%), розвиток персоналу і його навчання (63,2%), благодійну допомогу громадськості (56%), етичне ставлення до покупців (49,5%). Отримані дані не співпадають з існуючою думкою про те, що програми соціального інвестування асоціюються в суспільстві насамперед з доброчинністю. Зміщення акцентів у бік внутрішніх соціальних програм підприємств, спрямованих на працівників, можна віднести до специфіки розвитку програм соціального інвестування в Україні. Як форму соціальної відповідальності бізнесу її визнали 786 підприємств із 1221 опитаних. Одним з пояснень цього може служити сформована на даний момент в Україні висока залежність ефективності роботи підприємств від продуктивності праці працівників та їх лояльності до своїх підприємств. Незважаючи на наявність безробіття в Україні, у підприємств залишається гострою потреба в кваліфікованій і професійній робочій силі. Складові поняття соціально-інвестиційного бізнесу серед підприємств України представлено в таблиці 5.1.

Таблиця 5.1.

Складові поняття соціально-інвестиційного бізнесу серед підприємств України (% підприємств) [складено автором]

Способи залучення соціальних інвестицій	Відсотки
Впровадження соціальних програм поліпшення умов праці власного персоналу	65,5
Навчання/розвиток персоналу	63,2
Благодійна допомога	56,0
Застосування в політиці підприємств принципів етичного та відповідального ставлення до споживачів	49,5
Участь в регіональних програмах розвитку	32,3
Реалізація екологічних програм	29,8
Політика дотримання прав акціонерів або інвесторів	20,8
Відкрите подання інформації про діяльність підприємств	18,7

Третина опитаних підприємств відносять до соціального інвестування участь у регіональних програмах розвитку і здійснення екологічних проектів. Слід підкреслити, що близько однієї п'ятої опитаних підприємств розглядає відкрите надання інформації про діяльність підприємств як прояв соціальної відповідальності бізнесу. При чому такої позиції найбільше притримуються великі підприємства, серед них на цю форму вказали 21,8%. Проте це досить низький показник з огляду на те, що серед великих підприємств значну частку становлять відкриті акціонерні товариства, для яких розкриття інформації є законодавчо визначеною умовою (щорічна публікація звітів) і тому повинне бути нерозривно пов'язане з їх бізнес-практикою. Відповідальне ставлення до навколишнього середовища також не стало добре усвідомленою необхідністю в системі соціального інвестування підприємств. Менше третини підприємств (29,8%) назвали реалізацію екологічних проектів як форму соціального інвестування. Побічно це свідчить про те, що у своїй більшості підприємства не відчувають себе соціально відповідальними за вирішення екологічних проблем.

Значна кількість підприємств у Києві, Львові та Дніпропетровську розуміє соціальну відповідальність як поліпшення умов праці персоналу, впровадження для нього соціальних програм, розвиток працівників та застосування підприємством принципів етичного та відповідального ставлення до споживачів. Бізнес-структури у Києві продемонстрували більш високу поінформованість про можливі форми соціальної відповідальності, ніж підприємства інших регіонів. Однак у Дніпропетровську й області відзначається найвищий відсоток підприємств (28,8%), що відносять розкриття інформації до форм відповідальності бізнесу перед суспільством. У цьому ж регіоні відзначається найбільша кількість підприємств (38,9%), що вважають відповідальністю бізнесу участь у регіональних програмах розвитку. Крім того, можна зробити висновок про те, що в даному регіоні в середовищі підприємств поширене уявлення про важливе значення участі бізнесу в соціально-економічному благополуччі регіону. Немає значної розбіжності в уявленні про те, що є соціальною відповідальністю бізнесу та соціальним інвестуванням між підприємствами із різним типом власності. Складові поняття соціально-інвестиційного бізнесу серед підприємств за регіонами представлено в таблиці 5.2.

В той же час значно більша кількість державних підприємств вважає, що впровадження екологічних програм – це відповідальне ставлення бізнесу. Цей рівень – 78,2% – істотно відрізняється від показника 33,0% – частки підприємств, заснованих декількома власниками, 28,5% – акціонерних підприємств і 25,4% – частки підприємств з одним власником. Таку значну розбіжність можна пояснити тим, що турбота про навколишнє середовище в українському суспільстві лежить великою мірою на плечах держави [136].

Таблиця 5.2.

Складові поняття соціально-інвестиційного бізнесу серед підприємств України, розподіл за регіонами (% підприємств) [136].

Показник	Київ та Київська область	Львів та Львівська область	Дніпропетровськ та Дніпропетровська область	Донецьк та Донецька область	Одеса та Одеська область	Харків та Харківська область
Впровадження соціальних програм поліпшення умов праці для власного персоналу	71,5	66,0	63,0	49,4	64,6	66,5
Навчання/розвиток персоналу	76,3	62,8	63,4	40,6	49,1	54,9
Благодійна допомога	65,6	57,2	46,2	57,8	45,4	37,9
Застосування в політиці підприємств принципів етичного та відповідального ставлення до споживачів	60,6	47,8	44,3	25,4	46,6	49,1
Участь в регіональних програмах розвитку	36,4	20,2	38,9	29,4	21,8	33,6
Реалізація екологічних програм	32,3	36,8	43,2	16,6	17	25,0
Політика дотримання прав акціонерів або інвесторів	26,5	20,1	21,8	10,8	15,2	16,2
Відкрите подання інформації про діяльність підприємств	23,1	21,7	28,8	5,2	8,5	13,3

Таким чином з вище зазначеного можна зробити висновок, що застосування концепції соціального інвестування в Україні актуальне загалом для холдингових та корпоративних структур. Тому доцільно, використовуючи методичний підхід кластерного аналізу, систематизувати підходи підприємств України до концепції соціаль-

ного інвестування. Згідно поставленого наукового завдання було відібрано наступні характерні елементи, що відображають показники соціальних інвестицій підприємств України. По-перше, це запровадження системи екологічного менеджменту, інтегрованої у всі етапи діяльності підприємства, яка дозволяє ідентифікувати екологічні загрози, визначити екологічні вимоги, закріплені діючими нормативно-правовими актами, розробити власну екологічну політику та програму її впровадження. На нашу думку, в Україні однією з найбільш важливих проблем розвитку соціальної інфраструктури є складне становище в екологічній сфері. Найбільш забруднені регіони України представлено в табл. 5.3.

Таблиця 5.3.

Найбільш забруднені регіони України у 2013 році¹

Місто	Область, у якій розташоване місто	Індекс забруднення атмосфери	Рівень забруднення повітря
Ужгород	Закарпатська	14,4	дуже високий
Одеса	Одеська	14,3	дуже високий
Рівне	Рівненська	14,2	дуже високий
Запоріжжя	Запорізька	12,9	високий
Донецьк	Донецька	12,8	високий
Лисичанськ	Луганська	12,4	високий
Дніпродзержинськ	Дніпропетровська	12,1	високий
Дніпропетровськ	Дніпропетровська	11,4	високий
Луганськ	Луганська	10,3	високий
Луцьк	Волинська	8,6	високий
Ялта	АР Крим	7,8	високий
Київ	Київська	6,8	підвищений
Херсон	Херсонська	6,3	підвищений
Черкаси	Черкаська	5,9	підвищений
Львів	Львівська	5,6	підвищений

¹ Складено на основі: Центральної геофізичної обсерваторії (ЦГО) Міністерства з надзвичайних ситуацій. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <http://life.pravda.com.ua/society/2012/03/1/97087>.

Стабілізація екологічної ситуації має виступати початковим етапом екологічної відповідальності підприємства, складовими якого можуть бути: запровадження ціни екологоемності продукції з метою відрахування певного відсотку у галузеві фонди екологоемності для відшкодування збитків, заподіяних природі; контроль за дотриманням гранично допустимих концентрацій забруднених речовин; ведення моніторингу ефективності витрат на природоохоронні заходи.

Наступним показником, що відноситься саме до концепції соціального інвестування, є показник впровадження соціальних програм поліпшення умов праці власного персоналу. В Україні сформувалась поширена практика залучення внутрішніх соціальних інвестицій, про що свідчить рис. 5.2.



Рис. 5.2. Динаміка впровадження соціальних програм поліпшення умов праці власного персоналу за видами економічної діяльності, млн грн [153].

Для проведення кластерного аналізу підприємств, що практикують залучення соціальних інвестицій в своїй діяльності, було відібрано сорок найбільших підприємств України та проаналізовані наступні показники, які відображають задіяні технології соціального інвестування, що зображено в таблиці 5.4.

Таблиця 5.4.

Показники залучення соціальних інвестицій підприємствами
України (складено автором на основі: [136])

Підприємство	Середньорічний обсяг соціальних інвестицій, що припадає на одного працівника корпорації, грн	Частка соціальних інвестицій у сумарному обсязі продажів, %	Середньорічна участь в регіональних програмах, % від прибутку	Співвідношення частки соціальних інвестицій у прибутку корпорації, %	Частка соціальних інвестицій в сумарному обсязі прибутку до оподаткування, %
Adidas Україна	4543	3	4	1	3
AES Україна	5432	5	2	2	2
Auchan Україна	4241	2	4	3	1
Bayer Україна	1231	1	5	1	1
Billa-Україна	4213	2	3	4	2
Coal Energy	900	4	2	2	3
Comfy	1251	6	3	4	4
Ferrexpo	987	3	2	6	4
Fozzy Group	1315	4	1	7	2
Global Spirits	102	4	2	5	4
HeidelbergCement	543	5	4	1	3
Henkel Україна	424	6	2	2	4
IDS Group	643	7	3	3	3
ІТІ Україна	354	5	1	2	4
Кнауф Україна	332	3	1	2	2
Mars Україна	321	5	2	3	1
McDonald's Україна	367	3	4	6	6
METRO Cash & Carry	654	7	2	7	5
Nemiroff	1432	5	5	8	6
Nestle	1235	5	3	11	5
Procter & Gamble	643	4	2	7	2
Rompetrol Україна	132	3	3	8	1
ROSHEN	5435	8	5	9	5
StarLightMedia	1341	6	6	8	4
Kyivstar	6145	6	5	7	7
АВ Метал Груп	1032	4	7	3	6

АТБ-Маркет	7545	8	5	9	3
ДТЕК	6434	8	8	12	7
Епіцентр-К	5436	4	6	4	4
Євраз	6543	9	8	5	9
Запоріжсталь	5435	8	3	3	8
Індустріал груп	4352	6	3	3	6
Інком	3241	5	5	3	5
"Інтерпайп"	4323	9	9	9	6
ІСД	5677	7	6	6	4
МегаМаркет	1234	2	4	2	3
Мегаполіс (Україна)	324	2	0,5	3	2
Метінвест	1643	2	5	5	4
МТС-Україна	3345	3	3	2	9

Як видно з таблиці 5.4, характеристиками, за якими вони порівнюватимуться, стали наступні: середньорічний обсяг соціальних інвестицій, що припадає на одного працівника корпорації; частка соціальних інвестицій у сумарному обсязі продажів; середньорічна участь в регіональних програмах, що визначається як середньоарифметичне за аналізований період зазначених підприємств; співвідношення частки соціальних інвестицій у прибутку корпорації; частки соціальних інвестицій в сумарному обсязі прибутку до оподаткування.

За допомогою пакету програми "Statistics 7" було скомбіновано вхідні дані для рішення задачі кластерного аналізу, яка полягає в класифікаційній розбивці, що задовольняє критерій оптимальності. Згідно наукового завдання в якості цільової функції було вибрано правило "Single Linkage" (одиначного зв'язку), згідно якому на першому кроці об'єднуються два найбільш близьких об'єкта, тобто такі, що мають максимальну міру подібності. На наступному кроці до них приєднується об'єкт з максимальною мірою подібності з одним з об'єктів кластера, тобто для його включення в кластер потрібна максимальна схожість лише з одним членом кластера. Метод називають ще методом найближчого сусіда, оскільки відстань між двома кластерами визначається як відстань між двома найбільш близькими об'єктами в різних кластерах. В якості міри відстані було вибрано $1 - \text{Pearson } r$ (1 мінус коефіцієнт кореляції Пірсона), тому що представлені дані не можна представити як точки в k -мірному просторі. При вирішенні великої кількості

завдань з економіки або соціології об'єкти не можна представити як точки в k -мірному просторі. У цьому випадку доцільно в якості відстані використовувати $1 - \text{Pearson } r$ (1 мінус коефіцієнт кореляції Пірсона). Результати кластерного аналізу зведені до рис. 5.3.

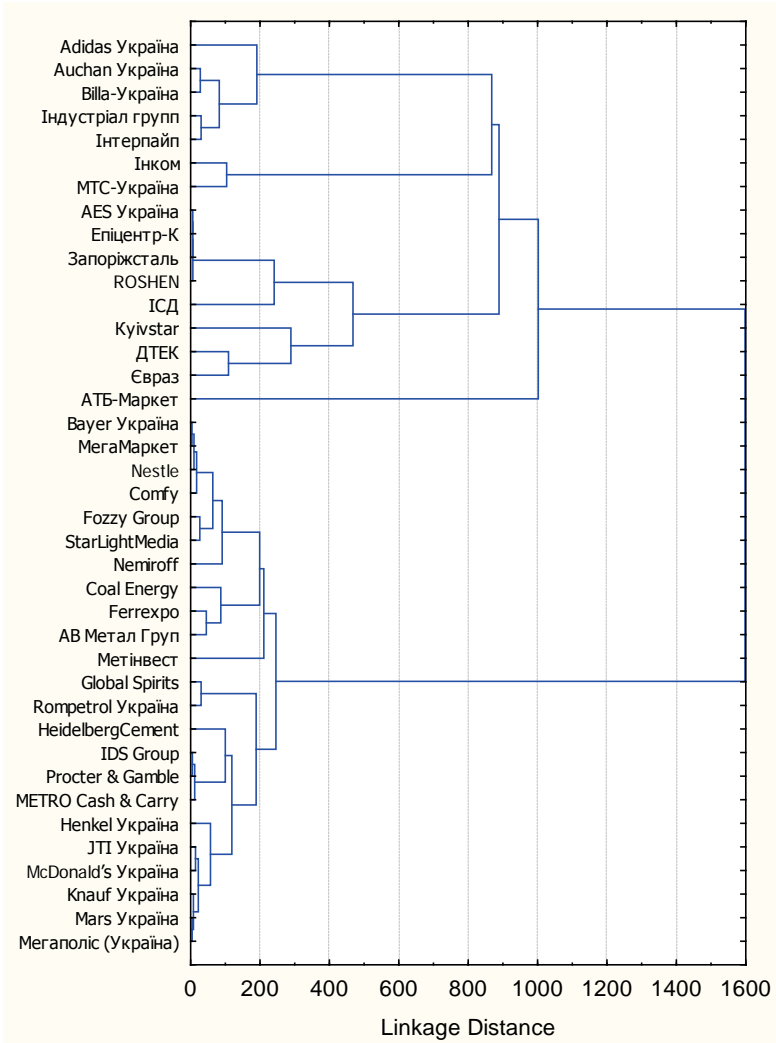


Рис. 5.3. Деревовидна дендограма кластеризації підприємств України за показниками соціального інвестування [складено автором]

Таким чином, за допомогою цього методу ми отримали ієрархічну структуру кластерів країн за зазначеними характеристиками, що дозволяє виділити однорідні утворення – "кластери". Як видно з рисунку 5.3, на дистанційному рівні від 400 до 600 можна виділити три кластерних утворення. В кластер №1 згрупувались 23 підприємства, що безперечно мають досить великі сегменти в національній економіці України (див. табл. 5.5).

Таблиця 5.5.

Значення показників першого кластеру підприємств, що реалізують проекти соціального інвестування в своїй діяльності [136]

Підприємство	Середньорічний обсяг соціальних інвестицій, що припадає на одного працівника корпорації, грн	Частка соціальних інвестицій у сумарному обсязі продажів, %	Середньорічна участь в регіональних програмах, %	Співвідношення частки соціальних інвестицій у прибутку корпорації, %	Частка соціальних інвестицій в сумарному обсязі прибутку до оподаткування
StarLightMedia	1341	6	6	8	4
Nemiroff	1432	5	5	8	6
Nestle	1235	5	3	11	5
Procter & Gamble	643	4	2	7	2
Romp petrol Україна	132	3	3	8	1
Global Spirits	102	4	2	5	4
HeidelbergCement	543	5	4	1	3
Henkel Україна	424	6	2	2	4
IDS Group	643	7	3	3	3
JTI Україна	354	5	1	2	4
Knauf Україна	332	3	1	2	2
Mars Україна	321	5	2	3	1
McDonald's Україна	367	3	4	6	6
METRO Cash & Carry	654	7	2	7	5
Coal Energy	900	4	2	2	3
Comfy	1251	6	3	4	4
Ferrexpo	987	3	2	6	4
Fozzy Group	1315	4	1	7	2
Мегаполіс (Україна)	324	2	0,5	3	2

Метінвест	1643	2	5	5	4
Вауер Україна	1231	1	5	1	1
АВ Метал Груп	1032	4	7	3	6
МегаМаркет	1234	2	4	2	3

Характерною рисою, що об'єднує підприємства, є наступні аспекти. По-перше, як видно з таблиці, більшість наведених підприємств мають значний відсоток зарубіжного капіталу. Тобто ці підприємства є холдинговими корпоративними за формою організації і діяльність на ринку України для цих підприємств є не єдиною. Вище перераховані підприємства у своїй більшості застосовують концепцію міжнародного маркетингу, тобто їх діяльність на території України зумовлена середньостроковою привабливістю та достатнім рівнем прибутковості. Ці підприємства не зацікавлені у розвитку соціального інвестування, а застосовують залучення соціальних проектів лише для підвищення іміджу та піару. Таке положення підтверджується низькими показниками порівняно з іншими кластерами за такими складовими, як: частка соціальних інвестицій в сумарному обсязі прибутку до оподаткування; середньорічний обсяг соціальних інвестицій, що припадає на одного працівника корпорації. Підприємства першого кластеру віддають перевагу інвестуванню в регіональні програми, що постійно висвітлюються в медіа та дозволяють підвищувати популярність серед контактних аудиторій цих підприємств.

В кластер №2 згрупувались 7 підприємств. Характерною рисою, що об'єднує зазначені підприємства, є середньорічний обсяг соціальних інвестицій, що припадає на одного працівника корпорації (див. табл. 5.6.).

Слід зазначити, що для цього кластеру характерне залучення саме зовнішніх інвестицій як пріоритетного напрямку розвитку в сфері соціально-інвестиційного бізнесу. Підприємства другого кластеру витрачають значні фінансові ресурси на побудову політики соціально-інвестиційного бізнесу порівняно з підприємствами першого кластеру, про що свідчить такий показник, як частка соціальних інвестицій у сумарному обсязі продажів. Проте за показниками внутрішніх соціальних інвестицій це кластерне утворення відстає від третього кластеру.

Таблиця 5.6.

Значення показників другого кластеру підприємств, що реалізують проекти соціального інвестування в своїй діяльності [136]

Підприємство	Середньорічний обсяг соціальних інвестицій, що припадає на одного працівника корпорації, грн	Частка соціальних інвестицій у сумарному обсязі продажів, %	Середньорічна участь в регіональних програмах, %	Співвідношення частки соціальних інвестицій у прибутку корпорації, %	Частка соціальних інвестицій в сумарному обсязі прибутку до оподаткування
Adidas Україна	4543	3	4	1	3
Auchan Україна	4241	2	4	3	1
Billa-Україна	4213	2	3	4	2
Індустріал груп	4352	6	3	3	6
"Інтерпайп"	4323	9	9	9	6
Інком	3241	5	5	3	5
МТС-Україна	3345	3	3	2	9

В кластер №3 згрупувались 10 підприємств. Аналізуючи значення показників третього кластеру підприємств, що реалізують проекти соціального інвестування в своїй діяльності, слід зазначити, що їх характерною рисою є по-перше, національна приналежність більшості підприємств в кластері. По-друге, порівняно з двома вище зазначеними кластерними утвореннями дуже високі показники середньорічного обсягу соціальних інвестицій, що припадає на одного працівника корпорації та співвідношення частки соціальних інвестицій у прибутку корпорації (див. табл. 5.7.).

Таблиця 5.7.

Значення показників третього кластеру підприємств, що реалізують проекти соціального інвестування в своїй діяльності [136]

Підприємство	Середньорічний обсяг соціальних інвестицій, що припадає на одного працівника корпорації, грн	Частка соціальних інвестицій у сумарному обсязі продажів, %	Середньорічна участь в регіональних програмах, %	Співвідношення частки соціальних інвестицій у прибутку корпорації, %	Частка соціальних інвестицій в сумарному обсязі прибутку до оподаткування
AES Україна	5432	5	2	2	2
ROSHEN	5435	8	5	9	5
Kyivstar	6145	6	5	7	7
АТБ-Маркет	7545	8	5	9	3
ДТЕК	6434	8	8	12	7
Епіцентр-К	5436	4	6	4	4
Євраз	6543	9	8	5	9
Запоріжсталь	5435	8	3	3	8
ІСД	5677	7	6	6	4

Визначення кластерів підприємств, що реалізують проекти соціального інвестування в своїй діяльності, надає переконливі результати, що характеризуються високою достовірністю та науковою новизною. Так, згідно результатів проведеного дослідження, для національної економіки України характерним є існування трьох кластерних утворень, що характеризуються наступними рисами. Підприємства, що належать до першого кластеру, не зацікавлені у розвитку соціального інвестування, а застосовують залучення соціальних проектів лише для підвищення іміджу та піару. Це підтверджується низькими показниками порівняно з іншими кластерами за такими складовими, як: частка соціальних інвестицій в сумарному обсязі прибутку до оподаткування; середньорічний обсяг соціальних інвестицій, що припадає на одного працівника

корпорації. Підприємства другого кластеру витрачають значні фінансові ресурси на побудову політики соціально-інвестиційного бізнесу порівняно з підприємствами першого кластеру, про що свідчить такий показник, як частка соціальних інвестицій у сумарному обсязі продажів. Проте за показниками внутрішніх соціальних інвестицій це кластерне утворення відстає від третього кластеру. В таких умовах доведено, що незважаючи на зростання показників корпоративної соціальної відповідальності та соціального інвестування в останні роки в Україні, на жаль підприємств, які насправді реалізують принципи соціальної відповідальності, не так багато як декларується офіційними джерелами. Підприємствами, що дійсно використовують концепцію соціального інвестування, можна назвати лише підприємства другого та третього кластеру. Ці підприємства загалом мають національний капітал і значно менші за обсягами прибутків, ніж транснаціональні корпорації, що конкурують з національними підприємствами. Тому пріоритетним є напрям формування механізмів дотримання таких форм соціально-інвестиційного бізнесу, що не просто дозволяють підприємствам максимізувати прибутки, а й розвивати соціально-економічну інфраструктуру економіки України.

5.2. Розробка методичних підходів до вдосконалення процесу управління соціальним інвестуванням на підприємстві

За попередні роки в країні склалася система соціальних гарантій, недостатня для надання необхідного набору соціальних послуг населенню, а існуючі в даний час механізми соціального захисту багато в чому неефективні. У цих умовах все більшого значення набуває навіть не розвиток соціальної відповідальності бізнесу (оскільки в Україні цей вид благодійності перетворився в піар-проекти, які висвітлюються в засобах масової інформації та віддалено нагадують благодійність), а більше – рекламні кампанії.

Проте концепція соціального інвестування на основі інвестицій, яка передбачає активну участь підприємства у задоволенні соціальних потреб не тільки трудових колективів, а й населення прилеглої

до підприємств території, є більш прозорою та ефективною формою взаємодії підприємств та суспільства. У розвинених країнах форми прояву соціальної відповідальності бізнесу різні. Так, перед державою підприємство зобов'язане своєчасно і у встановленому розмірі виплачувати всі види податків, дотримуватися антимонопольного законодавства, а також законодавства про захист прав споживачів та інших нормативних актів. У той же час соціально орієнтоване інвестування підприємця припускає прозорість та інформаційну відкритість бізнесу, чесне і поважне ставлення до ділових партнерів. Кардинальним індикатором соціального інвестування, на відміну від корпоративної соціальної відповідальності підприємців, виступає їх свідомо і цілеспрямована участь у вирішенні злободенних соціальних проблем, що стоять як перед працівниками підприємства, так і жителями територій у місцях їх розташування, перед державою і суспільством в цілому, що багато в чому реалізується за допомогою соціальних інвестицій. Проте в новітніх реаліях української економіки реалізація соціального інвестування залишається досить проблематичною у зв'язку з відсутністю єдиного уявлення про це питання і безсистемним підходом до соціального інвестування як необхідного для розвитку суспільства процесу, а також відсутністю загальноприйнятих стандартів публічної соціальної звітності підприємств.

В новітньому підприємницькому співтоваристві України відсутнє розуміння необхідності вкладення соціальних інвестицій як об'єктивної умови ефективного розвитку бізнесу, що дозволяє не тільки сприяти зростанню добробуту населення, а й підвищенню прибутковості виробництва за рахунок поліпшення іміджу підприємств та залучення потрібних фірмі працівників. В даний час в Україні головними реалізаторами концепції соціального інвестування виступають великі підприємства, але вони не мають регулярного характеру, а їх ефективність для самих інвесторів не завжди чітко визначена. У цьому зв'язку зростає актуальність розробки методичних підходів до вдосконалення процесу управління соціальним інвестуванням на підприємстві.

Аналізуючи сучасні тенденції застосування соціальних інвестицій підприємницькими структурами в економіку України, слід

значити відсутність одностайності в системах управління соціальним інвестуванням на підприємстві. Так, концепцію проектного управління соціальним інвестуванням на підприємстві можна представити у вигляді наступного алгоритму: на першому етапі проходить процес формування робочої групи з розробки стратегії соціального інвестування корпорації. Переважно така робоча група складається з топ-менеджерів підприємства, що представляють провідні підрозділи, і менеджерів, які будуть безпосередньо брати участь у реалізації проектів соціального інвестування. Це дозволяє залучити до процесу формування стратегії соціального інвестування співробітників, які володіють реальними повноваженнями для вирішення стратегічних питань. На другому етапі проходить діагностика соціального середовища корпорації. Проводиться діагностика корпоративної культури корпорації та виявлення функціональних областей, які потребують аналізу і поліпшення: менеджмент якості, відносини зі споживачами і персоналом, охорона навколишнього середовища, відносини з місцевими громадами. Залежно від потреб підприємств цільові групи дослідження можуть бути розширені. На наступному етапі проходить аналіз діючої стратегії корпорації. Виділення областей та обставин, коли заявлені місія і цілі підприємств не збігаються з реальною практикою. Далі формується стратегія соціального інвестування корпорації і складається фінальний звіт для власників і топ-менеджменту підприємств. Проектний підхід до управління соціальним інвестуванням на підприємстві представлено на рисунку 5.4.

Зазначений підхід до управління соціальним інвестуванням на підприємстві не бере до уваги складний і разом з тим винятково важливий механізм взаємодії зі стейкхолдерами. В стосунках з деякими зацікавленими групами для підприємств важливі короткострокові взаємодії, з іншими – тривалі. У більшості випадків найбільш важливими групами стейкхолдерів є співробітники (включаючи керівництво і менеджерів), споживачі, акціонери, постачальники, дистриб'ютори, фінансові організації, фінансові аналітики, ЗМІ, громадські організації. Емпіричним шляхом встановлено, що залучення нових споживачів коштує в п'ять-шість разів дорожче, ніж утримання існуючих. Отже, управління соціальним інвесту-

ванням на підприємстві, яке враховує аспекти, що цікавлять не тільки споживача, забезпечує довготривалий прибутковий бізнес. Лояльні контактні аудиторії сприяють успіху підприємств. Особливий інтерес до проблем, пов'язаних з репутацією, проявляють фінансові структури, підприємства, що працюють у сфері послуг, і великі фінансово-промислові групи.

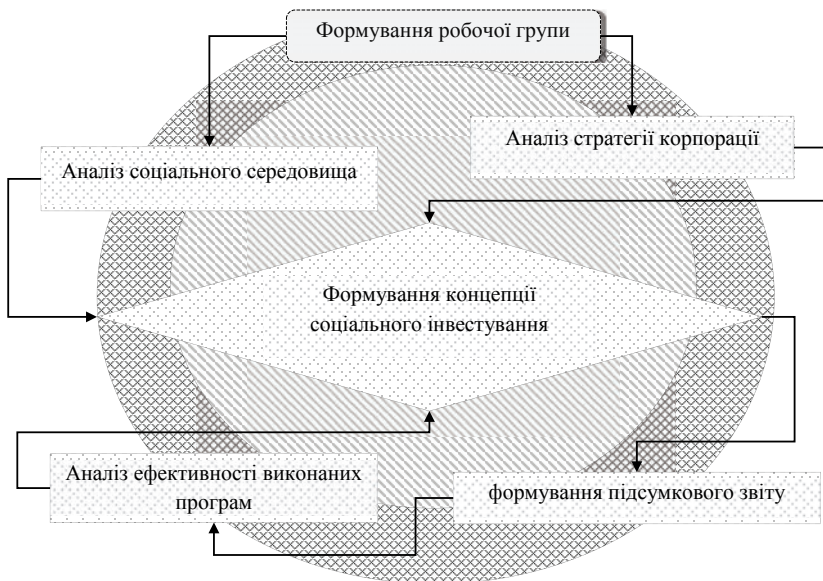


Рис. 5.4. Проектний підхід до управління соціальним інвестуванням на підприємстві

Щоб зрозуміти, чому індекс репутації організації високий або низький, треба розглянути взаємовідносини організації з усіма зацікавленими групами, виявити їх інтереси і очікування стосовно до підприємства. Але щоб змінити ситуацію, тільки вимірювати і спостерігати недостатньо – необхідно діяти відповідно до отриманих в ході дослідження результатів. В рамках ефективного залучення соціальних інвестицій важливо зрозуміти, як різні зацікавлені групи взаємодіють між собою, встановити зв'язок між тим, як

вибір ключових зацікавлених груп, з якими підприємству важливо розвивати стосунки (службовці, підрозділи, споживачі), призводить до створення додаткових конкурентних переваг. Однією з важливих властивостей стейкхолдерів є те, що взаємодіючи з численними групами та індивідами, організація отримує стійкі конкурентні переваги, що забезпечує їй довгострокову конкурентоспроможність і рівень прибутку вище за середній. Систематизація інтересів стейкхолдерів в контексті формування соціального інвестування на підприємстві представлена в таблиці 5.8.

Таблиця 5.8.

Систематизація інтересів стейкхолдерів в контексті формування соціального інвестування на підприємстві (складено на основі [136])

Категорії стейкхолдерів	Економічні аспекти	Екологічні аспекти	Соціальні аспекти
Акціонери і власники	Фінансові результати	Контроль ризику, попередження і прозорість	Пов'язаний з іміджем контролю ризику, попередження і кризовий менеджмент
Публічна влада	Вклад в національний і місцевий добробут	Дотримання регламентів	Дотримання трудового законодавства
Фінансові установи/банки	Економічна стійкість, вимоги до оборотного капіталу	Контроль екологічних ризиків і їх фінансової дії	Очікування відносно зміни категорій потреб, щоб обмежити витрати
Страхові компанії	Компенсація витрат	Контроль ризику	Професійне інвестування
Службовці і профспілки	Соціальна справедливість і винагорода за працю	Захист середовища на робочому місці	Мотивація, внутрішні консультації, навчання, працевлаштування

Клієнти	Гарантії, якість	Споживання ресурсів	Етика, справедлива торгівля
Постачальники	Довгострокові партнерські стосунки	Формалізація технічних специфікацій	Формалізація етичних вимог
Субпідрядники	Справедлива винагорода, інформація відносно перспектив розвитку і тривалості співпраці	Ясне визначення екологічних характеристик відносно продуктів і процесів	Формалізація вимог відносно умов виробництва, приймання і методів аудиту
Дистриб'ютори	Конкуренція і контроль маржі, тобто різниці між покупною і продажною ціною	Скорочення відходів упаковки при транспортуванні, облік екологічних аспектів	Розробка етично прийнятних продуктів
Споживачі	Справедлива ціна	Захист довкілля та інформація	Відповідність трудовому законодавству
Конкуренти	Досягнення (Benchmarks)	Відповідність екологічним нормам	Відповідність законодавству про конкуренцію, етику, відсутність соціального демпінгу
Місцеві і регіональні громади	Стійкість підприємства	Інформація і прозорість, скорочення неприємностей	Місцеві очікування, участь у вирішенні питань в області зайнятості
Неурядові організації	Прозорість (транспарентність)	Зобов'язання по захисту довкілля	Дотримання прав людини і міжнародних угод

Іншим аспектом залучення соціальних інвестицій є впровадження мотиваційного менеджменту в управлінні людськими ресурсами, що є найбільш ефективним використанням вмінь працівників відповідно до цілей підприємства і суспільства. Мотиваційний менеджмент – це управління, побудоване на пріоритетах мотивації ділової поведінки, тобто на створенні умов зацікавленості в результаті і прагнення до його досягнення.

На відміну від концепції корпоративної соціальної відповідальності, де поліпшення умов праці персоналу не контролюється показниками підвищення його продуктивності, в рамках авторської концепції залучення соціальних інвестицій менеджера доводиться розробляти мотивацію окремих колективів, груп. Схему проведення аналізу стану мотивації працівників представлено на рисунку 5.5.

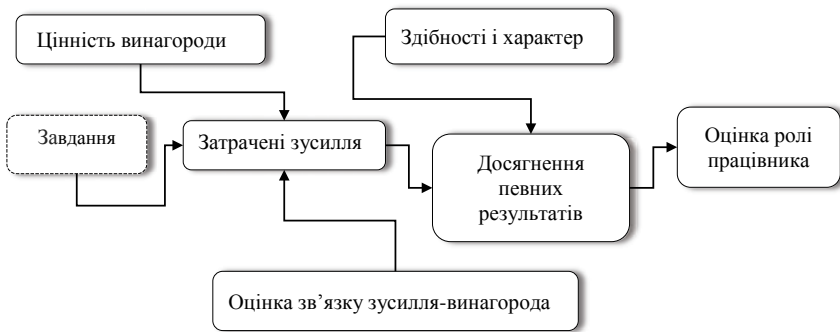


Рис. 5.5. Схематична модель комплексної системи мотивації
(складено автором на основі [137])

Управління людськими ресурсами підприємства включає у себе комплекс взаємопов'язаних видів діяльності: визначення потреби у працівниках, базуючись на стратегії діяльності фірми; аналіз ринку праці та управління зайнятістю; відбір і адаптація персоналу; забезпечення оптимальних умов праці; організація промислових процесів, аналіз витрат і результатів праці; розроблення систем мотивації ефективної діяльності; обґрунтування структури доходів, проектування системи оплати праці; профілактика і ліквідація конфліктів.

Існують різні фактори, які чинять вплив на людей у рамках залучення внутрішніх соціальних інвестицій. Перш за все, це – ієрархічна структура організації, де основний засіб впливу – відносини влади і підлеглих, тиск на людину "зверху" з допомогою змушення і розподілення матеріальних благ. Для ефективної мотивації необхідно сформулювати модель основного процесу мотивації: потреба – ціль – дії і вплив досвіду та очікувань. Далі уважно виявити фактори, які впливають на мотивацію – набір потреб, які ініціюють рух до цілей. Процес мотивації має такий ланцюг: незадоволена потреба – встановлена ціль – організовані дії – досягнення цілі. Мотивація працівників здійснюється в рамках залучення внутрішніх соціальних інвестицій відповідно до потреби організацій і їх працівників залежно від стану навколишнього середовища, в якому діє підприємство, і крім того, відповідно до індивідуальних потреб, які відрізняються у різних людей. Існують три підходи до вибору мотиваційної стратегії: стимул і покарання (люди працюють за винагороду); мотивація через працю (більш цікава і різноманітна праця виконується більш якісно і з великим задоволенням); систематичний зв'язок з менеджером (мотиваційна стратегія базується на аналізі ситуації і використовуваному стилі взаємодії з іншими людьми). Виділяють такі мотиваційні методи:

- використання грошей як нагороди і стимулу;
- мотивація через саму працю;
- нагорода і визнання досягнень;
- участь у керуванні;
- заохочення і нагорода групової праці;
- спілкування і розвиток працівників;
- лімітування обмежених факторів.

Наступним аспектом, що не враховується в новітніх концепціях управління корпоративною соціальною відповідальністю та соціального інвестування, є інтенсифікація процесу інформатизації. Інформація як предмет праці у діяльності підприємницьких структур та виробничих відносин на сьогодні не є прерогативою спеціалізованих інформаційних агентств, вона стає загальним предметом праці. Витрати на підготовку супровідної інформації на виробі сумірні з витратами на випуск самих виробів. Інформаційні

технології як методи і підходи до обробки, передачі, накопичення та інтерпретації інформації є очевидним засобом праці. Причому засобом праці, що проявляється не тільки в процесах формування інформаційних продуктів, але і в процесах виробництва видів продукції. Важко назвати на сьогоднішній день область виробничої діяльності, для якої не було б запропоновано інформаційних технологій для підвищення результативності та (або) ефективності трудового процесу.

Економічна сутність інформації не обмежена формальною відповідністю економічним категоріям. Так можна розуміти і взаємозв'язок категорій в рамках виробничих і ринкових відносин. Зокрема, інформаційні технології є не тільки засобом праці, але й продуктом в товарообміні. Наприклад, існуючий ринок програмного комп'ютерного забезпечення (матеріалізованої форми інформаційних технологій) являє собою не що інше, як ринок засобів праці. А первинні відомості, дані і знання, які беруть участь як предмет праці у виробництві інформаційного продукту, утворюють ринок первинної інформації, представлений базами даних, статистикою та іншими первинними джерелами. Вище зазначене підкреслює, що новітні системи управління корпоративною соціальною відповідальністю та залучення соціальних інвестицій акцентують увагу на реалізації проектів, націлених на задоволення матеріальних потреб споживачів. Проте в умовах інтенсифікації інформатизаційних процесів залучення інвестицій в інформаційну сферу є дієвим інструментом вирішення проблем соціальної сфери. На сьогодні соціальна сфера, трансформуючись, зачіпає інформаційні потреби суспільства. Загалом економічний зміст інформації у діяльності підприємницьких структур представлено на рисунку 5.6.

Як видно з рисунку 5.6, унікальність інформації як об'єкта виробничих відносин полягає в циклічності її перетворення, внутрішнього логічного взаємозв'язку, змісту і об'єктивного вираження. Перетворюючи первинну інформацію (предмет праці), ми втілюємо її в продукт, який стає інструментом (засіб праці), що дає нову первинну інформацію.

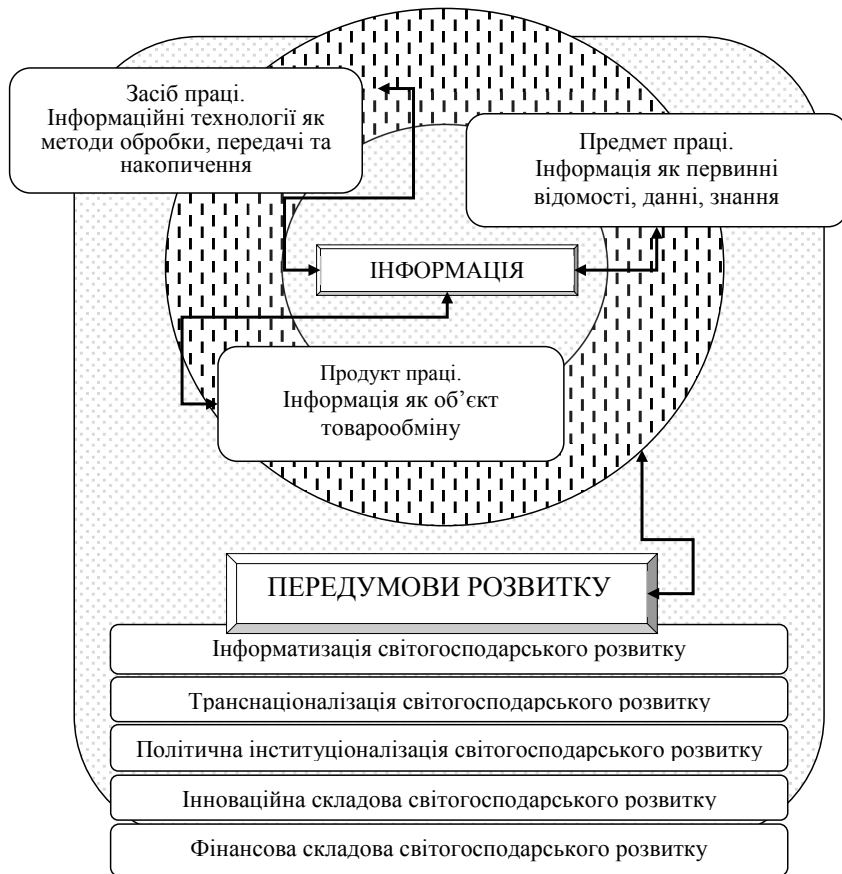


Рис. 5.6. Економічний зміст інформації у діяльності підприємницьких структур [136]

Таким чином в сучасних умовах звичайні соціальні проекти, що реалізуються в рамках концепції соціального інвестування та корпоративної соціальної відповідальності, не достатньо ефективні. На нашу думку, для успішної реалізації концепції соціального інвестування слід акцентувати увагу на вище зазначених аспектах, які мають вирішальне значення в сучасних умовах трансформації соціальних потреб суспільства.

Систематизація факторів впливу на активізацію соціального інвестування на підприємстві свідчить, що реалізуючи інвестиції в соціальну сферу, які базуються на інформаційних технологіях та увазі до роботи зі стейкхолдерами, є більш успішними. Найбільш відчутним ефектом впровадження соціального інвестування на цих підприємствах є зростання нематеріальних активів, посилення репутації і бренду. Непрямим доказом позитивного впливу соціального інвестування на ефективність бізнесу є також той факт, що більшість найбільших світових корпорацій одночасно займають лідируючі позиції в області соціального інвестування. Незважаючи на те, що простежити пряму залежність між соціальним інвестуванням і фінансовими показниками досить складно, доведено вплив інвестицій у соціальну інфраструктуру на фінансову ефективність підприємств національної економіки. Одночасно з цим експерти дійшли висновків, що корпоративна безвідповідальність з високою вірогідністю може завдати збитку економічній результативності.

До того ж статистичні узагальнення центру стратегічних досліджень свідчать, що одне із питань, яке ми ставили менеджерам, було пов'язане зі стимулами, які б могли сприяти діяльності з виконання програм соціально-інвестиційного бізнесу. 74,1% фірм вказали на необхідність пільгового оподаткування як головного заходу щодо сприяння впровадженню соціально-інвестиційних заходів. Другим важливим стимулом запропоновано зменшення адміністративного тиску з боку органів влади (51,4%). Такий високий рівень показника свідчить, що регуляторний та адміністративний тиск заважає не тільки успіхам в бізнесі, але й у проведенні діяльності з соціально-інвестиційного бізнесу. В той же час фактор, пов'язаний із пропозиціями від місцевої влади щодо програм соціально-інвестиційного бізнесу, відмітили як стимул 22% фірм. Інші 15% фірм відчувають потребу у наявності банку соціальних програм у регіоні. Останнє свідчить про великий потенціал щодо покращення співробітництва між бізнесом та місцевою владою для проведення регіональних та місцевих програм з соціально-інвестиційного бізнесу, в чому змогли б знайти себе установи, що мають підтримувати програми соціально-інвестиційного бізнесу (див. рис. 5.7).

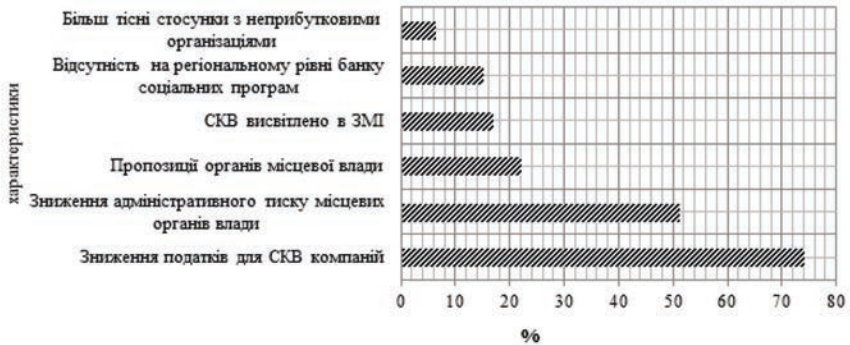


Рис. 5.7. Потенційні стимули для програм з соціально-інвестиційного бізнесу (% підприємств)

Одночасно, на нашу думку, на відміну від корпоративної благодійності, соціальне інвестування допомагає активізувати наступні аспекти позитивного впливу на зростання ефективності бізнесу: репутаційний ефект поліпшення корпоративного іміджу є найбільш очевидним результатом діяльності підприємств в області соціального інвестування. Це сприяє зростанню нематеріальних активів соціально-інвестиційних підприємств, підвищує цінність їх бренду і формує кредит довіри, що кінець кінцем робить позитивний вплив на рівень продажів, якість взаємодії з діловими партнерами і представниками інших зацікавлених сторін. Вибудовування стосунків із зацікавленими сторонами, побудова діалогу допомагає підприємством прояснити для себе, в чому конкретно, на думку зацікавлених сторін, повинна виражатися їх соціальна відповідальність, і по можливості інтегрувати ці очікування у свою діяльність. В результаті підприємства формують навколо себе позитивне середовище, що сприяє ефективності її бізнесу за рахунок розуміння і підтримки з боку широкого кола зацікавлених сторін. Існуючі концепції управління соціальним інвестуванням, що розглядають цей процес як складову корпоративної соціальної відповідальності, мають значні недоліки. На нашу думку, управління соціальним інвестуванням повинно базуватись на концепції стратегічного планування та позиціюватись як окремий функціональний елемент. Таким чином формування системи управління соціальним інвесту-

ванням повинно проходити наступні етапи. На першому етапі розробки стратегії підприємства здійснюють аналіз середовища, прогнозують його майбутній розвиток, виявляють можливості і загрози, сильні і слабкі сторони, оцінюють конкурентоспроможність і прогнозують її зміни. На другому етапі або паралельно (на новоствореному підприємстві – на першому) визначають місію, мету і цілі підприємства. На третьому етапі здійснюють стратегічний аналіз, який полягає в порівнянні мети і цілей з результатами аналізу середовища, виявленні і усуненні розривів між ними і, головне, у виробленні альтернативних стратегій – варіантів стратегічного розвитку. На четвертому етапі моделюються варіативні сценарії розвитку подій (оптимістичний, песимістичний та найбільш вірогідний) і досліджується вплив кожного на сформульовані альтернативні стратегії. Визначається конкурентоспроможність підприємства у разі реалізації тієї чи іншої стратегії за певним сценарієм. На п'ятому етапі здійснюється вибір найбільш прийнятної стратегії з альтернативних. На шостому – готується кінцевий варіант стратегічного плану підприємства. На сьомому етапі на базі стратегічного плану розробляються тактичні середньострокові плани. Нарешті, на восьмому етапі розробляються оперативні плани та проекти, і на цьому процес стратегічного планування завершується. Розпочинається процес реалізації стратегічного плану, тобто процес стратегічного управління. Концептуальна схема управління соціальним інвестуванням в системі стратегічного управління на підприємстві представлена на рисунку 5.8.

Як видно з рисунку, концептуальна схема управління соціальним інвестуванням в системі стратегічного управління на підприємстві передбачає не лише організацію реалізації стратегії (9-й етап), але і її практичну оцінку, контроль за виконанням (10-й етап) і зворотний зв'язок, якщо виявляються помилки, недоробки у формуванні стратегічного плану на будь-якому із етапів. Інколи такий зворотний зв'язок передбачає часткові зміни місії і цілей, якщо вони виявилися до певної міри нереальними. До речі, зворотний зв'язок можливий на будь-якому з етапів формування стратегії. Все це свідчить про те, що і формування, і реалізація стратегії становлять єдиний процес.

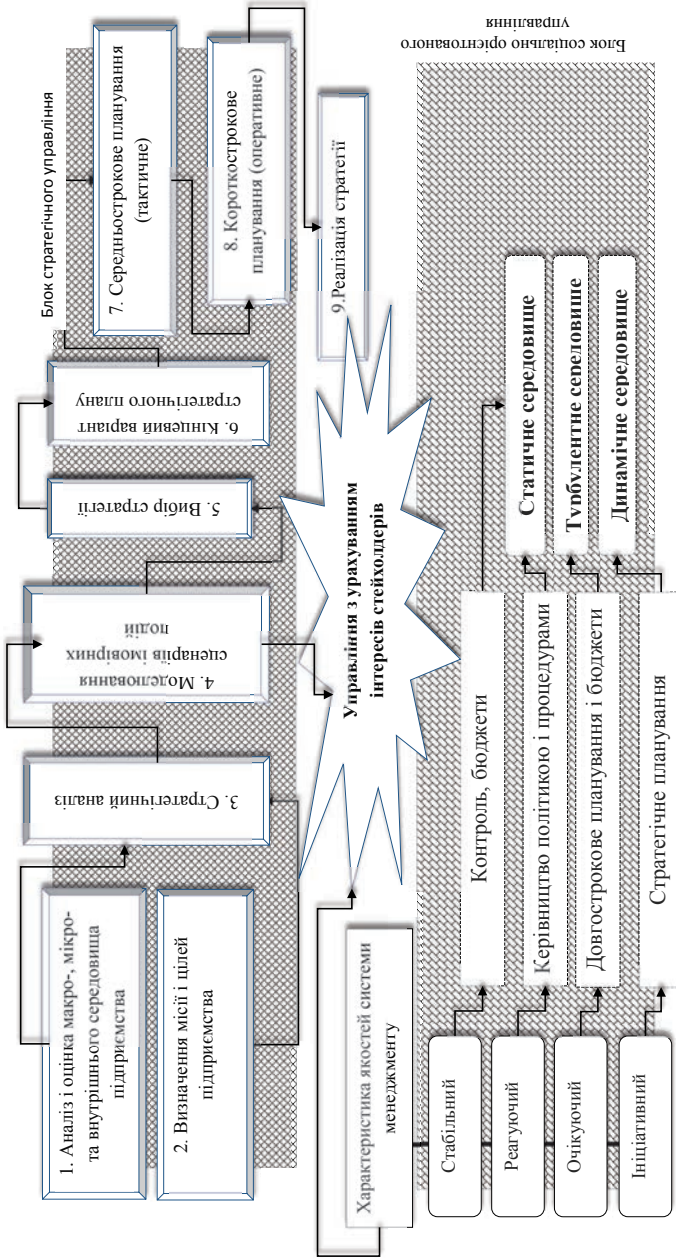


Рис. 5.8. Алгоритм управління соціальним інвестуванням в системі стратегічного управління на підприємстві
Гавторська розробка

Також в авторській концептуальній схемі управління соціальним інвестуванням в системі стратегічного управління на підприємстві увага акцентується на врахуванні мотивів взаємодії зацікавлених сторін. У найбільш загальному вигляді основні групи зацікавлених сторін включають акціонерів, інвесторів, державні регулюючі і контролюючі органи, бізнес-партнерів і постачальників, персонал і професійні об'єднання працівників, споживачів товарів і послуг, громадські організації, ЗМІ, представників місцевих співтовариств в регіонах присутності підприємств і так далі. У сучасному турбулентному стані підприємства відчувають на собі постійний вплив широкого кола зацікавлених сторін, дії і рішення яких значною мірою відбиваються на успішності їх бізнесу. Крім того, з посиленням процесів глобалізації і розвитком ІТ-технологій, особливо Інтернету і соціальних мереж, цей процес усе більш посилюється. В результаті підприємства стикаються з цілим рядом нефінансових ризиків, джерело яких полягає у свободі зацікавлених сторін вибирати свою поведінку відносно підприємств. Також в рамках застосування концепції соціального інвестування підприємствам важливо розуміти, що взаємодія із зацікавленими сторонами не повинна зводитися до їх інформування про досягнуті успіхи. Під взаємодією треба розуміти регулярний послідовний процес, ґрунтований на побудові діалогу між підприємством і зацікавленими сторонами.

5.3. Розробка методичних підходів до оцінки ефективності соціального інвестування на підприємстві

В даний час традиційні інститути соціальної підтримки виявилися надмірно дорогими і неефективними. Враховуючи тривалий період окупності значної частини соціальних інвестицій, їх складну багаторівневу структуру, слід мати на увазі, що без коригуючого втручання держави на рівні вищої влади і місцевого самоврядування інвестиційна стратегія та ефективність стають серйозною проблемою. Цим пояснюється пріоритетність відповідних видатків у бюджетах розвинених країн. У США, наприклад, вкладення в

людський капітал складають більше 60% витрат федерального бюджету. Розширення структури соціальних інвестицій характеризується сьогодні слабо комерціалізованим і в основному бюджетним процесом. Елементи приватно-державного партнерства у сфері соціальних інвестицій і ставлення до розвитку цього процесу менеджерів, бізнесу і населення дозволяють прогнозувати оптимістичний сценарій розвитку соціального інвестування. У цих умовах зростає значення методичного забезпечення оцінки ефективності інвестицій у соціальну сферу. Слід враховувати не тільки можливість диверсифікації джерел фінансування соціальних потреб, але й виконання бюджетів та соціальної ефективності інвестиційних вкладень, що, в кінцевому рахунку, ставить під сумнів питання як про якість соціальної послуги, так і про рівний доступ громадян до бюджетних послуг. Певні підходи до вирішення цієї проблеми є, але єдина методологія або методики, застосовувані для оцінки використання соціальних інвестицій, відсутні.

В ході систематизації способів та моделей оцінки ефективності соціальних інвестицій підприємства слід виділити основні підходи до сутності та визначення. Так, А. А. Андрєєв у статті "Методика комплексной оценки объёмов социального инвестирования" представляє систему показників визначення об'ємів соціального інвестування як інтегральний показник, що створює можливості для об'єктивної комплексної оцінки ефективності соціального інвестування. Автор робить акцент на уточненні основних і найбільш важливих напрямків соціального інвестування на основі показників, які дають досить повну характеристику всього спектру соціальних інвестицій в розрізі основних напрямків і відповідають вимогам порівнянності, наочності і простоти розрахунку. Послідовність комплексної оцінки виглядає наступним чином, рис. 5.9:

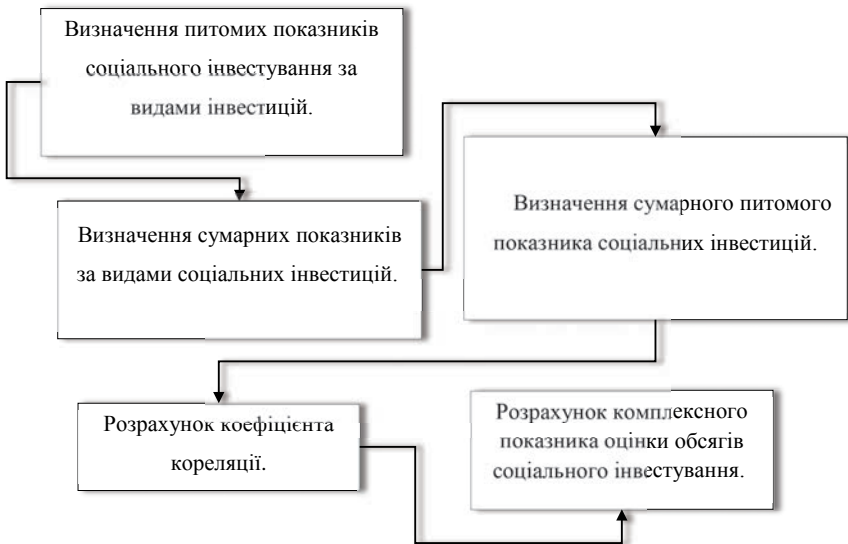


Рис. 5.9. Алгоритм розрахунку комплексного показника оцінки обсягів соціального інвестування [складено автором]

Однак представлена науковцем методика не може бути модифікована, наприклад, введенням нових приватних або сумарних показників оцінки інвестування, використанням вагових коефіцієнтів для показників залежності від пріоритетів соціальної політики підприємства і специфіки його діяльності, коригуванням ознак комплексності процесу соціального інвестування. За цими пропозиціями спосіб оцінки соціальних інвестицій не буде сприяти більш об'єктивній комплексній оцінці обсягів соціального інвестування і, як наслідок, підвищенню практичної значущості запропонованої методики в частині аналізу та планування подальшої діяльності.

Також одним з підходів, що застосовують для визначення доцільності впровадження окремих напрямів соціального інвестування є матриця, що була початково побудована підприємством Sustain Ability на основі аналізу соціально-економічних процесів у країнах Центральної та Східної Європи (рис. 5.10). Оскільки концепція соціального інвестування – це усвідомлення необхідності сталого розвитку, матриця допомагає виявити ключові елементи

доцільності. Матриця створена на основі двох груп факторів – з одного боку фактори успіху бізнесу, з іншого – фактори, пов'язані із сталим розвитком. Фактори, що є визначальними для країн Центральної і Східної Європи (ЦСЄ), виділені темним кольором.

		Фактори сталого розвитку						
		Корпоративне управління та активність		Екологічні фактори		Соціально-економічний розвиток		
		Корпоративне управління та активність	Активність груп впливу	Покращення екологічних процесів	Екологічні продукти та послуги	Економічний розвиток місцевості	Розвиток громади	Управління людськими ресурсами
Фактори успіху бізнесу	Ріст доходів Доступ до ринку	1	2	3	4	5	6	7
	Скорочення витрат Продуктивність	8	9	10	11	12	13	14
	Доступ до капіталу	15	16	17	18	19	20	21
	Управління ризиком Можливість функціонування	22	23	24	25	26	27	28
	Людський капітал	29	30	31	32	33	34	35
	Вартість торгівельної марки Репутація	36	37	38	39	40	41	42

Рис. 5.10. Матричний підхід до визначення доцільності впровадження соціального інвестування [7].

В ході аналізу ряду науково-методичних джерел встановлено, що теоретиками і практиками досліджуються різні аспекти соціального інвестування корпорацій, при цьому не існує єдиного узагальненого підходу щодо методики проведення такого роду досліджень та обов'язкового переліку питань, які забезпечують цілісну та релевантну оцінку стану соціальної відповідальності корпорацій. Насамперед необхідно визначити послідовність етапів процедури аналізу стану соціального інвестування корпорацій. Першим етапом будь-якої діяльності є цілевстановлення: визначення головної мети та підпорядкованих їй цілей. В межах даного дослідження головною метою аналізу є визначення стану ефективності соціального інвестування корпорації, підцілями – визначення відношення до соціального інвестування як до інституту розвитку корпорації різних груп стейкхолдерів: акціонерів (внутрішніх та зовнішніх), найманих працівників (промислово-виробничого персоналу, службовців, управлінців), партнерів корпорації, інших зацікавлених сторін; порівняльний аналіз соціального інвестування та соціальної відповідальності інших агентів ринку; визначення конкурентних переваг корпорації, що можуть бути сформовані за рахунок інституту соціального інвестування, тощо.

На другому етапі визначаються методи для проведення аналізу стану соціального інвестування, в даному випадку доцільно застосувати дві групи методів: статистичні – для оцінювання кількісної компоненти соціальної відповідальності та соціологічного опитування, експертної оцінки – для оцінювання якісної складової.

На третьому етапі визначаються обсяг та джерела інформації для проведення дослідження, методи збору інформації, встановлюються відповідальні за збір та обробку інформації, терміни, бюджет роботи, визначається коло експертів, розробляється програма соціологічного опитування тощо. Результати формалізуються у вигляді рішення виконавчого органу (Правління або Голови Правління) або Наглядової ради.

Четвертий етап передбачає збір статистичної інформації для проведення кількісної оцінки стану соціального інвестування корпорації з наступною її обробкою, а також проведення соціологічного опитування, збір експертних думок щодо кола визначених питань.

П'ятий етап – аналітичний, передбачає в межах кількісної оцінки розрахунок часткових, групових та загального рейтингового показників, для визначення якісного стану – обробка опитувальних листків/анкет за допомогою статистичних методів та кореляційного аналізу, побудова діаграм для унаочнення результатів. Отримані результати використовуються для визначення рівня соціальної відповідальності корпорації. Далі проводиться порівняння інтегральних рейтингових показників кількісної оцінки та результатів визначення якісного стану соціального інвестування з відповідними даними інших корпорацій, визначаються переваги та проблеми корпорації в даній області діяльності, за допомогою бенчмаркінгового методу оцінюються можливості подальшого розвитку соціального інвестування, розробляються пропозиції для керівництва. Шостий етап передбачає узагальнення отриманих результатів та підготовку звіту про проведене дослідження.

Опитування як метод соціологічного дослідження широко використовується для аналізу якісного стану явищ та процесів. Наприклад, Центром розвитку КСВ ПРООН в Україні було проведено ряд досліджень для оцінки стану соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу. Але аналіз оприлюднених результатів таких досліджень дозволяє стверджувати, що не завжди використовуються в достатньому обсязі технології, методи та прийоми, що допомагають конкретизувати отримані результати за окремими фокус-групами опитуваних, визначити зв'язок між їх відповідями на ті чи інші питання та відмітними характеристиками цих груп.

Також на відміну від існуючих підходів, на нашу думку, найважливішою умовою успішного розвитку ділової активності в сучасному суспільстві є створення сприятливих умов, можливостей цього розвитку, налагодження конструктивних соціальних зв'язків і відносин з різними соціальними групами ринкового і позаринкового середовища. Для підприємств суспільне визнання і формує не тільки результат, але і умови розвитку бізнесу. На вирішення цього завдання спрямовані соціальне інвестування, спонсорство, патронаж, благодійність, репутаційний менеджмент, інші форми соціальних комунікацій та соціального партнерства. Разом з тим, досі застосування цих технологій залишається досить закритим, не

прозорим для суспільства, що різко знижує їх ефективність. Інформаційну складову соціальних проектів в контексті реалізації концепцій соціального інвестування та корпоративної соціальної відповідальності представлено на рис. 5.11.

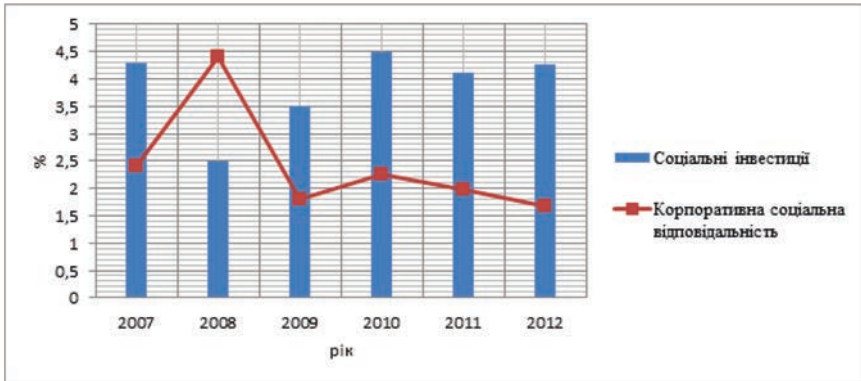


Рис. 5.11. Інформаційна складова соціальних проектів у контексті реалізації концепцій соціального інвестування та корпоративної соціальної відповідальності підприємств України [138]

Крім того, слід підкреслити, що для сучасної практики характерний перехід від суто витратних форм соціальної політики та корпоративної благодійності до соціальних інвестицій, який передбачає не просту роздачу грошей та інших благ, а обґрунтовану, раціонально організовану стратегію вибудовування соціально-інвестиційного партнерства.

На нашу думку, саме такий підхід дозволить активізувати реалізацію подібних стратегій, налагодити конструктивний суспільний діалог, забезпечити можливості консолідації суспільства на конструктивній основі. Проблема оцінки ефективності – центральна проблема організації соціальних інвестицій та соціального партнерства, реалізації соціальної політики підприємств. Вона виникає на таких етапах: при плануванні конкретних програм і проектів, при їх обґрунтуванні, при підведенні підсумків проведеної роботи.

Складність оцінки ефективності соціального інвестування посилюється багатовекторністю і різноманітністю форм соціальних

інвестицій, соціального партнерства, комплексним характером самої проблеми ефективності. Особливий інтерес представляє можливість порівняння ступеня соціальної відповідальності різних підприємств. Проблема в тому, як можна порівнювати підприємства різного профілю діяльності і різного масштабу? У кожній сфері діяльності свої характеристики результатів, свої принципи організації. Необхідність у такому порівнянні, тим не менш, існує, як у галузевому, так і в регіональному розрізах. І не тільки для великого бізнесу, який зацікавлений в залученні зарубіжних інвестицій, у контексті виходу на світові фондові ринки. Регіональна влада також зацікавлена мати важелі впливу на бізнес, включаючи і крупний, розміщений в регіоні. Зацікавлені в цьому і муніципальні органи, громадські організації, що формулюють громадянське суспільство.

Слід підкреслити, що немає ефективності "взагалі" – її зміст завжди конкретний. У випадку з соціальним інвестуванням ця обставина є особливо важливою. Повноцінні та ефективні соціальні інвестиції передбачають глибоке обґрунтування ефективності. Їх ефективність може відрізнятися і оцінюватися за такими характеристиками, як види ефективності, зміст (спрямованість), а також характер самого оцінювання. Слід розрізняти три види ефективності: результативність – відношення результату до поставленої мети; економічність – відношення результатів до витрат ресурсів; доцільність – відношення цілей до реальних соціальних проблем. На основі звіту про конкурентоспроможність, що проводиться за підтримки Всесвітнього економічного форуму, представлено тернерну дендограму конфігурацій соціальних проектів у контексті реалізації концепцій соціального інвестування та корпоративної соціальної відповідальності підприємств України (див. рис. 5.12).

Як видно з рис. 5.13, бізнес в Україні бере на себе частину державних соціальних зобов'язань, виступаючи її хорошим помічником, пов'язуючи і реалізуючи спільність інтересів органів влади та організованої громадськості. Проте, на нашу думку, недостатньо базуватись на вище зазначених трьох підходах. Для адекватної оцінки соціальних інвестицій слід акцентувати оцінку ефективності на наступних передумовах.

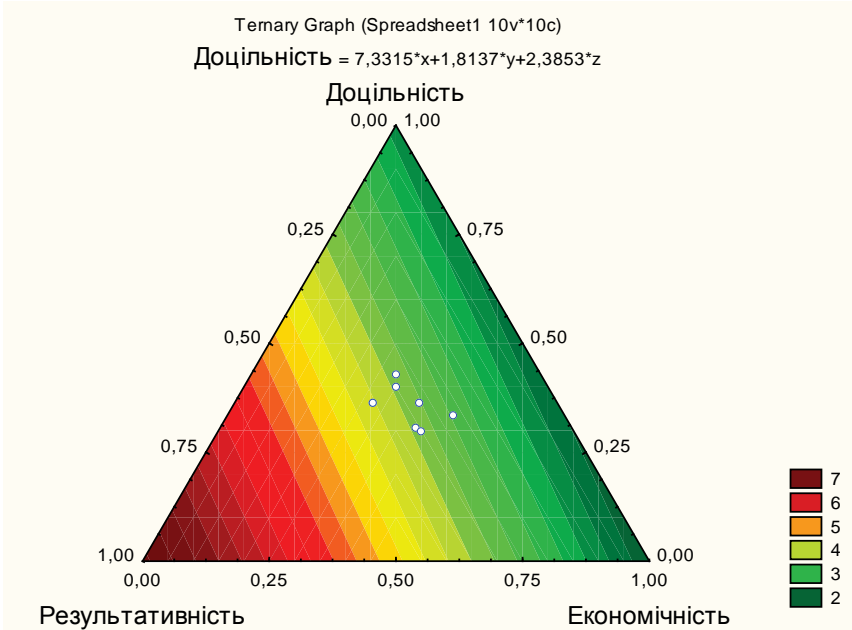


Рис. 5.12. Тернерна дендограма конфігурацій соціальних проектів у контексті реалізації концепцій соціального інвестування та корпоративної соціальної відповідальності підприємств України

В першому випадку соціальне інвестування повинне розглядатися як таке, що сприяє зниженню рівня бідності, інвалідності, неписьменності, дитячої злочинності, забезпечення захисту і безпеки громадян і т. п., у кінцевому результаті – ці показники з економічної точки зору характеризуються загальним еквівалентом – сумою витрат на ці блага, власне, розміром витрат на соціальне інвестування. На нашу думку, кожен з видів ефективності треба розглядати на наступних рівнях аналізу:

- ефективність окремої соціальної акції (конкретного заходу) з конкретною цільовою групою;
- ефективність соціальної діяльності підприємств у цілому за цільовими групами за певний період (наприклад, за рік);
- ефективність позиціонування даного бізнесу в суспільстві, у соціальному середовищі (сукупності цільових контактних груп) на місцевому, регіональному та державному рівнях.

Наочно повнота змісту ефективності представлена на рисунку 5.14. Наведений рисунок дає уявлення про "поле" і "вектори" аналізу ефективності. На нашу думку, приступаючи до такого аналізу, треба спочатку задаватися питанням: "Про яку ефективність і на якому рівні може йти мова?". При бажанні, звісно, можна сказати, що мірою ефективності соціального інвестування в кінцевому рахунку є забезпечення розвитку позиціонування даного підприємства у суспільстві. Або співвіднести витрати на соціальне інвестування з рівнем соціального розвитку регіону за споживанням соціальних благ. На нашу думку, аналіз ефективності повинен передбачати простежування співвідношень проблем, цілей, результатів і витрат на різних рівнях. Оцінка ефективності соціального інвестування має бути організована таким чином, щоб характеристики ефективності на кожному з рівнів аналізу не вступали в протиріччя, а доповнювали один одного. Зокрема напрями вимірювання ефективності залучення соціального інвестування на підприємстві представлені на рисунку 5.13.

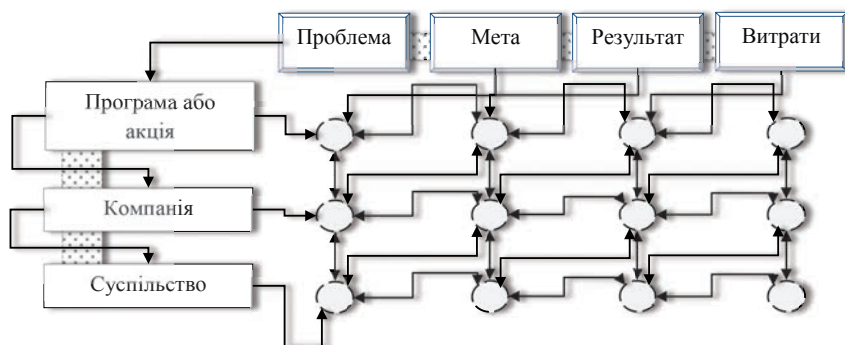


Рис. 5.13. Напрями вимірювання ефективності залучення соціального інвестування на підприємстві [розроблено автором].

Аналіз результатів досліджень дозволив узагальнити об'єкти, способи реалізації та очікувані результати від соціального інвестування вітчизняних корпорацій, що в свою чергу надає можливість констатувати недостатньо повне розуміння сутності та доцільності практик соціального інвестування порядку ключових стейкхолдерів корпорації, її напрямів, способів, інструментів реалізації тощо.

За результатами експертного опитування бізнес-структур, проведеного Інститутом соціології, чинниками, що найбільше заважають реалізації ними соціальних проєктів, визначено: недосконалість нормативно-правової бази та податкового законодавства; фінансова неспроможність корпорації; низький рівень керівництва корпорації; особисте небажання керівництва корпорації та ін.

В 2012 році в рамках глобального проєкту, який щорічно проводиться підприємством Reputation Capital в 92 країнах, було проведено спеціалізоване дослідження рівня репутації корпорацій, що працюють в Україні. Обсяг вибірки склав 1000 респондентів, вибірка є репрезентативною для населення у віці від 18 років. В результаті дослідження були визначені 24 українські корпорації-лідери, список очолюють корпорації Рошен, Нестле, Київстар, Life, МТС, Укртелеком, Приватбанк, Райффайзен банк Аваль, Укрсоцбанк, Укрсиббанк, Ощадбанк. Визначено, що середній рівень довіри до українських корпорацій зріс на 5% порівняно з 2011 роком. Систематизація способів реалізації практик соціального інвестування представлена на рисунку 5.14.

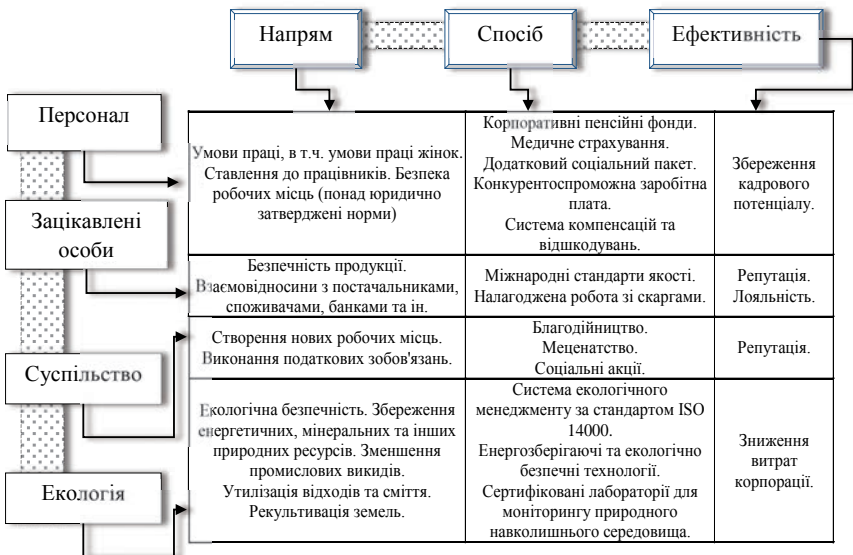


Рис. 5.14. Матриця конфігурацій реалізації практик соціального інвестування [розроблено автором].

Найбільше зростання довіри було відмічене до банків, в цілому репутація галузі зросла на 10%, при цьому не змінилися позиції телекомунікаційної галузі, навіть незважаючи на те, що її лідери показали позитивну динаміку зростання ("Київстар" і МТС), а ряд інших мобільних операторів дещо погіршили свої позиції на ринку; відмічено зростання рівня довіри до державних корпорацій: у 2010 році їх репутація виросла на 6% пунктів, що ще раз підтверджує зростання довіри в цілому до українського бізнесу.

Необхідно зазначити, що в порівнянні з 2011 роком зберігся незмінним внесок соціально-інвестиційних ініціатив у репутацію корпорації на ринку (як і в 2010 р., 40% репутації корпорації визначають ініціативи у сфері корпоративної соціальної відповідальності), в порівнянні з 2011 р. зменшився внесок якості продуктів і послуг в загальну репутацію корпорації (в 2011 році цей показник визначав 24,7% репутації, а в 2010 році тільки 21%, по цьому індикатору українські корпорації наближаються до світових трендів). В тому ж 2010 році в рамках національного конкурсу "Найкращі практики корпоративної соціальної відповідальності" в окремих номінаціях нагороджені "захист прав споживачів" – Альфа-банк з практикою клієнтоорієнтованості; "трудові відносини" – проект "10%" підприємств Terrasoft (міжнародне підприємство) та Академія ДТЕК (українське підприємство); "розвиток громад" – підприємство "Данон" з практикою об'єднання, підтримки і розвитку дрібних сільгоспвиробників в Україні; "права людини" – практика безбар'єрності концерну "Галнафтогаз"; "охорона навколишнього середовища" – практика Одеського морського торговельного порту.

Вище зазначене свідчить, що в процесі реалізації проектів залучення соціальних інвестицій мова йде про використання показників, які достатньо враховують специфіку та можливості вітчизняного середнього та малого бізнесу. Тому авторська методика передбачає оцінку ефективності не тільки з точки зору суспільства, але перш за все – самого бізнесу. Йдеться про зростання популярності і впізнанності брендів, зростання позитивного і зменшення негативного ставлення до бізнесу, зростання реалізації, прибутку, рентабельності, в кінцевому результаті – капіталізацію самого бізнесу. Критерії оцінки для авторської моделі ефективності залучення соціального інвестування на підприємстві представлені в таблиці 5.9.

Таблиця 5.9.

Критерії оцінки ефективності залучення соціального інвестування на підприємстві [складено автором]

Назва показника	Позначення показника
Співвідношення соціальних інвестицій (Чсі) та прибутку – відношення обсягу соціальних інвестицій, що були здійснені підприємством впродовж звітного періоду, до обсягу чистого прибутку, отриманого в тому ж періоді, де V_c – сума соціальних інвестицій; ЧП – чистий прибуток корпорації.	$Ч_{сі} = V_c / ЧП$
Індекс перспективного розвитку (Іпр) розраховується як відношення суми соціальних інвестицій та інвестицій в основний капітал до величини чистого прибутку, де ЧП – чистий прибуток корпорації; $I_{ок}$ – інвестиції в основний капітал; V_c – сума соціальних інвестицій	$I_{пр} = (I_{ок} + V_c) / ЧП$
Середній обсяг соціальних інвестицій, що припадає на одного працівника корпорації (Іпв), одиниця виміру – гривні, де $Ч_i$ – середньоспискова чисельність працівників і-тої корпорації V_c – сума соціальних інвестицій	$І_{пв} = V_c / Ч_i$
Частка СІ в сумарному обсязі продаж (Іоп) (одиниця виміру – відсотки), де V_c – сума соціальних інвестицій, ОПв – валовий обсяг продаж і-тої корпорації.	$І_{оп} = V_c / ОПв * 100\%$
Частка соціальних інвестицій підприємств, за якими проводилося дослідження, в сумарному обсязі їх прибутків (Іп) розраховується за формулою, де Π_i – обсяг прибутку (до оподаткування) і-ї корпорації.	$I_{п} = \left(\sum_{i=1}^n I_c / \sum_{i=1}^n \Pi_i \right) \times 100\%$
Показник комплексності соціальної діяльності корпорації допомагає оцінити рівень комплексності і повноти діяльності в області СВК через врахування факту наявності (чи відсутності) позитивних параметрів у корпорації-респондента (Іяк), %, де X_{ij} – булева змінна, що набуває значення 1, якщо j-та ознака присутня в і-тої корпорації, і 0, якщо ця ознака відсутня, m – число ознак, за якими оцінюється соціальна діяльність корпорації. В ідеалі набір ознак має бути сформований таким чином, щоб кожна з них була важливою для кожної корпорації.	$I_{як}(i) = \left(1/m \sum_{j=1}^m X_{ij} \right) \times 100\%$

Проте постановка наукового завдання потребує модифікації самої формули розрахунку оцінки ефективності залучення соціального інвестування на підприємстві. На нашу думку, коефіцієнт ефективності залучення соціальних інвестицій повинен виглядати наступним чином:

$$E = \sum_{i=1}^n x_i \frac{\sum_{i=1}^N x_i y_i - N \cdot \bar{x} \bar{y}}{\sqrt{(\sum_{i=1}^N x_i^2 - N \bar{x}^2)(\sum_{i=1}^N y_i^2 - N \bar{y}^2)}} - \frac{45S}{(n^2(m^3 - m))} \quad (3.1)$$

де

$$\frac{\sum_{i=1}^N x_i y_i - N \cdot \bar{x} \bar{y}}{\sqrt{(\sum_{i=1}^N x_i^2 - N \bar{x}^2)(\sum_{i=1}^N y_i^2 - N \bar{y}^2)}} - \text{емпіричний коефіцієнт кореляції};$$

N – значення вибірки;

X, Y – аналізовані змінні;

$\sum_{i=1}^n x_i$ – сумарна кількість значень ознаки n – кількість всіх значень ознаки;

S – квадрати відхилень суми рангів кожного об'єкта експертизи від середнього арифметичного рангів;

n – число експертів;

m – число об'єктів експертизи.

Таким чином, на відміну від існуючих, запропонована економічна модель базується на синтезі комплексних експертних оцінок та кореляційних значень, визначає ефективність залучення соціальних інвестицій визначається як різницю середнього значення кореляційної матриці між показниками діяльності підприємства та залученими соціальними інвестиціями, а також коефіцієнту конкордації на основі аналізу задоволеності стейкхолдерів щодо об'єкту аналізу. Залежно від ступеня узгодженості думок експертів коефіцієнт конкордації може приймати значення від 0 (при відсутності узгодженості) до 1 (при повній однотайності). При $E \leq 1$ ефективність залучення соціальних інвестицій є ефективною в більшій мірі для підприємства, що їх залучає. При $E \leq -1$ – ефективність залучення соціальних інвестицій є ефективною переважно для цільових аудиторій. Граничні значення визначають ту грань, перехід за яку означає настання стану, коли залучення соціальних інвестицій є ефективним.

Таблиця 5.10.

Градація коефіцієнтів ефективності залучення соціальних інвестицій на підприємстві [авторська розробка]

Рівень ефективності	Загальне визначення ефективності	Інтервал значень узагальнюючого показника
Неприйнятно низький для підприємств та високий для стейкхолдерів	Система залучення соціальних інвестицій не відповідає рівню професійної орієнтації в галузі, необхідна термінова зміна	"-0,6"- "-1"
Низький рівень для підприємств та середній для стейкхолдерів	Система залучення соціальних інвестицій частково відповідає рівню конкуренції в галузі та потребує посилення уваги над функціональними процесами та процесами прийняття рішень на рівні керівництва	"0"- "-0,3"
Збалансований рівень для підприємств та стейкхолдерів	Ефективність відповідає майже по всім функціональним напрямам діяльності та дає змогу успішно функціонувати в галузі, але потрібні додаткові дослідження, які мінімізуватимуть вплив зовнішнього середовища	0,3- "-0,3"
Низький рівень для стейкхолдерів та помірний для підприємств	Система залучення соціальних інвестицій не відповідає рівню професійної орієнтації в галузі, необхідна термінова зміна	0-0,3
Низький рівень для стейкхолдерів та високий для підприємств	Система залучення соціальних інвестицій частково відповідає рівню конкуренції в галузі та потребує посилення уваги над функціональними процесами та процесами прийняття рішень на рівні керівництва	0,3-0,6

Неприйнятно низький для стейкхолдерів та виключний для підприємств	Ефективність відповідає майже по всім функціональним напрямкам діяльності та дає змогу успішно функціонувати в галузі, але потрібні додаткові дослідження, які мінімізуватимуть вплив зовнішнього середовища	0,6-1
--	--	-------

Знаючи порогові значення, можна побудувати вісь (шкалу) стану індикатора з виділенням додатково, наприклад, ще передкризової зони. Кожному інтервалу погіршення стану для якісної оцінки присвоюються бали, за допомогою яких можна оцінити інтегральну оцінку по блоку і по всій системі індикаторів в цілому. На основі градації коефіцієнтів ефективності залучення соціальних інвестицій на підприємстві формується комплекс заходів, спрямованих на підтримку індикаторів у зоні нормального стану або їх повернення в цей інтервал, іншими словами, на забезпечення стану підвищення ефективності залучення соціальних інвестицій на підприємстві.

Так, для оцінки ефективності соціального інвестування на підприємствах, які працюють на території України, нами в першу чергу було поставлено завдання з'ясувати, наскільки декларовані програми соціального інвестування не тільки сприяють поліпшенню показників господарської діяльності підприємств, але і задовольняють потреби безпосередньо адресатів соціальних інвестицій.

Як частково було доведено в ході проведення кластерного аналізу, деякі підприємства хоча і декларують витрати на соціальні інвестиції, проте більшою мірою просто займаються діяльністю з розкручування бізнесу. Такі дії не можуть вважатися соціальними інвестиціями. Однак на сьогодні в практиці оцінки ефективності соціальних інвестицій відсутні математичні підходи, які здатні виявити вище зазначені тенденції. Тому за допомогою авторської економетричної моделі нами було проаналізовано по 2 підприємства, які є представниками таких кластерів, які були розраховані у другому розділі нашої роботи. З першого кластера підприємств

було обрано підприємство Макдональдс. Так, це підприємство постійно звучить на телеканалах і в рекламних акціях у засобах масової інформації. Кожен рік це підприємство витрачає близько двохсот тисяч гривень на різні акції та програми. За декларованими даними це підприємство є зразком для практики корпоративної соціальної відповідальності та соціального інвестування. На підприємстві проводяться не тільки акції благодійності, але і програми внутрішніх соціальних інвестицій.

Наступним підприємством, що відноситься до першого кластеру, є "МЕТРО Кеш енд Кері Україна". Соціальне інвестування та корпоративна соціальна відповідальність для "МЕТРО Кеш енд Кері Україна" – це постійна увага до етичного ведення бізнесу та внесок у розвиток економіки, створення умов для покращення рівня життя як працівників та їх сімей, так і місцевих громад та суспільства загалом. Задекларовані напрями діяльності підприємства в сфері соціального інвестування зводяться до зміцнення репутації та впевненості суспільства в підприємство. Основними напрямками є наступні: посилення конкурентних позицій; покращення сприйняття "МЕТРО Кеш енд Кері Україна" стейкхолдерами як відповідального прозорого підприємства; управління очікуваннями суспільства за допомогою конструктивного діалогу зі стейкхолдерами; посилення соціального значення підприємства як відповідального корпоративного громадянина суспільства.

Для апробації економетричної моделі з другого кластеру було взято вже аналізовані підприємства "Інтерпайп" та МТС-Україна. З третього кластеру відповідно "Київстар" та ДТЕК. Так, на першому етапі було зібрано матриці крос-кореляції впливу факторів інвестицій у соціальну сферу на фінансову ефективність підприємств "МЕТРО Кеш енд Кері Україна" та Макдональдс. Також слід зазначити, що відповідні матриці "Інтерпайп", МТС-Україна, а також "Київстар" та ДТЕК розраховані у другому розділі. Загалом порівняння середніх показників кореляції аналізованих підприємств представлено на рис. 5.15.

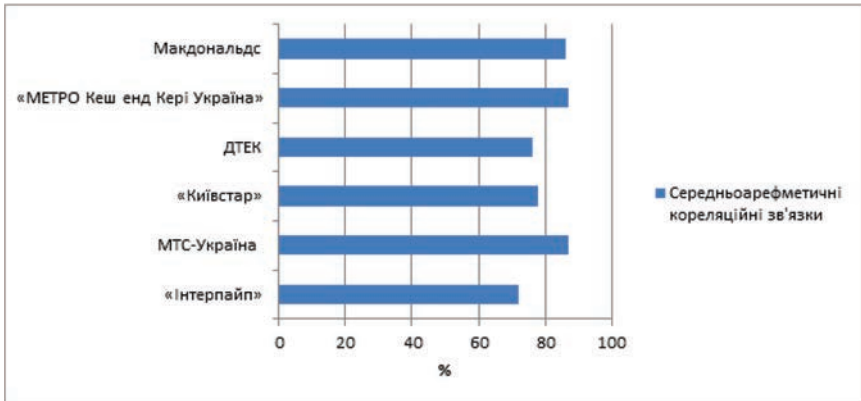


Рис. 5.15. Результативність залучення соціальних інвестицій на аналізованих підприємствах [складено автором]

Таким чином, за першою частиною запропонованої економічної моделі було розраховано результативність залучення соціальних інвестицій на аналізованих підприємствах. Як видно з рисунку, всі аналізовані підприємства мають досить високу віддачу від залучення соціальних інвестицій на ті чи інші показники операційної діяльності. На другому етапі апробації авторської методики розраховуємо рівень задоволеності стейкхолдерів. Слід відзначити, що при розрахунку задоволеності програмами соціального інвестування зазвичай використовується такий метод оцінки, як анкетування, проте в умовах нашого дослідження такий підхід неможливий. Це перш за все зумовлено тим, що для кожного підприємства довелось б скласти анкету та розмістити на офіційному сайті, такий обсяг інформації значно ускладнив би аналіз та порівняння. До того ж звернення до департаментів аналізованих підприємств не дали відповідних результатів. На противагу цьому при формуванні експертної комісії нами було запропоновано фахівцям з Дніпропетровської обласної державної адміністрації виступити в ролі фахівців і оцінити ступінь задоволеності стейкхолдерів на аналізованих підприємствах. Це стало можливим тому, що як вже зазначалося, кожне підприємство, розробляючи програми соціального інвестування, координує свої заходи з державними органами влади. Інформація про заходи щодо соціального інвестування в Дніпропетровській області збирається департаментом

економічного розвитку та департаментом соціального захисту населення облдержадміністрації.

Таким чином, в опитуванні взяли участь одинадцять експертів з облдержадміністрації Дніпропетровської області. Для оцінки узгодженості оцінок експертів було застосовано коефіцієнт конкордації. В рамках такого методу оцінка кожного експерта представляється як точка в деякому просторі, в якому введено поняття відстані. Якщо оцінки експертів знаходяться на невеликій відстані одна від одної, то можна це інтерпретувати як добру узгодженість суджень експертів. Якщо ж точки розкидані в просторі на великій відстані, то узгодженість – невисока. При використанні кількісних шкал вимірювання та оцінки об'єкта всього за одним критерієм думки групи експертів можна представити як точки числової осі. Розрахунок рівня узгодженості оцінок експертів за коефіцієнтом конкордації представлено в таблиці 5.11.

Таблиця 5.11.

Розрахунок рівня узгодженості оцінок експертів за коефіцієнтом конкордації

Фактор	Оцінки експертів										\sum_k^i	Відхилення від середнього арифметичного	Квадрат відхилення від середнього арифметичного
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10			
"Інтерпайп"	8	5	5	15	8	8	5	5	3	5	84	-13,1	171,2
МТС-Україна	9	7	7	6	11	7	7	7	7	7	83	-14,1	198,3
"Київстар"	4	5	6	9	9	9	9	9	9	9	89	-8,1	65,3
ДТЕК	11	7	7	7	7	8	6	7	7	7	78	-19,1	364,2
"МЕТРО Кеш енд Кері Україна"	8	7	13	5	7	7	5	6	7	8	94	-3,1	9,5
Макдональдс	14	6	11	11	6	6	10	4	8	3	101	3,9	15,3

Ці значення можна розглядати як реалізації випадкової величини. Тоді центр угруповання точок можна розглядати як математичне сподівання, а розкид кількісно оцінюється дисперсією випадкової величини. При вимірюванні об'єктів за порядковою шкалою узгодженість оцінок експертів у вигляді ранжировок або парних порівнянь об'єктів також ґрунтується на понятті компактності. Для цього зазвичай використовується міра узгодженості думок експертів – дисперсійний коефіцієнт конкордації (коефіцієнт згоди). З цією метою було проведено контрольні вимірювання з математичною обробкою їх результатів за мірою узгодженості думок експертів за коефіцієнтом конкордації (друга частина формули 3.1.).

$$\begin{aligned} & 1. \text{ Середнє арифметичне рангів} \\ & \frac{84 + 83 + 89 + 78 + 94 + 101 + 90 + 117 + 127 + 91 + 119 + 143}{12} \\ & = 97,083 \end{aligned}$$

2. Використовуючи результати проміжних обчислень, наведені в табл. 5.2, отримуємо $S = 2708,917$

3. Коефіцієнт конкордації за завданням:

$$W = \frac{45 \cdot 2708,917}{100 \cdot (1728 - 12)} = \frac{121860}{171600} = 0,7101$$

Коефіцієнт конкордації змінюється в діапазоні $0 < W < 1$, причому 0 відповідає неузгодженості, а 1 відповідає повній узгодженості. Якщо значення коефіцієнта конкордації перевищує 0,40-0,50, то якість оцінки вважають задовільною, якщо $W = 0,70-0,80$ – високою. Отже, можемо зробити висновок, що застосування експертного підходу дає можливість стверджувати про об'єктивність такої оцінки та можливість застосування думок експертів для подальшого розрахунку.

Отже, результати опитувань представлено за шкалою, де "0" – дуже низький рівень користі для адресатів соціального інвестування, а оцінка "1" свідчить про значну користь адресатам соціального інвестування та іншим стейкхолдерам. Загалом розподіл за рівнем задоволеності стейкхолдерів програмами соціального інвестування в аналізованих підприємствах представлено на рис. 5.15.

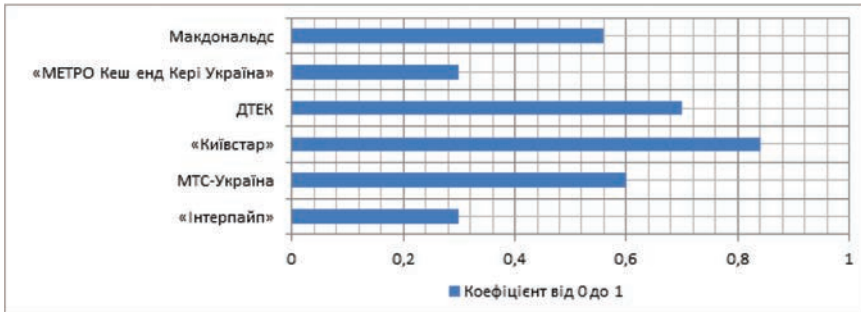


Рис. 5.15. Рівень задоволеності стейкхолдерів програмами соціального інвестування в аналізованих підприємствах

Як видно з рисунку, всі аналізовані підприємства мають визначальні показники задоволеності програмами соціального інвестування. Так, найнижчий рівень задоволеності програмами соціального інвестування має підприємство "МЕТРО Кеш енд Кері Україна". Як зазначають експерти, хоча підприємство має достатню кількість програм соціальної відповідальності, проте ці проекти направлені на співпрацю з окремими категоріями. Так, в період 2010-2013 рр. в основному кошти вкладались в програми розвитку персоналу та розробку співробітництва з постачальниками. Слід зазначити, що багато хто з постачальників є дочірніми підприємствами аналізованого підприємства чи мають неформальні відносини. За вище зазначений період аналізованим підприємством було реалізовано тільки один громадський проект, що вирішував проблеми інфраструктури. Тому з позицій громадської корисності позиціонування даного підприємства є досить відносним.

Наступним підприємством, що стало предметом аналізу, є Макдональдс. Аналізуючи ступінь задоволення стейкхолдерів програмами соціального інвестування, слід відзначити, що рівень задоволеності є не самим високим. Попри значні внески даного підприємства у різні програми, середні показники задоволеності пояснюються не досить прозорим механізмом реалізації. Так, деякі програми фінансуються за рахунок покупців, наприклад "щасливі долоні". Покупцям пропонується додатково витратити гроші на благодійність, проте потім на всіх офіційних інформаційних

ресурсах акумульовані кошти виставляються як кошти Макдональдс. Тому, на думку експертів, це підприємство не досить добре ураховує потреби стейкхолдерів. Проте дані акції мають величезний вплив на операційні показники підприємства. Перш за все, задекларовані заходи завжди висвітлюються на інформаційних ресурсах та в звітах державних органів влади. В цілому інтегральні показники ефективності соціальних інвестицій аналізованих підприємств представлено на рис. 5.16.

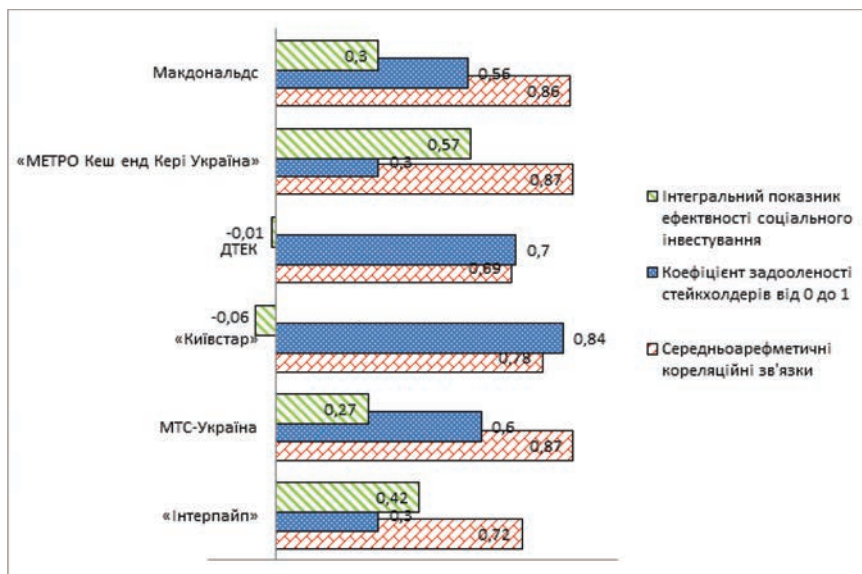


Рис. 5.16. Інтегральні показники ефективності соціальних інвестицій аналізованих підприємств

Так, як видно з рисунку, підприємством, що має найвищий показник ефективності соціальних інвестицій, є ДТЕК. Слід відзначити, що дане підприємство має високий рівень задоволеності стейкхолдерів організованими програмами соціального інвестування. Також високими є показники впливу програм соціального інвестування на показники діяльності підприємства, про що свідчить узагальнений кореляційний показник 0,69. Таким чином, дане підприємство найбільш точно враховує потреби стейкхолдерів, реалізуючи власні підприємницькі інтереси.

Слід відзначити, що значний інтерес викликає підприємство Київстар. За результатами розрахунків, дане підприємство задовольняє запити стейкхолдерів краще за власні. Ця теза зумовлена тим, що вплив залучення соціальних інвестицій є слабшим за рівень корисності для громадськості. До того ж слід підкреслити, що кореляційні зв'язки ефективності залучення соціального інвестування є вищими за середні, тому даному підприємству, на нашу думку, слід відкоригувати зміст та структуру внутрішнього механізму реалізації програм соціального інвестування. Інші аналізовані підприємства характеризуються нерівномірним розподілом вигод з програм соціального інвестування. Так, при низькому рівні задоволеності стейкхолдерів ці підприємства отримують велику віддачу, що виражається у показниках операційної діяльності.

Таким чином, в рамках запропонованої економетричної моделі нами вперше доведено, що не всі підприємства, що залучають програми соціального інвестування, вносять в розвиток соціальної сфери значний вклад. Так, з вище проаналізованих за авторською моделлю підприємств лише "Київстар", "МТС" та Макдональдс мають такий механізм залучення соціальних інвестицій, що задовольняє фінансово-економічні потреби підприємств та робить внесок у розвиток та позиціювання основних своїх стейкхолдерів.

Таким чином, методи оцінки інвестиційних проектів в соціальну сферу не відображають сутність завдань і вигоди соціального інвестування. Традиційні методи застосовуються у випадках великомасштабних інвестиційних проектів, реалізація яких вимагає значного часу, а відповідно і великих інвестиційних вкладень. Впровадження нової техніки найчастіше саме до таких проектів і відноситься. Складна структура, різноманіття чинників формування і складових соціально-економічного ефекту від впровадження соціальних інвестицій істотно ускладнюють метод розрахунку економічного ефекту. Відповідно до вищевикладеного, результати соціально орієнтованого проекту досить складно виразити в грошовому еквіваленті, не завжди можливо довести, що певний приріст економічних показників відбувся саме завдяки соціальним інвестиціям. Оцінку інвестицій ускладнюють ще кілька обставин: побоювання повністю розкрити інформацію про свої соціальні інвестиції

через можливий конфлікт з податковими органами, відсутність єдиного розуміння, що є соціальні інвестиції, а також єдиних стандартів публічної соціальної звітності підприємств. Також слід зазначити, що сьогодні відсутні чіткі і зрозумілі критерії оцінки корпоративної соціальної відповідальності, уявлення про те, якими є етичні принципи сучасного бізнесу та економічні вигоди соціально-інвестиційної поведінки. Загальновизнаних стандартів і вимог поки немає, недооцінюється їх корисність в довгостроковій перспективі. Якщо вони і готуються, то в першу чергу для держави та акціонерів, і в меншій мірі для суспільства.

ВИСНОВКИ

Обґрунтовуючи соціально-економічні детермінанти глобальної економічної рівноваги, слід підкреслити, що важливим внеском монографії в економічну науку України стало виявлення результативності діяльності транснаціональних корпорацій у вирішенні проблем економічної рівноваги на територіях присутності. Слід констатувати, що більшість країн, які є приймаючими по відношенню до транснаціональних корпорацій, при інтенсифікації транснаціоналізації демонструють або часткове погіршення стану економіки, або не демонструють позитивної динаміки. Проте в результаті обґрунтування показників транснаціоналізації національної економіки виявлено, що деякі країни досить вдало користуються транснаціоналізацією своєї економіки для досягнення економічної рівноваги. Так, доведено, що результативність діяльності транснаціональних корпорацій у вирішенні проблем економічної рівноваги в певних країнах може бути досить значною. Детальний аналіз національних політик приймаючих країн, що продемонстрували досить високий рівень кореляції між ростом транснаціоналізації та вирішенням проблем економічної рівноваги демонструє, що транснаціональні корпорації можуть сприяти вирішенню проблем економічної рівноваги за допомогою наступних інструментів.

По-перше, це покращення показників інфраструктурно-інституційного забезпечення. При експансії в економіки, що розвиваються, транснаціональні корпорації значно втручаються в існуючі системи інфраструктурно-інституційного забезпечення та підвищуючи його рівень, значно впливають на вирішення проблем економічної рівноваги.

По-друге, це корпоративна соціальна відповідальність та соціальні інвестиції. Збільшуючи присутність на певній території, транснаціональні корпорації в деяких країнах демонструють практики розвитку соціальної та інших сфер у формі безоплатної фінансової допомоги у вирішенні проблем економічної рівноваги. Таким чином, на основі авторського аналізу виявлено, що за умов далекоглядної політики уряду щодо транснаціоналізації, що є неминучою тенденцією сьогодення, ТНК мають значний потенціал у вирішенні

проблем економічної рівноваги. Тому подальший розвиток проблематики впливу міжнародних інституцій на вирішення проблем економічної рівноваги має значний інтерес і практичну цінність.

Обґрунтування результативності інструментів діяльності регіональних інтеграційних угруповань у забезпеченні економічної рівноваги надало можливість обґрунтувати наступні інструменти, що в першу чергу дають змогу здійснювати антициклічну політику на наднаціональному рівні, тим самим отримуючи синергетичний ефект, що в свою чергу формує рівень економічної рівноваги в країнах регіонального інтеграційного угруповання на більш високому рівні, що виражається на відносному балансі між ВВП та ВНП, більш високій диверсифікації міжнародної торгівлі тощо.

Першим інструментом діяльності регіональних інтеграційних угруповань у забезпеченні економічної рівноваги, що має прямий вплив на динаміку рівноваги на реальному та фінансовому ринках є діяльність багатосторонніх банків розвитку, що в своїй діяльності регулюють валютно-фінансові відносини та збалансовують об'єм та швидкість грошової маси у тих випадках, коли окрема країна внаслідок певних причин не може ефективно проводити стабілізаційну політику, на протигагу країнам, які не є членами регіональних інтеграційних угруповань і повинні брати кредити в міжнародних організаціях та віддавати гроші за досить не вигідними умовами. Другим інструментом діяльності регіональних інтеграційних угруповань у забезпеченні економічної рівноваги, що має прямий вплив на рівноважний стан в сфері міжнародної торгівлі, є функціонування регіональних платіжних систем, які забезпечують контроль за валютно-фінансовими розрахунками між контрагентами, координуючи та регламентуючи міжнародні розрахункові операції.

Наступним та найбільш впливовим інструментом досягнення економічної рівноваги є функціонування в деяких регіональних інтеграційних угрупованнях спеціальних регіональних програм розвитку. На прикладі Європейського Союзу, де функціонує досить популярна концепція "Сталого розвитку", що базується на тому, що із загального бюджету угруповання виділяються кошти на вирішення певних проблем не тільки економічного, а й соціального,

екологічного характеру, досягається гармонізація суспільно-економічних процесів. Вище зазначені інструменти недоступні для країн, які не є членами регіональних інтеграційних угруповань. Також слід додати, що на сьогодні далеко не всі регіональні інтеграційні угруповання мають дієві механізми для реалізації вище зазначених інструментів, проте слід підкреслити, що економічна рівновага країни тісно пов'язана з процесами регіональної економічної інтеграції, і ті країни, що не є мають на меті формувати інтеграційні зв'язки з перспективними регіональними інтеграційними угрупованнями, неодмінно будуть змушені стати сателітами або маргінальними територіями та співпрацювати на менш вигідних умовах з інституціями (транснаціональними корпораціями та міжнародними організаціями) для досягнення економічної рівноваги.

В процесі визначення результативності діяльності міжнародних організацій в забезпеченні економічної рівноваги було розраховано положення, що характеризуються новизною та становлять практичну цінність. По-перше, обґрунтовано та доведено, що на сьогодні потенціал для координації макроекономічних політик на глобальному рівні мають Світовий Банк та Міжнародний Валютний Фонд, оскільки авторський аналіз виявив, що серед подібних організацій, які мають функції координації монетарної та фіскальної політики, тільки вище зазначені інституції мають достатній інфраструктурно-інституційний та фінансовий капітал.

По-друге, аналізуючи діяльність Світового Банку в забезпеченні економічної рівноваги в аналізованих країнах, на основі макрореляційних зв'язків виявлено, що перш за все найбільш позитивним впливом характеризуються інвестиційні програми, які впливають на довгострокові фактори економічної рівноваги, такі як: інфляція, споживчі ціни (річні %); ВВП (у доларах США); зростання ВВП (річний %); прямі іноземні інвестиції, чисті притоки (у доларах США). Ці покращення мали кореляцію 0,7-0,9 за програмами заохочення приватних іноземних капіталовкладень (2), програмами надання позик на розширення виробництва (3), цільовим фондом партнерства з двосторонніми та багатосторонніми донорами (6).

По-третє, аналізуючи діяльність Міжнародного Валютного Фонду в забезпеченні економічної рівноваги в аналізованих країнах,

на основі макрос-кореляційних зв'язків виявлено, що перш за все найбільш позитивні впливи пов'язані з програмами розширеного кредитного механізму та механізмом прискореного кредитування. Однак слід відзначити, що діяльність Міжнародного Валютного Фонду в авторському горизонті аналізу носила більш негативний характер, що, на нашу думку, свідчить про специфічність інструментів вище зазначеної інституції. Справа в тому, що діяльність Міжнародного Валютного Фонду, як виявив авторський аналіз, направлена на досягнення економічної рівноваги на короткостроковий період, як це наприклад відбувалося в Греції, а негативні аспекти в довгостроковому рівні, на нашу думку, пов'язані з недалековидною національною політикою в сфері стратегічного планування відносин з міжнародними економічними організаціями, оскільки остаточне рішення брати чи не брати кредит все таки залишаються на рівні національного уряду країни. Таким чином, в процесі авторського аналізу обґрунтовано, що застосування співробітництва з міжнародними економічними організаціями може досить ефективно координувати економічну рівновагу та бути стабілізатором як на короткостроковий, так і на довгостроковий період, до того ж на відміну від національних інструментів реагування на економічні кризи, такі міжнародні організації як Світовий Банк та Міжнародний Валютний Фонд здатні майже миттєво підвищувати або погіршувати міжнародні рейтинги країни, від яких залежить в свою чергу динаміка експортно-імпорتنих операцій, платіжний баланс, процентна ставка або рівень заощаджень в національній економіці.

Проте уряди деяких національних економік не спроможні ефективно взаємодіяти та залучати подібні інструменти у вирішенні проблем економічної рівноваги, як наприклад в Аргентині чи Україні. Світовий досвід свідчить, що наприклад такі країни, як Греція, розробивши поетапний план дій та знаходячись в ситуації жорсткої економічної кризи, можуть начебто не відчувати її прояви. Тому інтеграція національних економік до міжнародних економічних організацій на сьогодні є однією з важливих сфер розбудови інструментів новітньої макроекономічної політики, що на відміну від класичних інструментів дає змогу вирішувати

проблеми кризових факторів екзогенного та ендегенного характеру. В таких умовах розробка методичних підходів до ефективності інтеграції країни до сучасної глобальної економічної системи регулювання економічної рівноваги є внеском у процес стабілізації національної економіки України, яка як ніколи потребує вирішення проблем стабілізації та досягнення економічної рівноваги.

Соціально-економічні реформи, які продовжуються, мають розробити механізми соціальної орієнтації економіки. Фундаментом цих механізмів має бути конкуренція і ринок. Вони зумовлюють процес революції у організації ринку зв'язку з поширенням системи інтегрованого маркетингу. Ця система дає можливість вирішувати проблеми між структурами потреб і виробництва. Тим самим система підтримує соціальну спрямованість виробництва, підлеглість його задоволенню потреб населення.

При дослідженні формування сучасної концепції корпоративної соціальної відповідальності визначено соціальну відповідальність корпорацій як "обов'язок бізнесменів ухвалювати ті рішення і слідувати тим напрямам діяльності, які бажані з погляду цілей і цінностей суспільства". Дане формулювання визначає "ситуацію, згідно якої бізнес, крім дотримання законів і виробництва якісного продукту, а також виконання різних законних дій відповідно до цілей організації, добровільно бере на себе додаткові зобов'язання перед суспільством, вносить значний внесок до поліпшення якості життя людей" [159]. Багато корпорацій розуміють, що соціальна діяльність надасть їм значно більше переваг в регіонах і, відповідно до цього, розглядають її вже як невід'ємну частину основної виробничої діяльності, важливу частину бізнес-стратегії, іноді навіть більшу, ніж будь-який інший аспект менеджменту. Представники сучасних крупних корпорацій намагаються встановлювати гармонійні відносини із суспільством і піклуватися про свою репутацію та імідж. Першорядним для компаній є правильне позиціонування себе в очах населення і держави, намагання створити собі імідж соціально відповідальної, такої, що піклується про населення, екологію і навколишній світ, компанії.

На основі дослідження загальних підходів до корпоративної соціальної відповідальності та дослідження соціальних орієнтирів

діяльності будівельних компаній узагальнено значення корпоративної соціальної відповідальності в економічному механізмі діяльності будівельних компаній через функції, що вони виконують:

- компанія-працедавець: створює привабливі робочі місця, платить "білу" зарплату;
- компанія-виробник товарів і послуг: створює якісні товари і послуги;
- компанія-платник податків: платить всі податки (без сірих схем), дотримуючись законів;
- компанія-позичальник капіталу: вчасно погашає кредити, виходить на міжнародні фондові ринки;
- компанія-бізнес-партнер: демонструє добросовісну ділову практику, встановлює надійні відносини з постачальниками і дистриб'юторами;
- компанія-сусід (корпоративний громадянин): запобігає можливим негативним наслідкам своєї діяльності (наприклад, у сфері екології), доглядає територію, підтримує соціальне благополуччя;
- компанія-член громадських організацій: вносить внесок до формування громадянського суспільства.

Всі ці функції притаманні компаніям будівельної галузі. Таким чином, соціально відповідальна будівельна компанія в обов'язковому порядку отримує прибуток і дотримується законів, слідує нормам етики і є хорошим корпоративним громадянином.

Вітчизняні будівельні корпорації, з одного боку, прагнуть до вироблення індивідуальних і загальних підходів до соціальної відповідальності, упровадити в практику міжнародні принципи прозорості, екологічної безпеки, трудових відносин, підтримки суспільства. З іншого боку, багато вітчизняних корпорацій вимушені утримувати соціальні установи, що розвалюються і зберігати велику кількість "радянських" пілг для персоналу. У цій ситуації виходом може бути розробка таких підходів до соціальної відповідальності компаній, які були б засновані на загальноприйнятих міжнародних принципах соціальної відповідальності, але з іншого боку, пропонували б форми здійснення політики соціальної відповідальності з урахуванням особливостей України.

В процесі аналізу механізмів реалізації соціальних програм і їх фінансування в будівництві виявлено, що скорочення обсягів будівництва житла та збільшення незавершеного будівництва різко загостило житлову проблему. Вона є однією з найскладніших у всьому спектрі соціальних відносин. Близько половини тимчасово припинених або законсервованих будівель та об'єктів мають досить високий рівень будівельної готовності, а в деяких випадках будівництво припинено на майже закінчених будовах та об'єктах. Для того, щоб будівельна галузь могла вирішувати поставлені перед нею завдання, необхідна її модернізація і технологічне оновлення. Розробка і впровадження нових технологій у будівництві вимагають великих фінансових витрат. Впровадження нових технологій окуповується не скоро. Представники великого бізнесу неохоче вкладають кошти усередині країни в передові технології, що не дають швидкої вигоди, а банки видають кредити під високий відсоток. Тому держава повинна створити такі умови для бізнесу, в яких впровадження в будівельну галузь нових технологій було б економічно вигідним.

При дослідженні перспектив і практики реалізації соціальної відповідальності в іноземних корпоративних моделях визначено, що американська модель корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) найбільш багата своїми традиціями. Британська і континентальна системи отримали в своєму розвитку найбільший імпульс за останні 20-25 років завдяки окремим зовнішнім спонсорам. Американська ж доктрина, на відміну від британської і континентальної, не піддавалася значним трансформаціям протягом останніх 100 років, плавно дрейфуючи в унісон з розвитком американського суспільства.

З метою більш ґрунтовного наукового дослідження в роботі розроблено методикку проведення дослідження перспектив розвитку соціальної відповідальності корпорацій будівельної галузі. Для емпіричного дослідження перспектив розвитку соціальної відповідальності корпорацій (на прикладі Дніпропетровської області) було розроблено спеціальний інструментарій – анкету стандартизованого інтерв'ю (Додаток). Зміст анкети (специфіка питань, структура розділів тощо) формувався на основі проведеного теоретич-

ного аналізу досліджень в даній сфері та з урахуванням власного бачення цієї проблематики. Також урахувувались загальні рекомендації щодо розробки дослідницьких інструментів цього типу – коректне формулювання питань, використання відкритих та закритих питань, пропорційність градацій у відповідях та ін.

Респондентам пропонувалось дати експертну оцінку стосовно тієї чи іншої проблеми, пов'язаної з розвитком інформаційних технологій та їх впливом на сучасну економіку. Більшість питань розроблені таким чином, щоб респондент міг максимально диференційовано висловити свою думку щодо тієї чи іншої проблеми – запропоновані варіанти відповідей мають 4 та більше градацій. Крім зручності для респондента, така форма питань дозволила використовувати більшість методів статистичного аналізу при обробці результатів анкетування.

При визначенні особливостей середовища та виявленні тенденцій реалізації будівельними компаніями корпоративної соціальної відповідальності було встановлено, що потенціал участі приватного сектора у вирішенні соціальних задач використовується в Україні далеко не повністю. Поки що варто швидше говорити не про готовність, а про розуміння бізнесом тих додаткових переваг, які можна "придбати", пікнучись про соціальні проблеми своїх співробітників, їх сімей, клієнтів, суспільства в цілому. Щоб максимально використовувати цей потенціал, необхідне створення ряду сприятливих зовнішніх умов, включаючи ясну і недвозначну політику держави з проблем взаємодії в соціальній сфері, розвиток спеціалізованих некомерційних неурядових організацій і т.п. Іншими словами, результатами дослідження підтверджується теза про готовність бізнесу активніше брати участь у вирішенні соціальних проблем.

В роботі розроблено рекомендації щодо вдосконалення механізму реалізації соціальної відповідальності будівельних корпорацій, які базуються на висновках опитування. Заходи, які здійснено будівельними компаніями в останні роки в питанні впровадження корпоративної соціальної відповідальності, виявилися неефективними, оскільки ніхто з респондентів не зміг назвати жодної будівельної компанії, яка використовує принципи КСВ.

Розглядаючи питання роботи будівельної промисловості, насамперед можна з'ясувати, що ця ключова галузь економіки фактично повністю випала з поля зору суспільства. Це пов'язано з тим, що лише за поточний рік у будівельній галузі загалом, в тому числі й у сфері будівництва житла спостерігається обвальне падіння. Спостерігається пріоритет особового, а не стратегічно-орієнтованого підходу до добродійності. Ухвалення остаточного рішення про напрями соціальної активності, розміри засобів і кола компаній-розпорядників цих засобів, знаходяться в компетенції керівників корпорацій. Такий підхід не завжди враховує стратегічні цілі компанії, а більшою мірою націлений на реалізацію суб'єктивних цілей і завдань керівника.

Практична частина роботи завершується пропозиціями щодо виявлення підходів до реалізації принципів соціальної відповідальності в корпоративному секторі України. Визначено, що створення ефективного механізму співпраці влади та корпорацій і актуальність проблеми участі громадськості в здійсненні державної регуляторної політики зумовлена, насамперед, особливостями сучасного стану реалізації регуляторної політики та впровадження регуляторної реформи в Україні. Головною ознакою останнього часу була незначна участь громадськості у виробленні та реалізації державної політики. Здебільшого це було зумовлено небажанням органів влади та місцевого самоврядування залучати громадськість до обговорення проектів рішень.

В монографії досліджено фактори впливу на активізацію соціального інвестування як чинника глобальної економічної рівноваги, що містить в собі розробку методичних підходів до вдосконалення процесу управління соціальним інвестуванням на підприємстві. Розроблено методичні підходи до оцінки ефективності соціальних інвестицій на підприємстві.

В процесі розрахунку кластерів підприємств, що реалізують проекти соціального інвестування в своїй діяльності, обґрунтовано результати, що характеризуються високою достовірністю та науковою новизною. Так, згідно результатів проведеного дослідження, для національної економіки України характерним є існування трьох кластерних утворень, що характеризуються наступними рисами.

Підприємства, що належать до першого кластеру, не зацікавлені у розвитку соціального інвестування, а застосовують залучення соціальних проектів лише для підвищення іміджу та піару. Це підтверджується низькими показниками порівняно з іншими кластерами за такими складовими, як: частка соціальних інвестицій в сумарному обсязі прибутку до оподаткування; середньорічний обсяг соціальних інвестицій, що припадає на одного працівника корпорації. Підприємства другого кластеру витрачають значні фінансові ресурси на побудову політики соціально-інвестиційного бізнесу порівняно з підприємствами першого кластеру, про що свідчить такий показник, як частка соціальних інвестицій у сумарному обсязі продажів. Проте за показниками внутрішніх соціальних інвестицій це кластерне утворення відстає від третього кластеру.

Незважаючи на зростання показників корпоративної соціальної відповідальності та соціального інвестування в останні роки в Україні, на жаль підприємств, які насправді реалізують принципи соціальної відповідальності, не так багато, як декларується офіційними джерелами. Підприємствами, що дійсно залучають концепцію соціального інвестування, можна назвати лише підприємства другого та третього кластеру. Ці підприємства загалом мають національний капітал і значно менші за обсягами прибутків, ніж транснаціональні корпорації, що конкурують з національними підприємствами. Тому пріоритетним є напрям формування механізмів додержання таких форм соціально-інвестиційного бізнесу, що не просто дозволяє підприємствам максимізувати прибутки, а розвивати соціально-економічну інфраструктуру економіки України.

В ході розробки авторської концептуальної схеми управління соціальним інвестуванням в системі економічної рівноваги розроблено систему управління на підприємстві, де увага акцентується на врахуванні мотивів взаємодії зацікавлених сторін. У найбільш загальному вигляді основні групи зацікавлених сторін включають акціонерів, інвесторів, державні регулюючі і контролюючі органи, бізнес-партнерів і постачальників, персонал і професійні об'єднання працівників, споживачів товарів і послуг, громадські організації, ЗМІ, представників місцевих співтовариств в регіонах присутності підприємств і так далі. У сучасному турбулентному стані

підприємства відчувають на собі постійний вплив широкого кола зацікавлених сторін, дії і рішення яких значною мірою відбиваються на успішності їх бізнесу. Крім того, з посиленням процесів глобалізації і розвитком ІТ-технологій, особливо Інтернету і соціальних мереж, цей процес усе більш посилюється. В результаті підприємства стикаються з цілим рядом нефінансових ризиків, джерело яких полягає у свободі зацікавлених сторін вибирати свою поведінку відносно підприємств. Також в рамках застосування концепції соціального інвестування підприємствам важливо розуміти, що взаємодія із зацікавленими сторонами не повинна зводитися до їх інформування про досягнуті успіхи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азімов Ч. Корпоративні правовідносини в акціонерних товариствах: цивільно-правовий аспект / Ч.Азімов // Вісник Академії правових наук України. Зб. наук. пр. – Х., 1999. – №2 (17). – С.204-208.
2. Алейнікова О.В. Умови інвестування соціально-економічного розвитку підприємства / О.В. Алейнікова // Збірник тез доповідей Міжнародної наукової конференції "Особливості соціально-економічного розвитку України та регіонів", 11-12 жовтня 2007 р., м. Запоріжжя. – С. 282.
3. Ангелин Д. Маленькие слабости больших корпораций / Д.Ангелин // Бизнес. – 2005. – №1-2. – С.70-73.
4. Андробченко Л.О. Трансформація акціонерної власності в Україні та дивідендна політика / Л.О. Андробченко // Вісник соціально-економічних досліджень: Зб. наук. пр. – Одеса, 2003. – Вип.15. – С.7-11.
5. Аржевитин С.М. Акционерные общества в Украине / С.М. Аржевитин // Акционер. – 2001. – № 1. – С.10-14.
6. Артеменко С. До питання про правовий статус правління акціонерного товариства / С.Артеменко // Право України. – 2001. – № 9. – С.44-47.
7. Березіна О.Ю. Адаптація моделей корпоративної соціальної відповідальності бізнесу до національних умов / О.Ю. Березіна // Науковий вісник ПУСКУ. Серія: Економічні науки. – Полтава, 2010. – С. 12-16.
8. Березіна О.Ю. Теоретичні підходи до визначення поняття "корпоративна соціальна відповідальність" // Науковий вісник ЖДТУ, №3 (53), 2010. – С. 14-17.
9. Богачевський В., Голод І. Меценатство в Україні (IX-XVIII ст.) // Українська культура. – 1993. – № 11-12.
10. Бойко О. Корпоративне управління: нормативи та практика / О.Бойко // Цінні папери України. – 1999. – №48. – С. 3-4.
- 11.Верхоглядова Н.І. Соціально-ринковий вибір як основа економічного розвитку суспільства / Н.І. Верхоглядова // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – Запоріжжя, 2007. – Т. 1. – С. 72-75.
- 12.Воробей В. Економічні проіритети соціальної відповідальності бізнесу // Журнал "Києво-Могилянська Бізнес Студія". – №10, 2005. – С. 32-36.
- 13.Гессен А.Є. Історія становлення соціальної відповідальності українського бізнесу // Матеріали Міжн. наук.-практ. конференції "Фінансово-бюджетна політика в контексті соціально-економічного розвитку регіонів". – Дніпропетровськ, 2009.

14. Гессен А.Є. Особенности общих подходов к социальной ответственности корпораций // II Міжнародна науково-практична конференція "Європейська інтеграція та перспективи розвитку економічного потенціалу України". – Дніпропетровськ, 2009.

15. Гессен А.Є. Проблеми реалізації корпоративної соціальної відповідальності та ефективності впровадження соціальних проектів // Всеукраїнська науково-практична конференція молодих учених та студентів "Стратегії економічного розвитку країн в умовах глобалізації". – Дніпропетровськ, 2009.

16. Гессен А.Є. Соціально-психологічна мотивація у місіях компаній.

17. Гессен А.Є. сучасні моделі КСВ в Україні // Всеукраїнська науково-практична Інтернет-конференція "Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіонів України". – м. Дніпропетровськ, 2009. – С. 15-16.

18. Гессен А.Є. Теоретичні принципи міжнародних стандартів соціальної відповідальності корпорацій та перспективи їх впровадження // V Міжнародна науково-практична конференція "Проблеми та перспективи розвитку регіональної ринкової економіки". – Кременчук, 2010.

19. Гессен А.Є. Принципи корпоративного управління та визначення особливостей здійснення корпоративної відповідальності корпораціями // Економіка: проблеми теорії та практика. Збірник наукових праць, випуск 264, том VIII. – ДНУ Дніпропетровськ, 2010.

20. Гессен А.Є. Розробка рекомендацій розвитку соціальної відповідальності корпорацій в будівельній галузі // Економіка: проблеми теорії та практика, Збірник наукових праць, випуск 265, том I. – ДНУ Дніпропетровськ, 2010. – С. 18-19.

21. Герасимчук З.В. Методика оцінки сталого розвитку регіону з позиції його стимулювання [Електронний ресурс] / З.В. Герасимчук. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2010_1/Polischuk_110.htm.

22. Гибадулин Р.Х. Корпоративное управление: учеб. пособие / Гибадулин Р.Х., Попова Е.А. и др. – Челябинск: Изд-во УралГАФК, 2004. – 345 с.

23. Гирик О., Денис О., Дубовик І. Корпоративна соціальна відповідальність: підручник / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Т.С. Смовженко, д-ра екон. наук, проф. А.Я. Кузнєцової. – К.: УБС НБУ, 2009.

24. Глобальний договір ООН (UN Global Compact, 2000) www.globalcompact.org.ua.

25. Головінов О.М. Соціальна політика та економічна безпека / Донецький держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського / Є.І. Крихтін (заг. ред.). / О.М. Головінов, М.Є. Горожанкіна, Л.І. Дмитриченко, Л.А. Дмитриченко, Г.П. Жемчужнікова – Донецьк: Каштан, 2004. – 335 с.

26. Головка О. Переговори як шлях до пошуку оптимальних рішень: [Чергове засідання уряду під головуванням Прем'єр-міністра Ю. Єханурова, присвячене питанню ефективності функціонування шістнадцяти державних акціонерних та холдингових компаній] / О. Головка // Уряд. кур'єр. – 2005. – 1 груд. – С. 1-2.

27. Голубева Т.В. Оцінка рівня соціалізації економічних відносин на підприємстві / Т.В. Голубева // Економіка розвитку. – Харків, 2005. – № 1(33). – С. 86-88.

28. Горбатов В.М. Оцінка якості життя населення України та країн ЄС / В.М. Горбатов // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – Запоріжжя, 2006. – № 4. – С. 90-96.

29. Господарський Кодекс України від 16 січня 2003 року N 436-IV // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.

30. Гришкін В.О. Науково-методологічні основи соціалізації економіки і забезпечення соціальної динаміки суспільства: Автореф. дис. канд. екон. наук. 08.02.03 / Дніпропетр. нац.ун-т / В.О. Гришкін. – Дніпропетровськ, 2005. – 23 с.

31. Грішнова О.А. Людський розвиток: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2006. – 243 с.

32. Данилишин Б.М. Просторова організація продуктивних сил України: мезо- та мікрорегіональний рівень / Б.М. Данилишин, Л.Г. Чернюк, М.І. Фашевський. – Вінниця: Книга-Вега, 2007. – 572 с.

33. Данько М. Реорганізація підприємств у контексті формування корпоративних структур / М. Данько // Економіка України. – 2007. – №1. – С. 64-70.

34. Декларация социального прогресса и развития. Провозглашена резолюцией Генеральной Ассамблеи от 11 декабря 1969 года // <http://www.un.org/russian/document/declarat/socdev.htm>.

35. Демб А., Нойбауер Ф. Корпоративне управління / Ада Демб, Фрідріх Нойбауер. – К.: Основи, 1997. – 302 с.

36. Денис О.Б. Проблеми і перспективи розвитку акціонерних товариств / О.Б. Денис // Соціально-економічні дослідження в перехідний період: Щоріч. наук. пр. – Львів, 1998. – Вип.7: Регіональні аспекти розвитку підприємництва. – С. 175-181.

37. Деева Н.М. Зміст і методологічні основи визначення потенціалу соціалізації регіону / Н.М. Деева // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції "Сучасні проблеми інноваційного розвитку держави". – Том. 1. – Дніпропетровськ, 26-27 жовтня 2005 р. – С. 3-4.

38. Джордж Р.Т. Деловая этика / Пер. с англ. Р.И. Стопера. – СПб., "Экономическая школа"; М.: Издат. группа "Прогресс", 2001. – Т.1. – 305 с.

39. Довгань Л.Є., Пастухов В.А., Савчук Л.М. Управління корпораціями: [монографія] / Л.Є. Довгань, В.А. Пастухов, Л.М. Савчук. – К.: УВІ "Політехніка", 2004. – 236 с.

40. Другов О.О. Регіональна політика соціально-економічного розвитку / О.О. Другов // Формування ринкових відносин в Україні. – №8 (51). – 2005. – С. 54-60.

41. Дяченко Т.О. Взаємозв'язок розвитку корпорації із застосуванням корпоративної культури / Т.О. Дяченко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – №10. – С. 7-10.

42. Єранкін О. Деякі питання удосконалення управління акціонерних товариств в Україні / О. Єранкін // Ринок цінних паперів України. – 2003. – № 7-8. – С.41-50.

43. Жадан О.В. Організаційно-економічне забезпечення функціонування та розвитку акціонерного товариства: Автореф. дис. канд. екон. Наук: 08.06.01 / Харк. держ. екон. ун-т. – Х., 1998. – 16 с.

44. Желюк Т.Л. Планування соціально-економічного розвитку регіону (на прикладі Тернопільської області): Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.02.03 / Київський національний економічний університет / Т.Л. Желюк. – Київ, 2000. – 20 с.

45. Задихайло Д.М., Кібенко О.Р., Назарова Г.В. Корпоративне управління: Навч. пос. / За ред. Д.М. Задихайло / О.Р. Кібенко, Г.В. Назарова. – Х.: Еспада, 2003. – 688 с.

46. Закон України "Про благодійництво та благодійні організації" від 19 вересня 1997 р. // <http://www.rada.gov.ua>.

47. Закон України "Про екологічний аудит" від 24 червня 2004 року.

48. Закон України "Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування" // Уряд. кур'єр. – 2003. – № 150.

49. Закон України "Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності" // Відомості Верховної Ради. – 1999. – № 23. – Ст. 121.

50. Закон України "Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття" // Людина і праця. – 2000. – № 7. – С. 3-31.

51. Закон України "Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності та витратами, зумовленими народженням та похованням" // Відомості Верховної Ради. – 2001. – № 23. – Ст. 121.

52. Закон України "Про зайнятість населення" // Відомості Верховної Ради. – 1991. – № 14. – Ст. 170.

53. Закон України "Про захист прав споживачів" // <http://www.rada.gov.ua>.

54. Закон України "Про колективні договори і угоди" // Відомості Верховної Ради. – 1993. – № 36. – Ст. 361.
55. Закон України "Про недержавне пенсійне забезпечення" // Уряд. кур'єр. – 2003. – № 169.
56. Закон України "Про оплату праці" // Відомості Верховної Ради. – 1995. – № 17. – Ст. 121.
57. Закон України "Про організації роботодавців" // Відомості Верховної Ради. – 2001. – № 32. – Ст. 171.
58. Закон України "Про охорону навколишнього природного середовища" // <http://www.rada.gov.ua>.
59. Закон України "Про охорону праці" // Відомості Верховної Ради. – 1992. – № 49. – Ст. 668.
60. Закон України "Про професійні спілки України, їх права та гарантії діяльності" // Відомості Верховної Ради. – 1999. – № 45. – Ст. 397.
61. Закон України "Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини" // Відомості Верховної Ради. – 2009. – № 84.
62. Занфіров В.А. Державне регулювання соціально-економічного розвитку регіону: Автореф. дис. канд. наук з державного управління: 25.00.02 / Національна академія державного управління при Президентіві України / В.А. Занфіров. – Київ, 2006. – 20 с.
63. Згуровський М.З. Сталий розвиток регіонів України [Текст] / М.З. Згуровський. – К.: НТУУ "КПІ", 2009. – 197 с.
64. Иванов А.Н. Акционерное общество: управление капиталом и дивидендная политика / А.Н. Иванов. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 139 с.
65. Іваннікова Н.А. Особливості формування людського потенціалу підприємств машинобудування / Н.А. Іваннікова // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – Запоріжжя, 2006. – № 4. – С. 141-145.
66. Камілова Е.Р. Розвиток акціонерних товариств в Україні / Е.Р. Камілова // Економіка АПК. – 2003. – № 3. – С.62-65.
67. Карпенко Д. Социальные вопросы в корпорации / Д. Карпенко // Компаньон, 2006. – №310. – С. 40-45.
68. Кірдан О.П. Особливості акціонування як форми реалізації колективної власності в Україні / О.П. Кірдан // Формування ринкових відносин в Україні: 36. наук. пр. – К., 2004. – Вип.1 (32). – С.84-87.
69. Ковалев В.Р. Основы теории корпоративного управления / В.Р. Ковалев; Рос. акад. наук; Ин-т проблем регион. Экономии. – СПб.; Гатчина: [б. и], 2004. – 300 с.
70. Кодекс законів про працю України / Ел. ресурс: <http://www.rada.gov.ua>.

71. Кодекс поведінки державних службовців № 5585 від 02.06.2004 р. Дніпропетровської ОДА, препринт. – 15 с.
72. Козаченко Г.В., Воронкова А.Е. Корпоративне управління: Підручник для вузів / Г.В. Козаченко, А.Е. Воронкова. – К: Лібра, 2004. – 368 с.
73. Козлова О.В. Дивідендна політика акціонерного товариства / О.В. Козлова // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект: Сб. науч. тр. – Донецк, 2004. – Ч.2. – С. 607-610.
74. Колот А.М. Соціально-трудові відносини: теорія і практика регулювання: монографія. – Київ. нац. екон. ун-т, 2003.
75. Конвенція МОП № 100 "Про рівну винагороду", 1951 // <http://zakon1.rada.gov.ua>.
76. Концепція подолання корупції в Україні "На шляху до доброчесності": Затв. Указом Президента України від 11 вересня 2006 р. № 742/2006 // Офіц. вісн. України. – 2006. – № 37. – С. 25-40.
77. Короленко М.В. Дивідендна політика акціонерного товариства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.lib.academy.sumy.ua.
78. Корпоративне управління як шлях до підвищення ефективності бізнесу, залучення інвестицій і захисту інтересів акціонерів: Матеріали круглого столу. – К.: Б.В., 2000. – 68 с.
79. Корпоративный симбиоз HR & PR: американский и российский опыт // Управление персоналом. – 2006. – №24. – С. 102-107.
80. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Пер. з англ. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с.
81. Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность. – К.: Знание, 2007. – 210 с.
82. Кузнецов В.С. Проблемы захисту прав акціонерів в Україні / В.С. Кузнецов // Проблеми розвитку державних і місцевих фінансів: Наук.-теорет. конф., Київ, 10-11 квіт. 2003 р. – К., 2003. – С. 179-185.
83. Кузьменко Л.М. Управління функціонуванням і економічним розвитком економіки регіону: [монографія] / НАН України: ІЕП / Л.М. Кузьменко. – Донецьк, 2004. – 342 с.
84. Кузьмін О.Є., Кудря Я.В. Організація діяльності вітчизняних корпорацій / О.Є. Кузьмін, Кудря Я.В. // Вісник економічної науки України. – 2007. – №2. – С. 91-97.
85. Кузьмін О.Є., Мороз А.С., Подольчак Н.Ю., Шуляр Р.В. Трансформація підприємств: економічна оцінка і побудова системи менеджменту: [монографія] / О.Є. Кузьмін, А.С. Мороз, Н.Ю. Подольчак, Р.В. Шуляр. – Львів: Вид-во НЦ Львівська політехніка, 2005. – 336 с.

86.Куліш А. Соціальна відповідальність бізнесу в банківській сфері у запитаннях і відповідях. Вид 2-ге. – К., 2007. – 156 с.

87.Куліш А. Соціальна відповідальність бізнесу в банківській сфері у запитаннях і відповідях. – К, 2004. – 80 с.

88.Кунц Г., О'Донелл С. Управление: системный и ситуационный анализ управленческих функций / в 2 т.: пер. с англ. Гарольд Кунц, Сирил О'Донелл. – М.: Прогресс, 1981. – 940 с.

89.Кучеренко О. Право акціонерів на отримання частини прибутку акціонерного товариства/ О.Кучеренко // Вестн. бухгалтера и аудитора Украины. – 2004. – № 23-24. – С. 26-30.

90.Лазаренко О., Колишко Р. та ін. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності. – К.: Вид. "Енергія", 2008. – 149 с.

91.Лазаренко О. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: експертна думка: зб. статей та рекомендацій. – К.: Стилос, 2007. – 156 с.

92.Лазаренко О., Колишко Р. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності. – К.: Видавництво "Енергія", 2008. – 89 с.

93.Либоракина М.И. Социально ответственный бизнес: глобальные тенденции и опыт стран СНГ / Фонд "Институт экономики города". – Москва, 2001. – 191 с.

94.Либоракина М.И. Социально ответственный бизнес: глобальные тенденции и опыт СНГ / М.И. Либоракина. – М.: Фонд "Институт экономики города", 2001. – С.9.

95.Лігоненко Л.О., Клоченко Л.В., Юрчук Н.В. Дивідендна політика підприємства: Навчальний посібник / Л.О. Лігоненко, Л.В. Клоченко, Н.В. Юрчук. – К.: КДТЕУ, 2000. – 67 с.

96.Литовченко С.Е. Доклад о социальных инвестициях в России. – М.: Ассоциация менеджеров, 2004. – 115 с.

97.Лукьяненко В.И. Теория и методика социальной работы: Учебное пособие. – М.: Издательство "Союз", 1994. – 339 с.

98.Маслоу А. Мотивация и личность / А. Маслоу. – СПб.-б.: Питер, 2003. – С. 124-129.

99.Мельник Т.М., Хайлук С.О. Деякі аспекти аналізу та прогнозування дивідендної політики вітчизняних акціонерних товариств / Т.М. Мельник, С.О. Хайлук // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: Зб. тез доповідей VII Всеукраїнської науково-практичної конференції (25-26 листопада 2004 р.): Збірник: Наукове видання. – Суми: УАБС НБУ, 2004. – 132 с.

100.Мерззликина Г.С. Корпоративное управление: Учеб. Пособие / Г.С. Мерззликина, С.В. Передунова. – Волгоград: Политехник, 2003. – 255 с.

101. Методологія та методика визначення інтегральних соціальних показників / Відп. ред. Ю.І. Сасенко. – К.: Ін-т соціології НАНУ, 2004. – 372 с.
102. Міжнародний пакт про економічні, соціальні і культурні права // Ел. ресурс: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.
103. Мірзодасєва Т. Організаційно-економічний механізм регулювання регіонального розвитку України / Т. Мірзодасєва // Наука молода. – № 4. – 2005. – С. 38-44.
104. Могилевский С.Д. Акционерные общества / Гл. ред. Ю.В. Луизо. – М.: Дело: Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации, 1998. – 534 с.
105. Модели социального развития России: роль бизнеса. Публичный отчет по результатам международной конференции, 12 ноября 2003 г. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.amr.ru>.
106. Небава М.І., Небава І.М. До питання про соціальну відповідальність бізнесу // Теорії мікро-макроекономіки: Збірник наукових праць професорсько-викладацького складу і аспірантів. Академія муніципального управління. Випуск 28. – Київ, 2006. – С.15-21.
107. Небава Н.Г. Теорія корпоративного управління: Вузлові питання: Навч. посібник / Н.Г.Небава. – К.: ЦНЛ, 2004. – 245 с.
108. Олексюк О.І. Управління потенціалом акціонерних товариств (на матеріалах підприємств цементної промисловості України): Автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. екон. наук: 08.06.01 / Київ. нац. екон ун-т / О.І. Олексюк. – К., 2001. – 20 с.
109. Орехов С.А. Современное корпоративное управление: Проблемы теории и практики / С.А. Орехов. – М.: Маркет ДС Корпорейшн, 2004. – 246 с.
110. Осецький В. Л., Марченко В. М. Соціальна відповідальність корпорацій України як фактор забезпечення їхньої конкурентоспроможності // Економіка та держава, № 1, 2007. – С. 9-12.
111. Осецький В.Л. Соціальна відповідальність корпорацій як фактор забезпечення їхньої конкурентоспроможності / В.Л. Осецький // Економіка та держава. – 2007. – №1. – С.9-12.
112. Осовська Г.В. Проблеми соціально-економічного розвитку регіону: [монографія] / Г.В. Осовська, С.М. Рижук, А.І. Величко. – Житомир: ЖДТУ, 2005. – 342 с.
113. Павлов В. Методологія формування та механізми реалізації політики соціально-економічного розвитку регіону / В. Павлов // Регіональна економіка. – 2001. – № 1. – С. 18-29.
114. Перевязкина А.С. Совершенствование корпоративных отношений как фактор эффективного функционирования акционерных обществ: Автореф. дис. канд. эконом. наук: 08.00.05 / Ин-т соц.-экон. и энергетич.

проблем Севера Коми НЦ УрО РАН / А.С. Перевязкина. – Сыктывкар, 2005. – 22 с.

115. Петрос О.М. Соціальний діалог як інструмент формування корпоративної політики сучасних підприємств в Україні: [навч. посіб] / Ольга Михайлівна Петрос. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 60 с.

116. Петрос О.М. Соціальний діалог як інструмент формування корпоративної соціальної політики: [монографія] / Ольга Михайлівна Петрос. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 152 с.

117. Петруня Ю.Є. Акціонерні товариства в Україні: внутрішні фактори ефективності // Международная научно-практическая конференция "XXI столетие – проблемы и перспективы освоения месторождений полезных ископаемых", Днепропетровск, 12-14 октября, 1998 год: Сб. науч. тр. Нац. горн. акад. Украины. – Днепропетровск, 1998. – №3, т.7. – С. 174-177.

118. Пігуль Н.Г. Проблеми розвитку корпоративного управління в Україні та шляхи їх розв'язання: [Особливості реалізації корпоративного управління акціонерними товариствами в сучасних економічних умовах] / Н.Г. Пігуль // Вісн. Укр. академії банківської справи. – 2004. – № 1. – С.23-26.

119. Полищук О. Ответственное поведение в бизнесе не приводит к значительному росту капитализации / О.Полищук // Бізнес. – 2007. – №36. – С. 68-71.

120. Положення "Про Національну тристоронню соціально-економічну раду" / Затверджене Указом Президента України від 29.12.2005 №1871 // <http://www.rada.gov.ua>.

121. Порохнявий Ю.Б. Соціальна безпека / Ю.Б. Порохнявий, О.О. Волощук, Л.І. Ільчук // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.cpsr.org.ua.

122. Порядок підготовки, укладання та виконання угоди щодо регіонального розвитку та типова угода щодо регіонального розвитку. Затв. Постановою Кабінету Міністрів України 23.05.2007 № 751 // Офіційний вісник України. – 2007. – № 39. – 1546 с.

123. Преображенский В.А. Корпорации и корпоративное управление на рубеже веков / В.А. Преображенский. – Ярославль: Аверс-Пресс, 2001 – 530 с.

124. Пріоритетні напрями розвитку корпоративного управління в акціонерних товариствах: Постанова Кабінету Міністрів України від 18.01.2003 № 25-р // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.kmu.gov.ua. Про акціонерні товариства: Закон України від 17.09.08 р. №514-VI // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua. Про господарські товариства: Закон України від 19.09.91 р. №1576-XII // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua. Про Концепцію [основи державної політики] національної

безпеки України: Постанова // Право України. – 1997. – № 3. – ст. 84-89; Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 10. – 85 с.

125. Про Концепцію державної регіональної політики: Указ Президента України від 25 травня 2001 р. № 341 // Офіційний вісник України. – 2001. – № 22. – 983 с.

126. Про основи національної безпеки: Закон України від 19 червня 2003 р. № 964-IV // Офіційний вісник України. – 2003. – № 29. – 1433 с.

127. Про розвиток соціального діалогу в Україні: Указ Президента України від 29.12.2005 № 1871 // <http://www.rada.gov.ua>.

128. Про стимулювання розвитку регіонів: Закон України від 8 вересня 2005 р. № 2850-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2005. – № 51. – 548 с.

129. Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції: 36. наук. пр. / Ред.: М.І. Долішній; Луц. держ. техн. ун-т. – Луцьк: Надстир'я, 2000. – 110 с.

130. Регіональний людський розвиток: Статистичний бюлетень / Держкомстат України. Відп. за випуск І. Калачова. – К., 2007. – 30 с.

131. Романюк С.А. Політика регіонального розвитку в Україні: сучасний стан і нові можливості / С.А. Романюк // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ji.lviv.ua>.

132. Садчиков С.А. Теоретическое обоснование основных характеристик среднего класса в Украине / С.А. Садчиков // Економіка розвитку. – 2005 – № 1(33) – С. 37-41.

133. Сазонець І.Л. Організаційно-економічний механізм функціонування акціонерних товариств: Автореф. дис. на здоб. наук. ступ. д-ра екон. наук 08.06.01 / НАН України. Ін-т економіки пром-сті / І.Л. Сазонець. – Донецьк, 1999. – 36 с.

134. Сазонець І.Л. Інвестиційна діяльність корпорацій: Навч. посіб. / І.Л. Сазонець, О.Д. Сучкова. – К.: МАУП, 2007. – 192 с.

135. Сазонець І.Л. Інвестування: міжнародний аспект: Навч. посіб. / І.Л. Сазонець, В.А. Федорова. – К.: ЦУЛ, 2007. – 272 с.

136. Сазонець І.Л. Корпоративне управління: Навч. посіб. / І.Л. Сазонець, П.І. Сокуренько, Ю.В. Вдовиченко. – Донецьк: "Юго-Восток", 2007. – 372 с.

137. Сазонець І.Л. Корпоративне управління: світовий досвід та механізми залучення інвестицій: Навч. пос. / І.Л. Сазонець. – К.: ЦУЛ, 2008. – 304 с.

138. Сазонець О.М. Інформаційна складова глобальних економічних процесів: Монографія / О.М. Сазонець. – Донецьк: "Юго-Восток", 2007. – 360 с.

139. Саприкіна М.А. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: посібник. – К.: Вид-во "Фарбований лис", 2011. – 480 с.

140. Семенов В.А. Проектирование систем корпоративного управления: учебно-методическое пособие / В.А. Семенов. – Пермь: Ред.-изд. отд. Пермского гос. ун-та, 2007. – 340 с.

141. Сірко А.В., Найда Н.М. Проблеми корпоративної культури в період трансформування економіки / А.В. Сірко, Н.М. Найда // Регіональні перспективи. – 2000. – №2-3. – С. 123-124.

142. Скудар Т.М. Стратегія стійкого розвитку акціонерного товариства в умовах формування ринкової економіки (на прикладі заводів важкого машинобудування): Автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. екон. наук. 08.02.03 / НАН України. Ін-т економіки пром-сті / Т.М. Скудар. – Донецьк, 1997. – 26 с.

143. Слабошпицький М.Ф. Українські меценати: Нариси з історії української культури. – К.: Вид-во “Ярославів Вал”, 2001. – 190 с.

144. Смирнов С.С., Исаев Н.А. Социальная политика. Новый курс // Вопросы экономики. – № 2, 1999. – С. 21-29.

145. Сокуренько П.І. Соціальна відповідальність бізнесу / П.І. Сокуренько // Матеріали науково-практичної конференції “Громадянське суспільство України у площині економічного, правового, політичного та духовного розвитку”. – Черкаси, 26 травня 2006 р. – С. 94-96.

146. Социальная ответственность бизнеса (по материалам экспертных интервью). 2007 б. Фонд “Общественное мнение”. <http://bd.fom.ru>.

147. Социальная ответственность бизнеса (по материалам экспертных интервью). 2004 б. Фонд “Общественное мнение”. <http://bd.fom.ru>.

148. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка/ Под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. – М., 2003. – 125 с.

149. Социальная работа: теория и практика: Учеб. пособие / Отв. ред. д.и.н., проф. Е.И. Холостова, д.и.н. А.С. Сорвина. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 427 с.

150. Соціальна безпека: теорія та українська практика / За ред. І.Ф. Гнибіденка, А.М. Колота, В.В. Рогового. – К.: КНЕУ, 2006. – 292 с.

151. Соціальний розвиток України: сучасні трансформації та перспективи / С.І. Бандур, В.І. Куценко та ін. За заг. ред. д-ра екон. наук, проф., чл.-кор. НАН України Б.М. Данилишина. – Черкаси: Брама-України, 2006. – 760 с.

152. Спасибо-Фатеева И.В. Акционерные общества: корпоративные правоотношения / И.В. Спасибо-Фатеева / Нац. юрид. акад. Украины им. Ярослава Мудрого. – Х.: Право, 1998. – 249 с.

153. Статистичний бюлетень “Виконання будівельних робіт в Україні за січень-червень 2012 року” / 16.07.2012 № 03/6-33/845.

154. Статистичний щорічник України за 2009 рік. – К.: Державний комітет статистики України, 2010. – 540 с.

155. Статистичний збірник "Житлове будівництво у Дніпропетровській області" / Вих. № 04/12–70 від 25.06.2010 р. – 210 с.
156. Статистичний бюлетень "Виконання будівельних робіт за 2009 рік", м. Дніпропетровськ / Вих. № 04/14–06 від 28.01.2010 р.
157. Степанова О.В. Соціально відповідальне управління промисловими підприємствами: проблеми формування та напрямки реалізації / О.В. Степанова // Вісник Сум. нац. аграр. ун-ту. Серія "Економіка та менеджмент". – 2007. – № 6-7 (26-27). – С. 404-414.
158. Стратегія економічного та соціального розвитку України на 2004-2015 роки "Шляхом європейської інтеграції" / Авт. колектив: А.С. Гальчинський, В.М. Геєць та ін. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004. – 416 с.
159. Суторміна В.М. Фінанси зарубіжних корпорацій: Навч. посіб. / За ред. В.М. Федосова / В.М. Суторміна. – К.: Либідь, 1993. – 247 с.
160. Ткаченко Л. Г. Соціальна відповідальність підприємця у вимірах масової свідомості / Л.Г. Ткаченко // Соціальна перспектива і регіональний розвиток: філософія, політика, соціологія: Збірник наукових праць. – Запоріжжя: ЗНУ, 2006. – № 1. – С. 64-70.
161. Управління акціонерним товариством (корпоративне управління в Україні): Посібник / Н. Рязанова та ін. – К.: Брит. Фонд Ноу-Хау "Століття", 1999. – 182 с.
162. Форрестер Дж. Основы кибернетики предприятия (индустриальная динамика). – М.: Прогресс, 1971. – 340 с.
163. Хамініч С.Ю. Соціальна роль освіти як імператив управлінської діяльності / С.Ю. Хамініч // Матеріали регіональної науково-методичної конференції "Формування стратегії конкурентоспроможності освіти в регіоні", м. Жовті Води, 8-9 жовтня 2004 р. – С. 48-51.
164. Хоменко Л.Г. История отечественной кибернетики и информатики. – К.: Ин-т кибернетики им. В. М. Глушкова НАН Украины, 1998. – 455 с. – С. 18.
165. Чердаков В.А. Науково-методичні основи формування корпоративного сектору в процесі приватизації: Автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. екон. наук. 08.02.03 / НДЕІ Мін. ек-ки з пит. євр. інтегр. України / В.А. Чердаков. – К., 2005. – 21 с.
166. Черевко О.В. Методологічні аспекти моделювання програмної реалізації конкурентної стратегії соціально-економічного розвитку регіону / О.В. Черевко / Конкуренція. Вісник Антимонопольного комітету України. – 2006. – №4 (23). – С. 31-38.
167. Чечетов М., Мендрул О. Корпоративне управління в умовах економічної трансформації / М.Чечетов, О.Мендрул // Економіка України. – 2001. – №4. – С. 10-19.

168. Чорна Т. А. Захист прав акціонерів за реорганізації акціонерних товариств / Т.А. Чорна // Вісник Київського ун-ту ім. Т. Шевченка. – Серія "Міжнародні відносини". – К., 1998. – Вип. 8. – С. 94-99.

169. Шихвердиев А.П., Серяков А.В. Качественный индекс социальных инвестиций как показатель эффективности корпоративной социальной ответственности // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.csrjournal.com/lib/2033-kachestvennyjj-indeks-socialnykh-investicijj-kak.html>.

170. Шкільняк М.М. Акціонерні товариства та їх розвиток в сучасних умовах: Автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. екон. наук. 08.06.01 / Терноп. акад. нар. госп-ва / М.М. Шкільняк. – Тернопіль, 1998. – 15 с.

171. Энтов Р.М. Корпоративное управление и саморегулирование в системе институциональных изменений / Р. Энтов и др. – М.: ИЭПП, 2006. – 186 с.

172. Яковенко С.І. Формування комплексного механізму діяльності корпорації / С.І. Яковенко // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №11. – С. 149-151.

173. Ястремська О.М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади / О.М. Ястремська. – Харків: Вид-во ХНЕУ, 2004. – 472 с.

174. Overview of Corporate Social Responsibility // Issue brief, Business for Social Responsibility, 2003.

175. "Business and economic development: the impact of corporate responsibility standards and practices", Business for Social Responsibility, USA, 2003.

176. Chemberlain N.W. The Limits of Corporate Responsibility. – N.Y.: McGraw Hill, 1973. – P. 7.

177. Davis K. The Meaning and Scope of Social Responsibility // Contemporary management. Issues and Viewpoints / K.Davis. – Englewood Cliffs, 1974. – P.630, 633.

178. Fitch H.G. Achieving corporate social responsibility / H.G. Fitch. – N.Y. Academy of Management Review, 1976. – P. 38-46.

179. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits / M. Friedman // In: A Managerial Odissey. Problems in Business and its Environment. Reading (Mas.), 1975. – P.13.

180. Grais W. Corporate governance and stakeholders financial interests in institutions offering Islamic financial services / Wafik Grais, Matteo Pellegrini. – Washington: World bank, Financial and private sector development network, 2006. – P. 114-115.

181. Green paper European Commission "ЕС: поддержка принципов корпоративной социальной ответственности", 1992. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.greenpaper.org>.

182. Layton E.T., jr. The Revolt of the Engineers. Social Responsibility and the American Engineering Profession. – Cleveland-London, 1971. – P. 6.

183. McKie J.W. Changing views // In: Social Responsibility and Business Predicament. – Washington, 1973. – P. 29.

184. Preston L.E. Corporation and Society: the Search for a Paradigm / L.E.Preston // Journal of Economic Literature, 1975. – Vol. 13. – №2. – P. 435.

185. Sethi S.P. Japanese Business and Social Conflict. A Comparative Analysis of Response Patterns with American Business. – Cambridge (Mass.), 1975. – P. 19.

186. Sterman J.D. Business Dynamics: Systems Thinking and Modeling for a Complex, World. – Boston: McGraw-Hill Companies, 2000.

187. The Unstable Ground. Corporate Social Policy in a Dynamic Society. – Los Angeles, 1974. – P. 99-102.

188. www.kmu.gov.ua – офіційний сайт "Урядовий портал"; www.me.gov.ua – офіційний сайт Міністерства економіки України; www.niss.gov.ua – офіційний сайт Національного інституту стратегічних досліджень; www.ukrstat.gov.ua – офіційний сайт Державного комітету статистики України; www.worldbank.org – офіційний сайт Світового банку; www.zakon.rada.gov.ua – офіційний сайт "Законодавство України".

189. ASEAN Basic Documents [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.asean.org/asean/asean-secretariat/basic-documents>.

190. ASEAN Centres & Facilities [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.asean.org/asean/asean-centres-facilities>.

191. Beyond Japan: The Dynamics of East Asian Regionalism (Cornell Studies in Political Economy) / Peter J. Katzenstein (Editor), Takashi Shiraishi (Editor) // Cornell University Press (March 2006).

192. Department Mission Statement USA [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.state.gov/r/pa/ei/bgn/3997.htm>.

193. Forbes Global 2000, 2011. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.forbes.com/lists/2010/18/global-2000-10_The-Global-2000_Rank.html.

194. Institutions, Institutional Change and Economic Performance (Political Economy of Institutions and Decisions) // Douglass C. North (Author) / Publisher: Cambridge University Press (October 26, 1990) – 159 p.

195. RBC news [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rbc.ru/rbcfreenews/54d6e7d39a794762f7e071c9>.

196. Regional Integration in Europe and Asia: Legal, Economic, and Political Perspectives (Transformation, Development, and Regionalization in Greater Asia)/ Sung-hoon Park, Kim Heungchong // Nomos Verlagsgesellschaft (2009). – 322 p.

197. Statistics of UNCTAD [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tdr2014overview_ru.pdf.

198. Statistics of UNCTAD [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://unctad.org/en/Pages/DIAE/FDI%20Statistics/World-Investment-Report-\(WIR\)-Annex-Tables.aspx](http://unctad.org/en/Pages/DIAE/FDI%20Statistics/World-Investment-Report-(WIR)-Annex-Tables.aspx).

199. Statistics of UNCTAD [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/downloadPrompt.aspx>.

200. Statistics of UNCTAD [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unctad.org/en/Pages/DIAE/World%20Investment%20Report/Annex-Tables.aspx>.

201. Statistics of UNCTAD [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unctad.org/en/Pages/DIAE/World%20Investment%20Report/Annex-Tables.aspx>.

202. The Central Intelligence Agency [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/appendix/appendix-d.html>.

203. The IMF at a Glance [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.imf.org/external/about.htm>.

204. UNCTAD: доклад о торговле и развитии, 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tdr2014overview_ru.pdf.

205. Web portal of Deutschland.de and "DE magazine Deutschland". – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.deutschland.de/ru/topic/okruzhayushchaya-sreda/zemlya-i-klimat/ustoychivoe-razvitie>.

206. Арабский валютный фонд [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://amf.org.ae/aboutamf>.

207. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

208. Євдокимова А.В. Концептуальна модель активності громад для задач формування портфелю грантових проектів соціально-економічного розвитку громад, які підтримуються міжнародними організаціями [Електронний ресурс] / А.В. Євдокимова // Управління проектами та розвиток виробництва. – 2011. – № 4. – С. 134-139.

209. Журнал "Лига финансы". Инфографика: Кому и сколько должна Украина за рубежом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://finance.liga.net/economics/2013/12/6/infografica/36628.htm>.

210. Ільченко-Сюйва Л.В. Наднаціональність міжнародних економічних організацій як фактор творення державної економічної політики [Електронний ресурс] / Л.В. Ільченко-Сюйва, Л.В. Бабій // Економіка та держава. – 2009. – № 8. – С. 48-51.

211. Международный Валютный Фонд. Информационная справка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.imf.org/external/np/exr/facts/rus/groupsr.pdf>.

212. Міжнародний товарообіг США [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bea.gov>.

213. Міокова Н.В. Державна політика співробітництва з міжнародними фінансовими організаціями в умовах світової економічної кризи [Електронний ресурс] / Н.В. Міокова // Економіка та держава. – 2010. – № 7. – С. 110-112.

214. Национальная стратегия устойчивого развития 10 лет устойчивого развития "made in Germany" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bundesregierung.de/Content/DE/_Anlagen/Nachhaltigkeit-wiederhergestellt/2012-06-01-kurzpapier-n-ussisch.pdf?__blob=publicationFile.

215. Організаційно-функціональна структура ASEAN: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.asean.org/images/2013/other_documents/contact_us.jpg.

216. Пенська І.О. Вплив міжнародних фінансових організацій на економічний розвиток України [Електронний ресурс] / І.О. Пенська // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2014. – № 2. – С. 18-24.

217. Світовий Банк (World Bank Open Data) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://data.worldbank.org>.

218. Статистичний портал Росії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ved.gov.ru/exportcountries/cn/cn_ru_relations/cn_ru_trade/.

ДОДАТОК

МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
Дніпропетровська державна фінансова академія

АНКЕТА
стандартизованого інтерв'ю з питань
розвитку соціальної відповідальності бізнесу як елементу
формування організаційної культури у технологіях управління
підприємствами.

м. ДНІПРОПЕТРОВСЬК
2012 р.

Шановні громадяни!

Кафедрою менеджменту ДДФА проводиться соціологічне дослідження, метою якого є вивчення питань соціальної відповідальності бізнесу як елементу формування організаційної культури у технологіях управління підприємствами, та Вашого ставлення до формування соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

Основні завдання дослідження полягають у з'ясуванні проблем щодо соціальної відповідальності інституцій, а також у визначенні пріоритетних видів підтримки та послуг, яких потребують корпорації задля здійснення соціальної відповідальної місії в Україні.

Просимо Вас відповісти на запропоновану анкету.

Заздалегідь вдячні Вам за відповіді!

I. Основні актуальні питання сучасного стану соціальної відповідальності бізнесу.

1. Охарактеризуйте Ваше підприємство:

1. Державний заклад;
2. Пенсійний фонд;
3. Банк;
4. Підприємство;
5. Небанківська фінансова установа;
6. Страхова компанія.

2. Засновники організації (виберіть варіант відповіді):

	Позначте (+)
Фізичні особи	
Комерційна організація	
Релігійна організація	
Держава	
Громадська організація	
Інші (які саме):	

3. Чи надає Ваша організація такі види послуг:

	Позначте всі відповіді, що підходять (+)
Психологічні	
Освітні	
Інформаційні	
Юридичні	
Медичні	
Побутові	
Посередницькі	
Послуги з працевлаштування	
Інші (які саме):	

4. Обсяги здійснення соціальної діяльності за рік (обсяг витрат на соціальну діяльність):

	Позначте (+)
до 50 тис. грн	
до 100 тис. грн	
до 500 тис. грн	
Інше	

5. Які організації Ви знаєте, що активно розвивають соціальну відповідальність у Вашому регіоні (області)? Якщо можете, надайте контактну інформацію:

Назва	Контакти
1.	
2.	
3.	

6. Дайте оцінку здійснення соціальних заходів у Вашому регіоні:

1. Незадовільно;
2. Задовільно;
3. Добре;
4. Відмінно.

7. Чи здійснює Ваша компанія на регулярній основі внутрішні або зовнішні соціальні програми?

- так, регулярно - досить часто
- ні, не здійснює - інколи

8. Чи надає Ваша організація цільову матеріальну допомогу різним категоріям населення?

- так, регулярно - досить часто
- ні, не надає - інколи

Якщо "Так", то яким саме категоріям населення (вказіть ці категорії):

1. -
2. -
3. -

9. Чи використовує Ваша компанія принципи здійснення соціальної відповідальності, затверджені найвищим виконавчим органом?

- так, регулярно - досить часто
- ні - інколи

II. Роль корпоративної соціальної відповідальності при формуванні організаційної культури.

10. Дайте характеристику різним напрямам соціальних програм у Вашій компанії.

		Дуже ефективно	Ефективно	Помірно ефективно	Не ефективно
1.	Добросовісна ділова практика				
2.	Розвиток місцевого співтовариства				
3.	Розвиток персоналу				
4.	Охорона здоров'я і безпечні умови праці персоналу				
5.	Природоохоронна діяльність і ресурсозбереження				
6.	Інше				

11. Які підрозділи більш ефективні в реалізації соціальних програм.

		Дуже ефективно	Ефективно	Помірно ефективно	Не ефективно
1.	Відділ маркетингу				
2.	Служба реклами і PR				
3.	Підрозділ по соціальному розвитку				
4.	Найвищий виконавчий орган				
5.	Служба управління персоналом				
6.	Підрозділ по екології і охороні навколишнього середовища				
7.	Засновано окрему неприбуткову організацію				
8.	Інший підрозділ				

12. Які три найбільші досягнення Вашої організації в розвитку соціальної відповідальності

1. _____; 2. _____; 3. _____

13. Вкажіть три пріоритетних завдання Вашої організації в розвитку соціальної відповідальності

1. _____; 2. _____; 3. _____

14. Наскільки часто використовується звітна інформація про соціальні програми, які реалізуються, в розробці технології управління компанією у формі:

		Регулярно	Досить часто	Інколи	Не використовується
1.	Брошура з описом соціальних програм				
2.	Інформація на сайті компанії				
3.	Корпоративний соціальний звіт				
4.	Така інформація в звітному форматі не існує				
5.	Як розділ річного звіту				
6.	Інше				

15. Яка окрема установа більш ефективна для провадження соціальної відповідальності, дайте їй характеристику:

		Дуже ефективно	Ефективно	Помірно ефективно	Не ефективно
1.	Корпоративний фонд (благодійний фонд, створений бізнес-корпорацією, комерційною установою для ведення систематичної благодійної діяльності; найчастіше більша частина фінансових надходжень корпоративного фонду – внески компанії-засновника).				
2.	Операційний фонд (фонд, заснований юридичними або фізичними особами, який спрямовує більшу частину своєї діяльності на реалізацію власних проєктів та програм, залучаючи зовнішні джерела фінансування).				
3.	Громадський фонд (фонд, який діє в чітко визначеному регіоні з метою вирішення проблем мешканців даного регіону через реалізацію місцевих проєктів та програм; для своєї діяльності фонд може використовувати різноманітні місцеві джерела фінансування).				
4.	Благодійна організація (недержавна організація, заснована юридичними або фізичними особами, головною метою якої є здійснення благодійної діяльності в інтересах суспільства або окремих категорій осіб).				
5.	Інші (які саме):				

16. На які галузі соціальної сфери та корпоративної культури направлена діяльність Вашої організації.

		Регулярно	Досить часто	Інколи	Ніколи
1.	Дозвілля				
2.	Екологія				
3.	Культура				
4.	Наука і технології				
5.	Освіта				
6.	Охорона здоров'я				
7.	Підтримка громадських ініціатив				
8.	Підтримка розвитку бізнесу				
9.	Права людини				
10.	Розвиток громади				
11.	Розвиток медіа				
12.	Соціальний захист				
13.	Інші (які саме):				

17. Які соціальні категорії найбільше впливають на розвиток соціальної відповідальності Вашого підприємства.

		Регулярно	Досить часто	Інколи	Ніколи
1	Фізичні особи				
2	Громадські організації				
3	Державні установи				
4	Органи місцевого самоврядування				
5	Політичні партії				
6	Профспілки				
7	Інші організації:				

18. Які проблеми формування соціальної відповідальності на підприємстві Вас турбують більше всього?

		Турбує	Досить часто	Інколи	Не турбує
1.	Авторитарні методи управління				
2.	Корупція				
3.	Некомпетентність представників органів влади				
4.	Невпевненість в завтрашньому дні				
5.	Низькі темпи розвитку корпоративної культури				
6.	Підвищення цін				
7.	Зниження рівня життя				
8.	Збільшення темпів безробіття				
9.	Відсутність корпоративного кодексу на підприємстві				
10.	Гендерні питання				
11.	Низька ефективність управління				
12.	Інше (що саме):				

19. Які з наведених нижче видів соціальної діяльності найбільше впливають на формування корпоративної культури

		Регулярно	Досить часто	Інколи	Ніколи
1.	Представлення та захист інтересів, лобіювання				
2.	Проведення досліджень				
3.	Моніторинг та оцінка				
4.	Навчання				
5.	Консультавання				

6.	Стажування				
7.	Соціальний супровід				
8.	Соціальна / медична / психологічна реабілітація				
9.	Проведення благодійних акцій (благодійних концертів, ярмарків, аукціонів, теле- і радіомарафонів)				
10.	Технічне оснащення (дооснащення) медичних / соціальних / освітніх закладів сучасним устаткуванням				
11.	Підтримка діяльності ресурсних / інформаційних / консультаційних центрів				
12.	Розробка та видання інформаційно-методичних матеріалів				
13.	Аналіз політики				
14.	Законодавчі ініціативи				
15.	Інші (які саме):				

20. Як Ваша організація зазвичай поширює інформацію про себе та власну діяльність (виберіть усі відповіді, що підходять):

		Регулярно	Досить часто	Інколи	Ніколи
1.	Подаємо інформацію в пресу				
2.	Видаємо власний бюлетень				
3.	Поширюємо буклети, листівки про організацію				
4.	Через власну веб-сторінку				
5.	Проводимо презентації				
6.	Участь у конференціях				
7.	Видаємо річні звіти				
8.	Надаємо інформацію в довідники				
9.	Ніяк, люди самі дізнаються				
10.	Інше				

21. Які труднощі, на Вашу думку, найбільше перешкоджають розвитку соціальної відповідальності бізнесу та корпорацій в Україні? (оцініть за 4-бальною шкалою, де "1" – найменше перешкоджають, "4" – найбільше перешкоджають)

		Від "1" до "4"
1.	Відсутність моральних стимулів для заохочення благодійників / донорів / спонсорів	
2.	Відсутність економічних стимулів для заохочення благодійників / донорів / спонсорів	
3.	Перешкоди з боку влади при здійсненні соціальної діяльності	
4.	Перешкоди з боку громадськості при здійсненні соціальної діяльності	
5.	Обмежені матеріальні ресурси для підтримки повсякденної діяльності організацій	
6.	Низький рівень поінформованості громадськості про суть та мету соціальної відповідальності бізнесу	
7.	Проблемне законодавство	
8.	Відсутність в країні стандартів для здійснення соціальної відповідальності бізнесу	
9.	Відсутність кваліфікованих співробітників у благодійних організаціях	
10.	Інше (що саме?)	

22. В якій мірі Ви знайомі з такими поняттями:

Назва		Добре ознайомлений	Ознайомлений	Маю уявлення	Нічого не знаю
1.	Соціальна реклама				
2.	Соціальний маркетинг				
3.	Технології зв'язків з громадськістю				
4.	Соціальне інвестування				
5.	Корпоративна культура				
6.	Технології управління				

III. Напрями формування корпоративної соціальної відповідальності

23. Що з переліченого нижче потребує Ваша організація для подальшого формування корпоративної соціальної відповідальності?

		Потребує	Скоріше потребує	Скоріше не потребує	Не потребує
1.	Матеріально-технічне забезпечення (приміщення, обладнання тощо)				
2.	Досягнення фінансової стабільності				
3.	Налагодження ефективного менеджменту організації				
4.	Налагодження ефективного фінансового менеджменту				
5.	Забезпечення сприятливої нормативно-правової бази на всіх рівнях				
6.	Інформаційно-методичне забезпечення (література, буклети, друкована продукція)				
7.	Ознайомлення з міжнародним досвідом				
8.	Навчання та підвищення кваліфікації персоналу				
9.	Налагодження співпраці із ЗМІ				
10.	Налагодження співпраці з органами влади				
11.	Налагодження співпраці з державними установами (закладами освіти, соціальними службами, закладами охорони здоров'я тощо)				
12.	Обмін досвідом з організаціями				
13.	Створення / покращення іміджу організації				
14.	Інше (що саме?)				

24. Як ви вважаєте, наскільки доцільним для формування корпоративної соціальної відповідальності буде дотримання наступних юридичних аспектів?

Юридичні аспекти		Абсолютно недоцільно	Недоцільно	Скоріше недоцільно	Скоріше доцільно	Доцільно	Дуже важливо і принципово
1.	Наявність процедури відсторонення від роботи голови та членів правління, визначеної Статутом, нормативними документами і трудовими договорами						
2.	Право подання позову на дії менеджерів						
3.	Наявність нормативно визначеної процедури укладення угод, що можуть призвести до конфлікту інтересів між особистими інтересами посадової особи та її посадовими обов'язками						
4.	Розкриття інформації про заробітну плату менеджерів						
5.	Розкриття інформації про кількість акцій у менеджерів						
6.	Розкриття інформації про власників акцій (доступність інформації про фізичну чи юридичну особу та кількість акцій, якою вона володіє)						
7.	Наявність незалежного аудитора						
8.	Відрахування на соціальний захист працівників						
9.	Недосконалість системи пенсійного забезпечення працівників						
10.	Недосконалість системи надання матеріальної допомоги						

25. Як ви вважаєте, наскільки доцільним буде дотримання наступних правових та організаційних аспектів щодо розвитку корпоративної соціальної відповідальності

		Абсолютно недоцільно	Недоцільно	Скоріше недоцільно	Скоріше доцільно	Доцільно	Дуже важливо і принципово
1.	Проведення загальних зборів акціонерів за місцем знаходження корпорації						
2.	Порядок скликання позачергових зборів акціонерів регулюється Статутом та нормативними актами корпорації						
3.	Перелік питань, що є обов'язковими для включення до порядку денного, визначається установчими, нормативними документами та акціонерами						
4.	Обрання робочих органів зборів (голови, секретаріату, лічильної комісії) визначається Статутом чи нормативними документами корпорації						
5.	Порядок ознайомлення акціонерів з проектами рішень зборів визначається нормативними документами						
6.	Порядок ознайомлення працівників з нормативними документами корпорації						
7.	Власність на акції у працівників підприємства						
8.	Необхідність упорядкованого державного контролю за соціальними стандартами на підприємстві						
9.	Необхідність упорядкованого державного контролю за пенсійним страхуванням працівників						

IV. Роль соціальної відповідальності корпорацій у вирішенні соціальних проблем з нерухомістю

26. Які труднощі, на Вашу думку, найбільше перешкоджають розвитку будівництва та вирішенню проблем з житлом працівників підприємств в Україні? (оцініть за 4-бальною шкалою, де "1" – найменше перешкоджають, "4" – найбільше перешкоджають)

		Від "1" до "4"
1.	Проблеми законодавчого характеру	
2.	Відсутність економічних стимулів для будівельних компаній	
3.	Недостатній рівень підтримки з боку центральної влади	
4.	Недостатній рівень підтримки з боку місцевої влади	
5.	Перешкоди з боку громадськості	
6.	Обмежені матеріальні ресурси у населення	
7.	Відсутність кваліфікованих співробітників у будівельних організаціях	
8.	Інше (що саме?)	

27. Які основні причини, на Вашу думку, обмежують доступ до придбання власної нерухомості? (оцініть за 4-бальною шкалою, де "1" – найменше перешкоджають, "4" – найбільше перешкоджають)

		Від "1" до "4"
1.	Висока вартість нерухомості	
2.	Високі відсотки по кредитах	
3.	Наявність першого внеску по кредиту	
4.	Розмір суми першого внеску по кредиту	
5.	Умови кредитування	
6.	Інше (що саме?)	

28. Якого виду нерухомості потребує Ваша родина?

		Потребує	Скоріше потребує	Скоріше не потребує	Не потребує
1.	<i>Квартира</i>				
2.	<i>Приватний будинок. Будинок придатний для постійного мешкання.</i>				
3.	<i>Дача, будинок для тимчасового мешкання – як правило, без опалення; туалет і душ, як правило, на вулиці. Придатний для мешкання в теплий час року.</i>				
4.	<i>Заміський будинок – будинок для постійного мешкання, є опалення, санвузол з гарячою водою, як правило, не менше 2 поверхів. Будинки типу "котедж" також входять в цю категорію.</i>				
5.	<i>Інше (що саме?)</i>				

29. Рішення яких соціальних та житлових проблем ви вважаєте за потрібне:

		Потребує	Скоріше потребує	Скоріше не потребує	Не потребує
1.	Будівництво нерухомості для себе або найближчих родичів				
2.	Придбання нерухомості для себе або найближчих родичів				
3.	Придбання нерухомості у кредит для себе або найближчих родичів				
4.	Оренда нерухомості для себе або найближчих родичів				
5.	Заощадження коштів для майбутнього будівництва				
6.	Заощадження коштів для майбутнього придбання житла				
7.	Інше (що саме?)				

30. Як ви вважаєте, наскільки доцільним буде впровадження іпотечної допомоги співробітникам як одного із аспектів формування системи соціального партнерства в корпораціях України.

		Абсолютно недоцільно	Недоцільно	Скоріше недоцільно	Скоріше доцільно	Доцільно	Дуже важливо і принципово
1	Будівництво житла для співробітників						
2	Часткове або повне кредитування співробітників на придбання житла						
3	Надання житла для мешкання співробітника та його родини за умови трудового стажу у компанії більш ніж 20 років						
4	Надання гуртожитку для співробітника та його родини						
5	Надання житла для мешкання співробітника та його родини без права передачі у приватну власність						
6	Надання житла для мешкання співробітника та його родини з правом передачі у приватну власність						
7	Інше (що саме?)						

Дякуємо за співпрацю!

Навчальне видання

Сазонець І.Л., Гладченко А.Ю., Гессен А.Є.

**СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ
ГЛОБАЛЬНОЇ РІВНОВАГИ**

Монографія

Технічний редактор
Віталій Власюк

Підписано до друку 27.12.2016 р. Формат 60x84 1/16.

Папір офсетний. Гарнітура "PT Serif". Друк офсет.

Ум. друк. арк. 20,46. Наклад 100 пр. Зам. 78.

Видавництво "Волинські обереги".

33028 м. Рівне, вул. 16 Липня, 38; тел./факс: (0362) 62-03-97;

e-mail: oberegi@mail15.com

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єкта видавничої справи
ДК № 270 від 07.12.2000 р.

Надруковано в друкарні видавництва "Волинські обереги".