

Частина II

Економіка. Проблеми економічного становлення	
<i>Балабанов Р.В.</i> Рекламна діяльність як прояв соціальної відповідальності бізнесу в Україні.....	7
<i>Балтачєєва Н.А.</i> Развитие социальной политики предприятия как инструмента реализации корпоративной ответственности.....	10
<i>Баранник Л.Б.</i> Виховання соціально відповідального бізнесу як фактор формування громадянського суспільства....	14
<i>Бредіхін В.М., Дмитрієв І.А.</i> Використання можливостей ринку B2B у підприємницькій діяльності для виходу на міжнародні ринки	17
<i>Викулина Е.В.</i> Планирование деятельности управляющих компаний в сфере ЖКХ	20
<i>Галушка З.І.</i> Соціальна відповідальність як функція держави у сучасній економіці: необхідність, межі, завдання	22
<i>Гордєєва Т.Ф.</i> Соціально-етичні аспекти міжнародних маркетингових досліджень	25
<i>Гридковець Л.М.</i> Доцільність психологічного моніторингу запроваджуваних у державі програм за умов політико-економічної трансформації суспільства	29
<i>Длугопольський О.В.</i> Публічний сектор і соціальна політика держави: моделі взаємодії.....	32
<i>Жук О.І.</i> Можливості використання соціального маркетингу в діяльності підприємств	35
<i>Катрєчко М.О.</i> Фактори стимулювання праці як необхідна передумова ефективного управління банком	38
<i>Кормич Л.І.</i> Гендерна політика в аспекті соціальної відповідальності держави і суспільства.....	41
<i>Корчинська О.А.</i> Соціальні аспекти відтворення родючості ґрунтів в Україні.....	44
<i>Кривенко М.П.</i> Соціально-економічні аспекти діяльності ТНК на ринку приймаючої країни.....	47
<i>Куценко В.І.</i> Місце і роль бізнесу у формуванні соціального сегменту економіки	49
<i>Лавриненко В.М.</i> Історико-економічні виміри соціальної відповідальності в громадянському суспільстві	54
<i>Лопата Н.П.</i> Економічна етика і громадянське суспільство: аспекти взаємодії	56
<i>Лук'яненко Н.Д., Пастушенко В.М.</i> Методи і досвід удосконалення оплати праці у галузях економіки України	60
<i>Марченко О.А.</i> Ділова етика керівника та соціальна відповідальність.....	64
<i>Махініч Г. О.</i> Формування мотиваційного механізму праці у системі управління якістю на підприємстві	67
<i>Мешков В.Д.</i> Формирование системы социального аудита в России.....	71
<i>Мошенець О.В.</i> Аналіз «провалів» держави у контексті реалізації суспільного вибору в Україні	74
<i>Нестеренко О.П.</i> Неоліберальна концепція соціально відповідальної держави	78
<i>Ніколенко Ю.В., Гуляєва Л.П.</i> Суспільна ефективність банківських інститутів як основа соціальної відповідальності банківського бізнесу.....	81
<i>Пацалюк І.О.</i> Специфіка залучення найманої праці у виробничий процес у трансформаційному періоді	84
<i>Петренко К.В.</i> Соціальна відповідальність у банківській сфері: проблеми та перспективи розвитку	87
<i>Петрова Т.П.</i> Некоторые аспекты комплексной оценки результативности социальной ответственности современного бизнеса.....	90
<i>Попова В.В.</i> Інструментарій організаційно-економічного механізму управління розвитком національної макросистеми	93
<i>Попов В.Ю.</i> Соціально-економічні функції держави у транзитивній економіці	96
<i>Потанчук Г.Ю.</i> Реформування сектора державної власності у контексті соціальної відповідальності держави.....	99
<i>Прокопенко О.П.</i> Ефективність соціальної політики за умов трансформації. Інвестиційний аспект	102

Прокопенко А.Л.

Розвиток людського капіталу як форма соціальної відповідальності бізнесу та ключовий фактор лідерства у глобальній економіці105

Романова Л.В.

Корпоративна соціальна відповідальність за умов глобалізації економіки: культурний контекст107

Рудакевич М.І., Рудакевич О.О.

Корпоративна етика і соціальна відповідальність в утвердженні моральної економічної практики....111

Садсков А.А., Косова Т.Д.

Формування пріоритетів розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні.....115

Соколик М.П.

Регулювання мінімальних соціальних стандартів і його наслідки в Україні.....118

Талавиця М.П.

Регіональні особливості розміщення та міграції сільського населення в Україні..... 122

Федорченко А.В.

Етичні аспекти проведення маркетингових досліджень 127

Чуприкова А.И.

Формирование инвестиционного климата для улучшения социально-экономического потенциала региона..... 130

Шевченко Л.С.

Соціальна відповідальність бізнесу у сфері оплати праці найманої робочої сили 133

Шилець О.С.

Основні проблемні питання підвищення доходів працюючих..... 136



Економіка. Проблеми економічного становлення

Балабанов Р.В.,

науковий співробітник навчально-методичного центру,
доцент кафедри маркетингу і рекламних технологій Інституту реклами

Рекламна діяльність як прояв соціальної відповідальності бізнесу в Україні

Рекламна діяльність (як прояв соціальної відповідальності не лише бізнес-організацій, а й будь-якої соціальної спільноти) може реалізовуватись у всіх можливих для неї соціальних сферах: соціально-економічній, сфері побутових послуг, у видовищах, релігії, політиці, юриспруденції, науці й освіті, сферах охорони здоров'я та навколишнього довкілля, родинних і міжособистісних стосунках, благодійності, саморекламі соціалізованих індивідуумів тощо. Важливим, на нашу думку, завданням сучасних наукових розвідок рекламної діяльності як прояву соціальної відповідальності бізнесу (далі – СВБ) є дослідження за такими напрямками:

- традиційна (комерційна) реклама;
- політична реклама;
- соціальна реклама;
- прихована реклама.

В Україні СВБ повною мірою, на жаль, не досліджувалась: вивчались переважно окремі її аспекти, як-от: благодійність, спонсорство та соціальний брендинг. У зв'язку з цим слід згадати такі наукові розвідки як: спільне дослідження Національної академії наук України, Інституту соціології та UNISEF 2002 р.; дослідження Харківського благодійного фонду «Громадські ініціативи» та Рівненського Фонду імені князів-благодійників Острозьких (2005 р.); масштабне дослідження спеціалізованого веб-порталу Marketing-Mix.ru, у межах якого було проаналізовано більш як: 100 джерел інформації про СВБ, у тому числі – відгуки 14 компаній, організацій і агенцій, у загальній кількості презентуючих досвід більш як 150 компаній з України, Європи, Азії та США.

Що ж стосується досліджень рекламної діяльності як прояву соціальної відповідальності бізнесу в Україні, то масштабних розвідок, безпосередньо присвячених цій темі, в Україні не проводилось. Але увага до окремих важливих аспектів цієї теми у вітчизняних дослідних колах існує. Свідченням тому – серія минулорічних соціологічних досліджень, проведених методом анкетування Інститутом реклами з теми «Реклама як фактор соціального прогресу і джерело конфліктів у суспільстві». Респондентами в окремих дослідженнях зазначеної серії виступали експерти українського рекламного ринку та столичного бізнес-середовища, випускники київських шкіл (абітурієнти Інституту реклами), батьки студентів I та II курсів інституту. Значна кількість запропонованих респондентам питань безпосередньо торкалась соціальної відповідальності рекламної діяльності бізнесу в Україні.

1. Традиційна (комерційна) рекламна діяльність

Перевагою соціологічного (а значить, цілісного, комплексного) підходу до аналізу рекламної діяльності (у тому числі – у досліджуваному нами аспекті СВБ) є аналіз впливу реклами не тільки на цільові, а й на нецільові соціальні групи (аудиторії), врешті решт – на все суспільство. Такий

комплексний – соціологічний – підхід має очевидні переваги перед більш вузьким у даному сенсі маркетинговим підходом. Наслідком недооцінки першого може бути негативна соціальна реакція на рекламну кампанію нецільових аудиторій, що здатна «бумерангом» повернутися до цільових груп та вплинути на громадську думку завдяки дії механізму багатоступеневої комунікації (чутки тощо).

У зв'язку з вищезазначеним постає актуальне питання: «Яку міру соціальної відповідальності за виготовлення та /або розповсюдження будь-якої соціально-резонансної реклами повинні нести основні суб'єкти рекламної діяльності?». На думку опитаних дослідною групою Інституту реклами 284 експертів – учасників та відвідувачів виставки «REX-2007» (фахівців або керівників не нижче середньої ланки) найвищу соціальну відповідальність несуть рекламодавці: середній бал 4,25 (за п'ятибальною шкалою, де «5» – максимальна відповідальність). Далі «розташувались»:

- рекламні агенції-виробники реклами (3,83);
- засоби розміщення-розповсюдження реклами (3,30);
- рекламні медіа-посередники: байери, сейлери (3,14).

Якою ж повинна бути соціально відповідальна комерційна реклама? Етичний кодекс Американської рекламної федерації (далі – АРФ) стверджує: «Реклама повинна бути вільною від заяв, ілюстрацій або підтекстів, що протирічать гарному смаку та образливі з позицій громадської добротності». А генію рекламної справи Д. Огілві належать такі слова: «Ніколи не демонструйте рекламу, яку Ви не бажали б показувати власній родині». Соціологічні дослідження Інституту реклами 2007 р. виявили ставлення до даних («анонімізованих» (!) – не позначених авторством – у відповідному анкетному питанні) норм з боку експертів (фахівців та управлінців бізнес-середовища м. Києва) та об'єктів рекламного впливу – випускників столичних шкіл (абітурієнтів інституту). Серед 30 опитаних влітку експертів з нормою Етичного кодексу АРФ однозначно згодні (відповідь «так») 33,3 %, скоріше згодні («скоріше так, чим ні») 30 %, скоріше не згодні 16,7 %, не згодні 10 %. Серед 204 випускників із тією ж нормою однозначно згодні – 24,5 %, скоріше згодні – 31,4 %, скоріше не згодні – 11,3 %, не згодні – 8,8 %. Щодо вислову Д. Огілві, то спектр ставлень до нього виглядає наступним чином. Серед експертів однозначно з ним згодні – 70 %, скоріше згодні – 16,7 %, скоріше не згодні – 3,3 %. Не згодних експертів виявлено не було. Серед випускників київських шкіл: 32,4 % – однозначно згодні, 19,6 % – скоріше згодні, 10,8 % – скоріше не згодні, 9,3 % – не згодні. До речі, 40,2 % тих же випускників вказали, що у їх родині виникали ситуації, коли разом було «незручно» (соромно тощо) дивитись певну телевізійну рекламу. Серед опитаних восени 33 батьків студентів I та II курсів Інституту реклами на випадки виникнення зазначених ситуацій вказали 54,5 %...

Цікавими були відповіді іншої групи респондентів – 284 учасників та відвідувачів виставки реклами, маркетингу та мас-медіа «REX-2007» на запитання «Які з «больових точок» соціальних відносин, на Вашу думку, найчастіше некоректно відображаються у зверненнях комерційної реклами до сучасного українського суспільства?». Переважна більшість фахівців та керівників рекламного бізнесу (42,3 %) зазначили «вживання алкогольних та / або тютюнових виробів». На 2-й та 3-й позиціях у думках експертів відповідно опинились: «сексуальні стосунки» (26,4 %), «прояви жорстокості, насильства» (18,7 %). Цікаво, що наведені відповіді корелюють з відповідями батьків студентів на запитання «Які обмеження щодо реклами, розрахованої на неповнолітніх, Вам вбачаються найбільш актуальними для сучасного українського суспільства?». Переважна більшість респондентів (63,6 %) вказали на обмеження щодо реклами «із використанням зображень неповнолітніх, які вживають або використовують продукцію, призначену безпосередньо для дорослих чи заборонену для придбання або споживання неповнолітніми». Зрозуміло, що до розряду такої продукції потраплять насамперед зазначені опитаними на «REX-2007» експертами алкогольні та тютюнові вироби...

2. Політична реклама

Враховуючи те, що серйозний бізнес тяжіє не тільки до економічної експансії, а й до політичного панування, цей аспект проблеми також є вельми актуальним. По-перше, соціально відповідальна політична реклама не повинна маскуватись під соціальну. Рекламування свідомого ставлення до власного політичного волевиявлення – реклама соціальна, рекламування ж політичної сили чи особистості – політична реклама. Маскування політичної реклами під соціальну є проявом соціальної безвідповідальності бізнес-спонсорів такої рекламної діяльності, поза як це сприяє зниженню довіри пересічних громадян до соціальної реклами. По-друге, важливим стимулом у «...просуванні як комерційних, так і політичних організацій може стати створення громадського

об'єднання. При цьому соціальна місія останнього засновується на принципах, зрозумілих суспільству, актуальних на сьогоднішній момент та споріднених структурі, що створила її» [1, с. 99].

3. Соціальна реклама

Відомо, що окрім суб'єктів соціальної реклами, що представляють владні органи загальнодержавного чи місцевого рівнів, а також неприбуткові, неурядові організації тощо, виокремлюються також і бізнес-структури. Причому основними можливими варіантами такої соціальної відповідальності бізнес-структур можуть бути:

- розміщення соціальної реклами;
- спонсорвання її створення та /або розміщення;
- замовлення соціальної реклами (наприклад, соціально орієнтована діяльність тютюнової компанії «Phillip Morris»).

На жаль, негативний громадський резонанс від відомих соціально-реklamних кампаній («Кохаймося», «Мамо, чому я урод?») відчувається й донині... Тому задане експертам на «REX-2007» запитання «Які заходи, на Вашу думку, треба здійснити в першу чергу, щоб вже найближчим часом знизити конфліктогенний вплив вітчизняної соціальної реклами?» вбачається вельми актуальним. На думку учасників і відвідувачів виставки наразі необхідні «нормативні та законодавчі ініціативи» (30,6 %). Важливими були також визнані «пошук та підготовка фахівців з соціальної реклами» (25,4 %), «моніторингові соціологічні дослідження ефективності соціальної реклами» (23,9 %), «держзамовлення на соціальну рекламу» (22,2 %).

4. Прихована реклама

Опитані влітку 2007 р. дослідною групою Інституту реклами 30 експертів бізнес-середовища м. Києва «поставили» приховану рекламу на 2-е місце (після оманливої) за рівнем розповсюдженості у вітчизняному медіа-просторі серед інших різновидів соціально-конфліктної реклами. При цьому більшість експертів *реklamного* бізнесу (опитаних на «REX-2007») не відносять приховану рекламу до такої, яка здатна визвати найбільший конфлікт в українському суспільстві: на це вказало лише 12 %. В «лідерах» за вказаною конфліктогенною якістю опинилися: провокаційна реклама (37 %), агресивна (25,7 %), образлива (20,1 %). Присутність прихованої реклами у вітчизняному медіа-просторі як конфліктогенний фактор не сприймається також і пересічними споживачами рекламної продукції: майже стільки ж (12,1 %) опитаних батьків студентів вказали на це. У той самий час, гадаємо варто нагадати, що як експерти, так і пересічні споживачі реклами переважно негативно сприймають факт приховування в соціальній рекламній політичній рекламі...

У певному сенсі квінтесенцією результатів вище зазначених наукових розвідок можуть слугувати відповіді експертів (фахівців та керівників бізнес-структур м. Києва) на питання «Вкажіть, будь ласка, Ваше бачення ролі різних форм соціокультурних впливів у існуванні негативних явищ» (*останні були позначені в анкетному питанні як можливі відповіді*). Експертам було запропоновано співставити вказану роль театру, преси, реклами (вітчизняної та іноземної окремо), кіно, радіо, телебачення, музики. Причому одночасно можна було обирати кілька варіантів відповідей. Отримані дані вбачаються більш як цікавими і спонукають до доволі невеселих роздумів щодо рекламної діяльності як прояву СВБ у нинішній Україні. Другим «місцем» (36,7 %) – після телебачення (40 %) – експерти оцінили роль реклами у *руйнуванні фундаментальних цінностей нації*. При цьому переважно підкреслювалась негативна роль іноземної реклами (30 %). А от у *нав'язуванні неякісних товарів та послуг* більшість експертів «звинуватили» саме рекламу (80%) (на 2-й позиції – телебачення: 56,7%). При цьому на відповідну негативну роль вітчизняної реклами вказали 56,7 %. Після телебачення (43,3 %) значна частина експертів (40 %) «звинуватили» саме рекламу у *розповсюдженні СНІДу* (вітчизняну рекламу – 26,7 %). Після кіно (50 %), значна частина опитаних вважають винною рекламу і в *пропаганді насилля*: 36,7% (у тому числі, іноземну – 30 %). Далі, стисло:

- збільшення соціальної напруги в суспільстві:
 1. преса (56,7 %);
 2. телебачення (50 %);
 3. реклама (33 %, у тому числі – вітчизняна реклама: 23,3 %)
- дитяча та молодіжна злочинність:
 1. кіно (60 %);
 2. телебачення (43,3 %);
 - 3/4. музика /реклама (по 26,7 %, у тому числі – іноземна реклама: 20 %)

- - соціальна поляризація:
 1. реклама (36,6 %, з них 23,3 % – іноземна реклама)
- моральна деградація суспільства:
 1. реклама (53,4 %, по 26,7 % – вітчизняна та іноземна реклама)
- техногенні аварії:
 1. телебачення (33,3 %);
 2. реклама (26,6 %, по 13,3 % – вітчизняна та іноземна реклама)
- деестетизація, демонстрація дурного смаку:
 1. реклама (90 % (!!!), 53,3 % — вітчизняна реклама)
- культивування хибних бажань, звичок:
 1. реклама (90 % (!!!), 46,7 % — вітчизняна реклама)
- порушення норм літературної мови:
 1. реклама (56,6 %, 33,3 % — вітчизняна реклама).

Гадаємо, наведені дані говорять самі за себе...

На нашу думку, головним напрямом найближчих дослідних розвідок у межах зазначеної теми повинно бути з'ясування кореляції між соціальною відповідальністю реклами та соціальною відповідальністю бізнесу. Те, що зазначені соціальні феномени пов'язані в прямій пропорції, не викликає сумнівів. Але якою мірою? Якщо значною, то наведені наприкінці цієї статті думки експертів повинні спонукати до серйозних роздумів суб'єктів всього вітчизняного бізнес-середовища.

Література

1. Курбан А. Старое-новое средство: социальный бренд // М.А.ДЕ. – 2004. – № 1. – С. 99.
2. Стародубська М. Стратегия, милосердие, мода или PR? // www.marketing-mix.ru.

Балтачеева Н.А.,

канд. экон. наук, доцент кафедры управления персоналом и экономики труда,

докторант Донецкого национального университета

Развитие социальной политики предприятия как инструмента реализации корпоративной ответственности

Социальная ответственность предприятия является составляющей общей корпоративной ответственности и может рассматриваться как добровольное принятие им социальных обязательств, деятельность по их выполнению в отношении персонала и общества в целом, выходящая за рамки определенного социального минимума [1]. Социальная ответственность перед персоналом реализуется через социальную и кадровую политику предприятия, которые неразрывно связаны, так как направлены на работника и его трудовой потенциал.

Современная экономическая наука разработала ряд предложений по формированию и регулированию социальной политики. Решениям вопросов социальной сферы посвящены труды таких известных ученых, как Н. Борецкая, Э. Либанова, Е. Макарова, В. Новиков, О. Новикова, Е. Палий и др. Отдавая должное исследованиям данной проблемы, следует отметить, что остаются недостаточно разработанными теоретико-методологические вопросы и практические рекомендации по формированию и регулированию корпоративной социальной ответственности.

Целью данной статьи является исследование современных проблем развития социальной политики на уровне предприятия и обоснование основных направлений ее совершенствования в Украине.

В условиях плановой экономики на большинстве отечественных предприятий наряду с отделами кадров, труда и заработной платы существовали управленческие службы, решающие вопросы техники безопасности, медико-санитарного обслуживания, жилищно-коммунального хозяйства, оказания бытовых услуг и т.д. В условиях переходной экономики предназначение, формирование и практическая деятельность социальных служб предприятий заметно изменилась. Система социальной защиты работников на многих предприятиях еще не вполне сформировалась,

притом, что ряд ее важных элементов, характерных для плановой, в определенной степени патерналистской, экономики утратили или существенно ослабили свое значение. Из-за тяжелого финансового положения, в котором оказались некоторые предприятия, содержание социальных объектов стало для них непосильным, что во многих случаях привело к отказу от социальных объектов, их распродаже, сдаче в аренду коммерческим объединениям или добровольной передаче в муниципальную собственность и, нередко, к деградации социальной инфраструктуры.

У социальной политики работодателей во многих случаях формируется та компонента, которую условно можно назвать «квазиактивной». Речь идет о той части работодателей, основная цель деятельности которых заключается в максимизации прибыли. Классическим примером для Украины, особенно в первые годы реформ стало обналичивание денег и появление относительно высокооплачиваемых (так называемые черным налом) рабочих мест. Занятые на таких рабочих местах фактически не являлись объектами системы государственных социальных гарантий. Другим фактором формирования квазиактивной социальной политики работодателей стало отсутствие в первые годы переходного периода адаптированного к условиям рыночной экономики трудового законодательства. Неурегулированность таких проблем в сфере труда и занятости, как, например, использование контрактных форм найма на работу, привела к фактической и не всегда гласной утрате частью работников, занятых в негосударственном секторе экономики, многих, в том числе и базовых государственных гарантий (например, права на отпуск по уходу за ребенком). Однако расценивать данную ситуацию как однозначно отрицательную не следует, поскольку работник, получающий высокие доходы, приобретение бесплатных социальных гарантий компенсирует возможностью покупки аналогичных социальных услуг (в случае с отпуском по уходу за ребенком – оплаты услуг няни, гувернантки и др.).

В большинстве случаев роль работодателей в решении социальных вопросов пассивна еще и потому, что они обязаны следовать тем общим социальным правилам, которые устанавливаются государственными структурами. Так, например, работодатели должны обеспечивать обязательные условия социальной поддержки наемных работников (минимальный уровень заработной платы, обязательное страхование по установленным нормативам и т.д.). Вместе с тем, располагая значительными финансовыми ресурсами, многие работодатели могут создавать на своих предприятиях рабочие места, привлекательные для наемных работников более высокой заработной платой, различными социальными благами (бесплатным питанием, возможностью получения беспроцентных кредитов и др.).

Можно выделить два основных типа предприятий, финансирующих социальную политику. К первому типу относятся предприятия, находящиеся в упадке, ориентирующиеся на выживание. Объем социальной политики на них незначителен, вопросы социального развития не являются актуальными. При наличии инвестиций такие предприятия развивают производственные мощности, инновации в социальной политике отсутствуют. Социальная инфраструктура, как правило, остается на прежнем уровне развития или количество ее объектов сокращается. К такому типу можно отнести те предприятия, которые финансируют социальную политику, исходя из реальной ситуации. Иначе говоря, финансирование социальной политики имеет ситуативный характер, появление каких-либо проектов в социальной политике не имеет стратегического характера. Подобная несистемная социальная политика приводит к временному сглаживанию наиболее острых на данный момент проблем в сфере управления персоналом, проводимые мероприятия по развитию социальной политики не носят адресного характера и не вызывают у работников желания поддерживать длительные отношения с предприятием, социальные мероприятия не достигают желаемого результата.

Ко второму типу относятся предприятия, которые имеют экономические и финансовые возможности проводить активную социальную политику. В рыночных условиях значительная часть услуг социального характера может и должна быть реализована со стороны предприятия, на котором работает человек. Причем это должно осуществляться не в виде дублирования существующей системы государственных социальных гарантий, а как ее усиление и, в случае необходимости, дополнение. При этом, естественно, не исключается государственная помощь и самозащита от различных социальных рисков.

Необходимо учитывать тот факт, что работодатель стоит перед выбором: с одной стороны, необходимо увеличивать расходы на социальную политику, с другой стороны, эти расходы уменьшают прибыль и увеличивают себестоимость продукции, что может негативно сказаться на конкурентоспособности предприятия. Возникшее противоречие можно разрешить посредством создания специальных фондов для финансирования социальной политики предприятия. Фонды

могут быть созданы как для финансирования социальных программ, предназначенных для работников предприятия, и включать только средства предприятия, так и для социальных программ, предназначенных для города (области). Во втором случае предприятие вносит средства наряду с органами местного самоуправления или другими предприятиями.

Инициатива развития новой социальной политики должна исходить от руководства предприятия и гармонично сочетать интересы государства, предприятия и его работников. Задачи социальной политики предприятия, ее функции должны формироваться на основе признания приоритетной роли человека, значимости человеческого фактора, учета, наряду с трудовым потенциалом работника, его потребностей, интересов и мотивов. Социальная политика предприятия не должна рассматриваться как пассивный результат его экономической деятельности, она может и должна активно воздействовать на экономическую деятельность, выступать фактором экономического роста и должна предоставлять работнику возможность для его развития и самореализации, т.е. должна быть стимулирующей.

Исследование экономического содержания социальных проблем позволяет утверждать, что в настоящее время для украинских предприятий в направлении социального развития преобладают следующие тенденции:

- взаимосвязь таких факторов, как снижение результативности деятельности предприятий, упрощение структуры общественных потребностей и снижение жизненного уровня населения, на наш взгляд, порождают тенденции к ориентации персонала предприятия в оплате труда, прежде всего, на денежное вознаграждение;
- предприятия часто вынуждены сохранять минимум жестко регламентированных государственным законодательством форм социальной поддержки персонала за счет средств из прибыли и средств, исчисляемых в виде процентов от фонда оплаты труда;
- под негативным давлением внутренних и внешних факторов предприятия вынуждены сокращать или ликвидировать содержание собственных объектов социальной инфраструктуры;
- стратегия удовлетворения социальных потребностей персонала предприятий направлена либо на совершенствование фонда оплаты труда и дополнение его величины увеличивающимся объемом социальных издержек, либо на реализацию тенденции к сужению экономической базы удовлетворения социальных потребностей и ограничению ее только величиной фонда оплаты труда.

Вместе с тем, статистика свидетельствует, что в структуре затрат предприятий на рабочую силу в последние годы наблюдается тенденция роста затрат на профессиональное обучение и культурно-бытовое обслуживание и снижение расходов на социальную защиту и обеспечение жильем. Постепенно происходит осознание того факта, что конструктивная, ответственная, активная социальная политика предприятия – это не вид благотворительности, а инвестиции в персонал, социальный потенциал производства [2].

Социальную политику на предприятии следует рассматривать как сферу формирования и стимулирования способности человека к труду. В принципе, она действительно играет все более важную роль в наращивании трудового потенциала предприятия, человеческого капитала. Для использования этого фактора необходимо, однако, более существенное финансирование. Эта задача может реализовываться лишь постепенно, и первый импульс к повышению производительной функции социальной политики должен исходить от производственной и экономической деятельности предприятия. В то же время нужно иметь в виду существование таких обстоятельств, которые делают увеличение финансирования некоторых объектов социальной инфраструктуры делом неотложным. Это относится к корпоративным центрам профессионального образования, готовящим кадры по массовым специальностям, по которым существует дефицит рабочих кадров, и который может стать в ближайшем будущем фактором, лимитирующим восстановление и расширение производства на предприятиях ряда отраслей промышленности.

В качестве рекомендаций необходимо обратить особое внимание предприятий на необходимость разработки мер по учету и контролю финансовых средств, направляемых на реализацию социальных программ. Создание информационной базы данных будет полезно не только собственникам и руководителям предприятий, но и обществу, которое сможет следить за позитивными изменениями в социальной политике отечественного бизнеса. В этой связи важное значение приобретает участие предприятия в социальных отчетах. Также необходима активизация усилий предприятий по определению конкретных направлений и механизмов вложения социальных инвестиций, которые дают наибольший социальный и экономический эффект.

Корпоративний сектор повинен зробити упор на рішення соціальних проблем, стратегічні напрями в області соціального розвитку підприємств включаються в наступному:

- соціалізація бізнес-плану і розробка на його основі корпоративної соціальної програми, забезпечуючої трудовому колективу умови для повноцінної життя і цікавого праці, створення умов праці, не наносящих шкоди здоров'ю і людському гідності працівників;
- оптимізація витрат на корпоративні соціальні програми;
- розвиток партнерських взаємовідносин між роботодавцями і працівниками;
- залучення і закріплення кваліфікованих і здатних кадрів, своєчасна перепідготовка персоналу підприємства, гарантія працівникам рівних прав і можливостей в реалізації професійних навичок;
- надання гарантій при оформленні працівниками кредитів в комерційних банках, часткове погашення кредитних сум і субсидування виплати процентних ставок при купівлі житла, предметів тривалого користування;
- посилення стимулюючого характеру системи соціальних послуг і гарантій, в тому числі повне або часткове субсидування витрат працівників на оплату послуг соціальної сфери;
- забезпечення зростання грошових доходів працівників підприємства, достатнього для оплати вищої ціни послуг соціальної інфраструктури;
- формування економічних умов відмови від мінімального розміру оплати праці як нормативу при встановленні величини соціальних виплат. При цьому повинно бути забезпечено регулярне збільшення обсягу виплат і наближення до життєвого мінімуму здатного населення;
- розвиток внутрішнього соціального страхування;
- переорієнтація соціальної політики на адресну підтримку працівників і членів їх сімей;
- вдосконалення системи надання пільгових виплат окремим категоріям персоналу (розробка ціннісної оцінки наявних видів пільг, а також механізму їх адресної реалізації; організація статистичного обліку отримуючих соціальну допомогу і моніторинг витрат на неї; визначення оптимального співвідношення визначених соціальних пільг і конкретних грошових виплат окремим працівникам).

Реалізація вище сформульованих пріоритетів і напрямків соціальної політики підприємства дозволить досягти соціальну спрямованість розвитку, ефективне поєднання договірної і державного регулювання соціальних і економічних процесів.

Література

1. Соціальна відповідальність бізнесу: Актуальна повістка /Под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсокова. – М.: Асоціація менеджерів, 2003.
2. Грішнова О.А., Никитюк Т.О. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку //Соціально-економічні аспекти промислової політики. Актуальні проблеми управління людськими ресурсами і маркетингу в контексті стратегії розвитку України: Сб. наук. тр. – Т. 1. – Донецьк: Ін-т екон. промислен. НАН України, 2007.

Баранник Л.Б.,

канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів
Дніпропетровської державної академії

Виховання соціально відповідального бізнесу як фактор формування громадянського суспільства

На початку 90-х років ХХ ст. в українському суспільстві відбулася зміна парадигми розвитку, а, отже, соціальних орієнтирів та ідеалів. Одним з таких ідеалів є громадянське суспільство (ГС). Його становлення відбувається нині у нашій країні.

У своєму найпростішому вигляді ГС є сукупністю формальних і неформальних організацій та правил (інститутів), які поєднують окремого індивіда (сім'ю) з державою (владою) і бізнесом (приватним сектором економіки). Відмінною рисою організацій ГС, що входять до нього, є їхній неприбутковий (некомерційний) характер і добровільність участі громадян у цих організаціях, що має вираз у праці без оплати чи з заробітною платою, але набагато меншою, ніж у комерційному секторі [1].

І хоча бізнес не є складовою ГС, але як господарський суб'єкт, що швидко розвивається і займає у житті нашого суспільства чимале місце, він покликаний зіграти у розвитку ГС велику роль.

Становлення соціально відповідального бізнесу не відбудеться само по собі. Бізнес керується іншими цілями, ніж такі інститути як, наприклад, держава або церква. Проте інтеграція України у світову економічну систему ставить перед ним нові питання. В українському суспільстві назріла потреба у соціальному діалозі і соціальній відповідальності бізнесу (СВБ). Більше всіх у цьому зацікавлені великі вітчизняні компанії, які стрімко розвиваються і бажають вийти на міжнародні ринки капіталу, а там від них вимагають дотримання західних принципів ведення бізнесу. Малий і середній бізнес рано чи пізно також змушені будуть перейти до цивілізованих стосунків з працівниками, державою та суспільством і виробити лінію поведінки відповідно до загальноприйнятих у всьому розвинутому світі.

Про те, що саме необхідно зробити вітчизняному бізнесу в цілому, щоб наблизитися до західного рівня соціальної відповідальності і нормам ведення соціального діалогу, вже кілька років йдеться в українському суспільстві і у науковому співтоваристві, хоча статей з цієї проблематики поки небагато.

Ця ідея поки що не знайшла своєї однозначної визначеності. Виконавчий віце-президент Конфедерації роботодавців України О. Мірошниченко вважає, що український бізнес сьогодні не готовий бути таким же соціально відповідальним, як і провідні світові компанії, які йшли до цього десятиліттями [2, с. 30]. Журналіст Гліб Простаков наводить приклад підписання договору про соціально-економічне партнерство між корпорацією «Індустріальний союз Донбасу» і місцевою владою Алчевська, в якому відсутні конкретні заходи і цифри і який виглядає скоріше протоколом про намір, і каже: «Ні одна з сторін вести такий діалог ще не готова. І ніхто не готовий: для нашої країни це нова справа» [3, с. 24]. Зрозуміло, не всі поділяють таку думку, в тому числі і автор цієї статті.

Метою цієї статті є доведення необхідності виховання СВБ як елемента сучасних виробничих взаємовідносин у процесі розвитку ГС.

Організації сфери матеріального виробництва або як їх ще називають економічні організації можуть опинитися під домінуючим впливом ідеологічних, політичних і соціальних норм та правил. Дієвість цих правил у даних організаціях несумнівна, але вони повинні відігравати підпорядковану роль відносно до правил, що «відповідають» за ефективне відтворення матеріального багатства і зростання реальних доходів учасників виробництва. Там, де ця вимога порушується, розвиток виробництва гальмується, деформується і може призвести до соціального конфлікту. Це було характерно для економіки СРСР за останні роки її існування, так було і у 90-і роки, коли економічні реформи, за свідченням їх активних учасників, проводились під домінуючим впливом ідеології. Інакше кажучи, бізнес априорі не відображає суспільних інтересів, він має іншу ціль, але

це зовсім не означає, що він непричетний до вирішення соціальних проблем, до здійснення соціально корисної справи.

Саме поняття «соціальна відповідальність бізнесу» і його роль розуміється по-різному. Мабуть, тому і питання її необхідності розглядається по-різному. Автор статті поділяє думку, що СВБ – це не правило, а етичний принцип, яким керуються під час прийняття рішень. «Обов'язковість» тут є внутрішньою і ґрунтується на моральних нормах і цінностях, що набуваються у процесі соціалізації. СВБ має багаторівневий характер.

Базовий рівень передбачає виконання таких обов'язків: своєчасну сплату податків, виплату заробітної плати, створення нових робочих місць або розширення штату співробітників (якщо це можливо).

Другий рівень СВБ передбачає забезпечення співробітників адекватними умовами не тільки роботи, а й життя: підвищення рівня кваліфікації персоналу, профілактичне лікування, будівництво житла, розвиток соціальної сфери. Такий тип відповідальності ще називають «*корпоративною відповідальністю*».

Третій рівень СВБ означає благодійність.

В Україні під СВБ здебільшого розуміється спонсорство та благодійність. Проте вони не замінюють соціального діалогу. Як справедливо вважає Г.Галиц, «...соціальна відповідальність – це не тільки благодійні акції чи спонсорство. Між власниками підприємств і найманими працівниками повинен встановитися нормальний соціальний діалог. Якщо нам вдасться... роз'яснити крупному бізнесу необхідність розробки певних стандартів соціальної відповідальності, це буде великим кроком вперед» [4, с. 15].

Однією з найбільш авторитетних організацій у сфері суспільного діалогу є Міжнародна організація праці (МОП). Основоположними документами у роботі МОП є конвенції про свободу асоціації і правила проведення колективних переговорів. МОП визначає соціальний діалог як будь-які переговори, консультації, обмін інформацією між урядом, роботодавцями і працівниками чи між членами однієї групи на теми, що становлять взаємний інтерес, і пов'язані з економічною та соціальною політикою. Як вважає Ханс Хаммер, колишній виконавчий директор МОП, консультант шведського проекту «Діалог на ринку праці», «капітал повинен вести постійний діалог і з владою, і з суспільством, і з найманими працівниками. Альтернатива такому діалогу одна – революція» [5, с. 32].

Соціальний діалог може бути дво- і тристороннім. Класичний соціальний діалог встановлюється між двома сторонами: роботодавцями і організаціями, що представляють інтереси робочих (профспілками). Двостороннє соціальне партнерство існує у Швеції. Трестороннє партнерство (у деяких країнах його ще називають «Суспільна угода») встановлюється між роботодавцями, працівниками і державою. Ця концепція ефективно функціонує в Ірландії. Там усі учасники сумісно вирішують актуальні для трудових відносин питання. У результаті соціального діалогу приймаються так звані пакетні домовленості, тобто обговорюється не тільки розмір заробітної плати, але і розмір оподаткування, а також інвестиційна і економічна політика. Перед прийняттям Суспільної угоди старанно вивчається економічна ситуація у країні. Ці дослідження проводять економісти, представляючі інтереси уряду, роботодавців і працівників. Вони роблять прогнози економічного зростання, на яких будуються пакетні домовленості.

Крім того, часто у суспільному діалозі беруть участь громадські організації і церква. Це досить важливо, бо розширює межі відповідальності та масштабність дій, та дозволяє досягти згоди.

У Швеції, Німеччині та деяких інших країнах існує система трудових судів. Трудовий суд вирішує суперечки відносно трудового законодавства, колективних угод та індивідуальних контрактів. Трудовий суд – це перша і остання інстанція при розгляданні питань соціальними партнерами. Це друга і остання інстанція при розгляданні суперечок між конкретним роботодавцем і співробітником, який не є членом профспілки.

Інакше кажучи, у світі діють різні моделі виховання СВБ. Кожна з них була напрацьована внаслідок історичного розвитку країни та її культури.

Сьогодні у середовищі українського бізнесу все виразніше спостерігається розуміння необхідності роботи над своїм позитивним соціальним іміджем. На нашу думку, Україні краще піти шляхом трестороннього партнерства, тому що дуже багато в економіці, у суспільстві ще залежить від держави. При цьому СВБ не повинна стати директивою «зверху». Роль держави ми вбачаємо в тому, щоб своїми діями (це і податкові пільги, і пріоритетність у державних замовленнях тощо) підвести підприємців до розуміння необхідності працювати не тільки успішно, а й з соціальним ефектом.

На думку автора, соціальний діалог повинен вестися з дотриманням певних принципів. Перший принцип. Ріст заробітної плати повинен бути адекватним економічному зростанню і посиленню міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. На жаль, в Україні підвищення заробітної плати відбувається як результат виконання передвиборчих обіцянок певних політичних сил, без прив'язки до прогнозних показників економічного зростання і врахування сучасної ситуації в економіці.

Другий принцип – взаємна повага до партнерів, взаємна відповідальність.

Держава, не є структурним елементом ГС, але за умови розбудови соціально орієнтованої ринкової економіки її місія у вирішенні соціальних проблем набуває особливого значення. На нашу думку, держава повинна співпрацювати з організаціями ГС, здійснювати контроль за діяльністю комерційних та інших організацій, які не входять до складу ГС. Такий контроль з боку держави потрібен, оскільки триває процес розвитку демократії в країні та формування правової держави і, безсумнівно, що деякі формальні, а ще більш неформальні організації ГС, не відчують або не розуміють своєї відповідальності в цьому процесі. А контроль та відповідальність слід поділити між цими організаціями та державою.

Отже, поряд з вихованням СВБ з метою формування ГС паралельно повинні відбуватися й інші процеси. Необхідні, по-перше, рішуча боротьба всього суспільства з корупцією, по-друге, переорієнтація держави у своїх взаємовідносинах з підприємцями та посилення соціальної відповідальності і самої держави; по-третє, завершення розпочатої адміністративної і судової реформи в країні. А отже, потрібен час для поглиблення процесів демократизації економіки та формування громадянського суспільства. Проте вже сьогодні необхідно аналізувати кожний крок усім соціальним партнерам.

Література

1. Fox L. Civil Society: A Conceptual Framework. Global Bureau. Centre for Democracy, Washington D.C., USAID, 1995; The Bank's Relations with NGOs: Issues and Directions. Social Development Papers. Paper No 28, August 11, 1998. World Bank. Washington, DC; McCarthy P. The Third Sector: Constructive Interventions with Civil Society // CARE. – October, 2000.
2. Мірошніченко А. Завишенні соціальні очікування //Експерт – Україна. – 2007. – № 13. – 2–8 апр.
3. Простаков Г. Новая домна и старый дом //Эксперт – Україна. – 2007. – № 13. – 2–8 апр.
4. Галиц Г. Социальная ответственность бизнеса – это не только благотворительные акции и спонсорство //Бизнес. — 2007. – № 6.
5. Шинкаренко И. Лучше спорить, чем воевать //Эксперт – Україна. – 2007. — № 11. – 19–25 марта.

Бредіхін В.М.,

*канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємства
Харківського автомобільно-дорожнього інституту*

Дмитрієв І.А.,

*канд. екон. наук, професор, завідувач кафедри економіки підприємства
Харківського автомобільно-дорожнього інституту*

Використання можливостей ринку B2B у підприємницькій діяльності для виходу на міжнародні ринки

Бізнес XXI ст. досить серйозно відрізняється від бізнесу попередніх століть. Історично склалися так, що західне суспільство у сфері найбільш видатних винаходів багато у чому покладалося на індивідуального новатора-підприємця. Якщо раніше бізнес протистояв ринку, то сьогодні він повинен співіснувати з ним і будуватися за іншими законами. У зв'язку з цим великі організації повинні розуміти й широко використовувати систему індивідуального підприємництва. Фактично система індивідуального підприємництва історично довела, що є найбільш успішною для задоволення потреб громадянського суспільства.

Однією з головних причин використання е-комерції є підвищення конкурентоспроможності українських підприємців за сучасних умов, знаходження нових методів боротьби за розширення своєї частки на внутрішньому та зовнішньому ринках, а потім обслуговування обраних ринків і продуктів для інформованості, залучення й збільшення зросту лояльності споживачів. Все це непомітно приводить до серйозних змін форм підприємницької діяльності. На поточному етапі підприємці вводять у свій традиційний бізнес нові й нові е-бізнес ініціативи та моделі B2B комерції.

Метою цієї розвідки є визначення концептуальних засад підприємницької діяльності у сфері е-бізнесу на ринку B2B і пов'язаних з цим можливостей підвищення ефективності ведення звичайного бізнесу як основи забезпечення соціальної відповідальності для розвитку підприємництва та розвитку громадянського суспільства. Методичні основи даного дослідження охоплюють такі загальнонаукові методи як комплексне дослідження та системний підхід.

Використання Інтернет сьогодні виступає як один з чинників впливу на розвиток громадянського суспільства та підприємницької діяльності, тому електронна комерція B2B перебуває на піднесенні. За проведеними дослідженнями, в 2007р. всесвітні доходи B2B електронній комерції досягли приблизно 12 трильйонів доларів. Це є значним стрибком порівняно з 7 трильйонами доларів – показником 2005 р. Проте, як засвідчують останні опитування, незважаючи на те, що більше 70% компаній вже використовує Інтернет як канал для придбання ресурсів та замовлення послуг, через Інтернет проводиться лише 10% від їх загальної кількості. Це означає, що B2B електронна комерція має великий потенціал для росту, що впливатиме на розвиток громадянського суспільства та буде передумовою його сталого розвитку. Ефективність цього процесу в період економічних перетворень багато у чому визначається тим, якою мірою такий вплив прораховується й обгрунтовується. Інструментом для розвитку громадянського суспільства, підприємництва та обгрунтованого прийняття рішень можуть виступати сучасні Інтернет-технології. Їхнє використання дозволяє в обмежені часові строки здійснювати різноманітні комплексні розрахунки та виконувати правління складними міжнародними бізнес-проектами.

Інтернет здатний змінити традиційні способи управління бізнесом. Сьогодні через Інтернет можливо не тільки купувати та продавати товари й послуги, а й фактично перевести в режим онлайн всі бізнес-процеси компанії. Підприємства, які вчасно встануть на шлях використання нових Інтернет-технологій у своїй роботі одержать винятково сприятливі результати.

За сучасних умов конкурентоспроможності підприємств на світовому ринку залежить від можливостей перетворення ключових процесів підприємства на стратегічні ініціативи, спрямовані на як можна більше повне задоволення вимог замовника, і взагалі, на гнучке відстеження й про-

гнозування змін у кон'юктурі ринку. Новітніми прикладами таких ініціатив служать перебудова або реінжиніринг (business process reengineering) і інновація (process innovation) процесів діяльності підприємства.

На сучасному етапі найбільш поширеною є орендна модель використання Інтернет у підприємницькій діяльності. Але для галузевих і продуктових площадок можна визначити граничне число клієнтів, тому виходить, що їхні доходи від використання орендної моделі не можуть бути вище ніж їх число помножене на тариф. Одним з рішень цієї проблеми міг би бути перехід до транзакційної моделі, заснованої на комісіях, одержуваних площадками від кожної угоди.

Перехід на транзакційну модель в Україні стримується такими причинами:

- відсутність на переважній більшості площадок технологічного механізму, що дозволяє укладати угоди;
- відсутність у клієнтів звички й довіри до підписання он-лайнних угод;
- реальні ризики клієнтів при підписанні та виконанні он-лайнних угод;
- відсутність нормативно-правової бази й правозастосовної практики при підписанні й виконанні онлайнних угод.

Крім того, існують суб'єктивні причини, які заважають площадкам упоратися з перерахованими вище утрудненнями й перейти на транзакційну модель. Це, насамперед, недофінансування переважної більшості площадок.

Академік Р. Аганбегян у своїй доповіді підкреслив, що як тільки кількість користувачів будь-якої технології на 1 тис. населення перевищує 100 осіб, починається лавиноподібний розвиток цієї технології. Так було з автомобілями, мобільними телефонами, і зараз подібний процес ми спостерігаємо з Інтернетом [1].

Основне завдання полягає у тому, як це зробити з мінімальними витратами й не покласти великого навантаження на постійно задіяні фінансові ресурси підприємства, держави й суспільства. Одною з можливостей можуть бути B2B торговельні площадки.

B2B торговельна площадка – це товарна біржа в Інтернеті, де покупці, продавці й посередники формують співтовариства, обмінюються думками, пропонують товари й послуги й укладають угоди. Ставши учасником такої площадки, компанії одержують переваги у вигляді зниження витрат і зростання доходів – двох ключових умов підвищення продуктивності.

Використовуючи механізм B2B торговельної площадки підприємець одержує низько витратний, високо функціональний і легкий у використанні канал збуту для своєї продукції або послуг. З'являється нова цільова аудиторія, що в іншій ситуації не була б задіяна. Потенційні клієнти можуть купувати товари й послуги, використовуючи можливості й особливості B2B торговельні площадки, учасником якої є компанія.

На даний момент є десятки прибуткових малих підприємств у сфері електронної комерції (їх число постійно час збільшується) і практично немає жодного ефективного великого проекту. Аудиторія для великих проектів буде дозрівати від 1 до 3 років. Це досить швидко й у цьому сенсі позитивні очікування повністю виправдані [2].

У сфері мережної торгівлі основна увага приділялася комерційним порталам, на яких корпоративні клієнти замовляють устаткування прямо, що дає їм можливість позбутися посередників. Але ці портали мало відрізняються від роздрібних електронних магазинів. Основні зміни у веденні е-бізнесу відбувається за межами окремих фірм.

У зв'язку із цим з'явився новий тип посередників, які почали серйозно впливати на розвиток міжфірмової он-лайнної торгівлі. Вони відіграють роль електронних вузлів (хабів), кожний з яких спеціалізується або на певній продукції, або на певному бізнес-процесі [3]. Нові можливості створюються реклами, продажів, підтримки клієнтів, управління персоналом і процесами, маркетингу.

Одним із прикладів таких можливостей може служити зміна використання найпоширенішої форми підприємництва «особистого продажу». Добре описує традиційний процес особистого продажу наступне визначення: «особистий продаж це усне подання товару в ході бесіди з одним або кількома потенційними покупцями з метою продажу товару або послуги», що у свою чергу стимулює поінформованість громадянського суспільства про новітні технології, товари та послуги.

Якщо компанія має намір організувати збут своїх товарів і послуг за допомогою особистих продажів, вона повинна піклуватися про ефективність праці продавців (партнерів, агентів). Компанії, що працюють поза мережею, для цієї мети проводять навчання продавців й агентів. Інтернет дозволить підприємцям поширити свої можливості, наприклад, за рахунок створення спеціального розділу на сайті компанії, доступному тільки для зареєстрованих продавців. Такий розділ має

містити рекомендації продавцям або навіть курс навчання техніці особистих продажів (традиційних і мережних).

Іншим прикладом може служити багаторівневий маркетинг, який давно й успішно застосовується в традиційному бізнесі. Найбільше поширення він одержав у торгівлі товарами масового споживання (косметика, посуд, засоби для схуднення та ін.).

В Інтернеті багаторівневий маркетинг звичайно будується за допомогою введення компанії оплати продавцям і партнерам не тільки відсотків з їх продажів, а й відсотків із продажів кількох нижчестоящих рівнів продавців.

Наприклад, за продаж продавець одержує 20% від вартості проданого товару. Плюс до цього він одержує 5% від всіх продажів, зроблених продавцями, яких він особисто залучив до співробітництва з компанією. Крім того, він одержує 2% із продажів, зроблених продавцями, притягнутими тими, кого він особисто залучив тощо. Іноді кількість рівнів перевищує вісім.

У деяких випадках компанії прагнуть стимулювати продавців, що залучають нових учасників до програми MLM, до того, щоб вони відслідковували ефективність роботи нижчестоящих рівнів продавців. Звичайно, таке стимулювання полягає у введенні нестандартного співвідношення відсотків із продажів продавців різних рівнів. При цьому обов'язковими умовам виплати винагороди із продажів продавців останнього рівня є наявність продажів на всіх попередніх рівнях. Таким чином, продавець зацікавлений в ефективній роботі всіх нижчестоящих підприємств, аж до четвертого рівня. Багаторівневий маркетинг одержав широке поширення в партнерських програмах Інтернет-магазинів. Найближчим часом він буде досить швидко розвиватися й охоплювати все більше широкі сфери е-бізнесу.

Результатом огляду цих можливостей може бути такий висновок. Першим позитивним моментом перспектив розвитку підприємництва у сфері е-комерції є перспективна динаміка процесу збільшення популяризації Інтернет у громадянському суспільстві та реформування маркетингової служби підприємств. Сучасні умови змушують працювати тільки ефективні підприємства. Другим позитивним моментом є зростання виробництва, у результаті чого з'являється джерело для підтримки життєвого рівня населення для використання нових технологій у сфері одержання суспільних благ. Логічно припустити, що за умов повільного розвитку підприємництва одним з варіантів регулювання, що забезпечує деяку стабілізацію економічного процесу, буде чергування етапів переважно непрямого й прямого регулювання державою процесів соціальної відповідальності для розвитку підприємництва та громадянського суспільства.

Література

6. Аглабегян Р. Границы «безграничных» предприятий: перспективы сетевых организаций //Проблемы теории и практики управления. – 2004. – №1.
7. Ладоніна Л. Ефективні маркетингові комунікації. Огляд успішних кейсів. Доповідь на конференції «Маркетинг і реклама. Нові медіаканали» //Ведомости. – 2007. – 23 жовт.
8. Балабанов І. Т. Інтерактивний бізнес. – СПб.: Пітер, 2001. – 147 с.

Викулина Е.В.,

*аспірантка кафедри економіки
Королєвського інститута управління, економіки і соціології*

Планирование деятельности управляющих компаний в сфере ЖКХ

Реформа жилищно-коммунального хозяйства в России набирает обороты, и вступление в силу Жилищного кодекса РФ только ускорило ее.

Реформирование жилищно-коммунальной сферы является важнейшей государственной программой, качественная реализация которой зависит от ряда факторов, в том числе от компетентности специалистов, на которых будет возложено решение конкретных организационно-экономических задач.

Проведение реформы основывается на инициативе, активности собственников помещений в многоквартирном доме, их желании улучшить условия проживания, а также на возможности собственников помещений в многоквартирном доме самостоятельно принимать решения по управлению своим домом [2].

Но, как оказывается, управлять домом совсем не просто и одной только инициативы и активности явно не хватает. Перед собственниками помещений в многоквартирном доме сразу возникает масса вопросов и проблем, не хватает знаний, навыков и опыта. На смену муниципальным ДЕЗам, СЕЗам, ЖЕКАм и МЖРЭПам приходят новые формы управления ТСЖ и управляющие компании.

Товарищество собственников жилья – некоммерческая организация, объединение собственников помещений в многоквартирном доме для совместного управления комплексом недвижимого имущества в многоквартирном доме, обеспечения эксплуатации этого комплекса, владения, пользования и в установленных законодательством пределах распоряжения общим имуществом в многоквартирном доме [2].

Управляющая компания – организация, реализующая задачу разделения функций заказчика и подрядчика, уполномоченная обеспечивать жилищно-коммунальное обслуживание объектов муниципального заказа и представлять интересы потребителей на основании договора собственников о передаче в оперативное управление или договора о передаче на обслуживание, а также договоров с получателями товаров, работ, услуг жилищно-коммунального назначения. Управляющая компания в форме учреждения забирает на свой баланс муниципальный жилой фонд в оперативное управление [4].

Процесс управления многоквартирным домом достаточно сложен и требует значительной предварительной подготовки. В основе любой эффективной деятельности лежит процесс планирования. Если не планируется какая-либо деятельность, то и оценить ее не представляется возможным, потому что для этого необходимо иметь показатели эффективности. В плане управления ставится конкретная цель и устанавливаются сроки выполнения мероприятий по ее достижению. В процессе исполнения плана сверяется соответствие запланированных действий выполненным мероприятиям в установленные сроки. Это позволяет отследить эффективность деятельности лиц, которые управляют домом.

Если выявляются отклонения от плана, то их анализ позволяет корректировать цель, сроки, выявить риски, которые изначально не были учтены.

Годовой план необходим для того, чтобы и собственники, и лица, управляющие многоквартирным домом (ТСЖ, УО), правильно понимали общие цели и задачи, которых они собираются достичь при совместных усилиях. Для этого УО и ТСЖ готовят проект плана управления, а собственники помещений его утверждают. В результате поправок и обсуждений возникает цель, которую каждый из участников должен воспринять как выработанную им и необходимую для исполнения.

Годовой план управления многоквартирным домом — это план реализации мероприятий (действий), направленных на управление многоквартирным домом в рамках календарного года с указанием стоимости мероприятий, ответственных лиц за их выполнение и рисков при их осуществлении, а также конечного результата деятельности.

При разработке годового плана управления домом необходимо определить следующие моменты:

- конкретные мероприятия или действия, которые предстоит выполнить в текущем году лицу, управляющему домом (возможно, и собственникам помещений), чтобы дом и все его элементы хорошо функционировали, предоставлялись все необходимые жилищные и коммунальные услуги, а собственникам и нанимателям помещений были созданы благоприятные и комфортные условия проживания, а также соблюдались все предписания законодательства;
- стоимость каждого мероприятия или действия, заложенного в плане (бюджет мероприятия или действия);
- сроки выполнения мероприятий (действий);
- лица, ответственные за качественное и своевременное выполнение указанных в плане мероприятий (действий);
- планируемый результат, эффект от каждого мероприятия или действия;
- возможные риски, возникающие при реализации мероприятий, и пути их предупреждения [1].

Процесс составления годового плана включает ряд последовательных этапов. К ним относятся:

- составление перечня всех работ, которые требуется произвести исходя из технического состояния дома и в соответствии с Правилами и нормами технической эксплуатации жилищного фонда, установленными постановлением Государственного комитета Российской Федерации по строительству и жилищно-коммунальному комплексу от 27 сентября 2003 г. № 170 (далее — Правила);
- «отсеивание» и (или) увеличение состава работ с учетом функций лица, осуществляющего управление многоквартирным домом;
- определение стоимости всего сформированного списка работ;
- определение годового бюджета дома, выявление дополнительных источников финансирования работ;
- уточнение плана мероприятий на год путем сопоставления списка работ с бюджетного дома;
- детализация плана мероприятий на год;
- определение ответственных лиц и состава необходимых специалистов;
- определение рисков и способов их решения;
- оформление годового плана управления домом [1].

После реализации всех последовательных этапов составляется непосредственно годовой план управления многоквартирным домом (табл. 1)

Таблица 1

Годовой план управления многоквартирным домом

№ п/п	Мероприятия, действия	Стоимость мероприятий, действий, руб.	Сроки исполнения	Сценарий управления рисками	Ответственные лица	Планируемый результат
1	Мероприятие: теплоизоляция труб в подвале	100 000			И.И. Иванов (организация и контроль) ООО «ЖКХ» (исполнитель)	Экономия тепловой энергии
1.1	Действие: закупить материалы	26 000		Риск увеличения стоимости. Действия: привлечение средств с накопительного счета	И.И. Иванов	Закупка материалов высокого качества, в пределах сметы затрат
1.2	Действия					
2	Мероприятие					

Таким образом, процесс составления годового плана управления выглядит следующим образом см. рис. 1

Годовой план при исполнении может изменяться, мероприятия могут передвигаться по срокам, при возникновении непредвиденных доходов и расходов количество запланированных действий может увеличиваться или уменьшаться.



Рис. 1. Процесс составления годового плана управления многоквартирным домом

Годовой план при исполнении может изменяться, мероприятия могут передвигаться по срокам, при возникновении непредвиденных доходов и расходов количество запланированных действий может увеличиваться или уменьшаться.

Составление годового плана позволяет эффективно распределить ресурсы для исполнения запланированных мероприятий. Кроме того, это делает прозрачной отчетность. При отчете в конце года перед общим собранием собственников можно достаточно четко показать, на что были потрачены средства, рассчитать стоимость 1 кв. м.

Литература

1. Под ред. В.Н. Субботиной Эффективное управление жилым домом. – М.: Эксмо, 2008.
2. Черняк В.З. жилищно-коммунальное хозяйство: развитие, управление, экономика. – М.: КНОРУС, 2007.
3. Багаев А.Н. Реформа жилищно-коммунального хозяйства: все, что о ней слышали и хотим знать. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2006.
4. Жуков Д.М. Экономика и организация жилищно-коммунального хозяйства города. – М.: ВЛАДОС ПРЕСС, 2003.

Галушка З.І.,

*канд. екон. наук, доцент кафедри економічної теорії та менеджменту
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*

Соціальна відповідальність як функція держави у сучасній економіці: необхідність, межі, завдання

Події останнього десятиліття пов'язані з певною кризою класичного інституту держави добробуту, тому обумовлюють актуалізацію нових ідей, які передбачають стратегію розширення прав людини у соціальній державі та тенденцію до зростання ролі громадянського суспільства у вирішенні соціальних проблем. Перш ніж заперечувати соціальну відповідальність як функцію держави у ринковій економіці, розглянемо ті об'єктивні умови, за яких ця функція сформувалася, та визначимо необхідність, причини, завдання і межі держави у сучасній економіці, а також механізми поєднання цієї функції держави із функціями соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності та громадян.

Поняття «соціальна держава» було висунуто у 1929 р. німецьким державознавцем Х. Хеллером і згодом поширилося в Європі. У США ідея соціальної держави була прийнята пізніше, ніж у країнах Європи, оскільки тип свідомості американського суспільства був орієнтована-

ний на принцип індивідуалізму. Після Другої світової війни концепція соціальної держави закріплена у конституціях ряду країн Західної Європи (ФРН, Іспанія та ін.). Теоретиками соціалізації економіки вважаються А.Маршалл, В.Парето, А.Пігу, Л.Ерхард, Х.Ламперт, Я.Корнаї, К.Ерроу, Дж.Бьюкенен, А.Сен та ін. У пострадянському просторі ці проблеми актуалізуються у працях Л.Абалкіна, Г.Башняніна, Л.Бевзенка, Д.Богині, А.Гальчинського, В.Гейця, Б.Кваснюка, В.Решетила, В.Тропіної, В.Кравченка, Е.Лібанової, О.Новікової, Ю.Пахомова, В.Тарасевича, В.Черняка, М.Чумаченка, А.Чухна та ін.

Корені формування соціальної держави проростали поряд з ідеями лібералізму, хоч поняття соціальної і ліберальної держави завжди сприймаються як антиподи. Головна їх відмінність і суперечність полягає у відносинах індивіда і держави. Для лібералів важливо, що людина знаходиться поза впливом держави, для соціального підходу, навпаки, щоб держава брала участь у формуванні і реалізації цілей індивідів. Сучасний неолібералізм пропонує ідеї побудови суспільства з високим рівнем споживання, але виступає проти всезагального добробуту, застерігаючи про можливість завищених вимог щодо державного забезпечення. Лібералісти обмежують роль соціальних функцій держави стабілізацією суспільства, згладжуванням суперечностей, запровадженням у суспільстві відносин солідарності та партнерства. Отже, існує так звана теорія маятника, відповідно до якої стан сучасної розвинutoї держави в конкретно історичний момент часу розглядається як періодичний рух від ліберального полюса до полюса соціальної держави і назад [2, с. 4].

Види держави загального добробуту розрізняють на основі змін у системах стратифікації, ступеня розширення соціальних прав і суспільно-приватної організації соціального забезпечення:

- *ліберальна держава загального добробуту*, характерна для США, Канади й Австралії. У цих країнах держава чітко розрізняє одержувачів соціальної допомоги і всіх інших громадян, надаючи переваги приватному сектору як суб'єкту добробуту;
- *корпоратистська держава загального добробуту*, характерна для Франції, Німеччини, Італії. Ця модель характеризується принципом субсидіарності і припускає державне втручання лише у тих випадках, коли сім'я й інші традиційні інститути неспроможні подбати про своїх членів;
- *соціально-демократична держава загального добробуту*, яка існує у Швеції, Данії, Норвегії й характеризується великою різноманітністю соціальних прав та прагненням до ліквідації соціальної нерівності. Ця модель держави загального добробуту ґрунтується на суспільному забезпеченні добробуту;
- *британська ліберально-колективістська держава загального добробуту*, що являє собою поєднання соціального і ліберального типів.

У другій половині ХХ ст. взаємозв'язок соціально орієнтованої економіки і соціальних функцій держави став настільки тісним, що соціально орієнтована економіка сама виявилась однією із форм прояву соціальної держави. З отриманням соціальних функцій держава взяла на себе відповідальність за результати соціальних рішень. *Функція соціальної відповідальності держави* — це система відносин між державою, суб'єктами господарювання і населенням щодо мобілізації та використання ресурсів, товарів та послуг, які реалізують соціальне забезпечення та соціальний захист усіх груп населення та дозволяють узгоджувати економічні інтереси як основу стабільності суспільства. Вона ґрунтується на забезпеченні високого рівня економічної відповідальності та реалізується через систему інструментів, що забезпечують координацію дій економічних суб'єктів і досягнення їх економічних інтересів, через соціальну політику.

На перший план у соціальній політиці висувається *відповідальність суспільства за умови існування кожного його громадянина*. Через систему перерозподілу доходів і власності держава повинна гарантувати кожному громадянину певний рівень життя («мінімум культурного існування»). У той самий час, відповідно до ідеї «суспільства ефективної конкуренції» кожний громадянин повинен відчувати відповідальність за рівень своєї ініціативи та активності для забезпечення свого існування. *Політика соціального захисту* гарантує населенню безпеку від життєвих ризиків загального характеру за допомогою пенсійного страхування, страхування на випадок хвороб, по безробіттю, від нещасних випадків. *Політика розподілу* спрямована на компенсування «жорсткості ринку» та нерівномірності при первинному розподілі доходів за рахунок соціальної допомоги, державних дотацій на оплату оренди житла, багатодітним сім'ям, надання стипендій на навчання. *Політика щодо ринку праці* повинна сприяти створенню нових робочих місць, підвищенню кваліфікації та перекваліфікації, організації системи посередництва у пошуку роботи тощо. *Політика соціального миру* підтримується та розвивається державою завдяки цілеспрямованій діяльності по створенню форм і структур, за допомогою яких забезпечується конструктивне

співробітництво основних соціальних груп. Це – участь трудящих у прибутках, у власності, в управлінні виробництвом.

Зміст та обсяг соціальних функцій різних держав, звичайно, розрізняються, тому слід говорити про різні рівні їх соціальності та різні моделі соціальної політики у сучасному суспільстві. У будь-якій системі існує комплекс базових цінностей, які домінують та мають своєю метою вирішення певних проблем або досягнення певних цілей. Держава виступає у ролі організації за контрактом, якій громадяни делегують частину своїх прав з метою ефективного вирішення низки завдань. Такий інституціональний підхід дає можливість змінити ставлення до її масштабів та принципів функціонування, оцінювати результати функціонування владних структур з позицій виконання договірних відносин. «У сучасній теорії і практиці етатизму вже не акцентується проблема «масштабності» (більше-менше) державної присутності, яка була характерною для попередніх дискусій між лібералами та дирижистами. Найбільш актуальними стають якісні параметри діяльності «центру» у контексті встановлення сильної та ефективної держави», — зауважує О.П. Сорочан [3, с. 82].

Отже, силу держави тепер важливо оцінювати як з погляду ефективності апарату примусу та адміністрування, так і з погляду визначеності її інституціональних функцій, цінностей, взаємовідносин із недержавними інститутами. Держава повинна консолідувати гілки влади в інтересах суспільного прогресу, шукати і досягати соціального консенсусу та конструктивного партнерства з недержавними інститутами.

Зміна зовнішніх та внутрішніх умов функціонування економіки на рубежі ХХ–ХХІ ст. призвела до того, що концепція «держави всезагального добробуту» почала замінюватись політикою економічного консерватизму та обмеженості впливу держави на економіку. У сучасному суспільстві немає однозначних рішень та універсальних методів вирішення соціальних проблем. Відповідальність за їх вирішення несуть певною мірою усі економічні суб'єкти і питання стоєть лише співвідношення їх функцій та механізми взаємодії. Відносини відповідальності встановлюються різноманітними правовими нормами, організаційними механізмами, морально-етичними уявленнями тощо, які у процесі розвитку можуть змінюватись як результат узгодження економічних інтересів різних господарських суб'єктів чи соціальних груп. Як справедливо пише У. Фель, «...не існує досконалих інститутів, а, значить, завжди можна говорити лише про порівняння переваг і недоліків недосконалих інститутів... Варто завжди вибирати той інститут (риннок чи бюрократію), який веде до найбільшої переваги соціальних вигод над соціальними витратами» [1, с. 226].

Кожне суспільство (індивід, колектив) саме визначає коло потреб і можливості їх задоволення. Це залежить від рівня розвитку суспільства, а ще важливіше значення має дослідження того, у який спосіб, через які механізми і хто має нести соціальну відповідальність. Залежно від того, як вирішуються ці проблеми, ми й розрізняємо соціальні моделі розвитку різних країн. Особливе місце виділяється для держави, яка повинна забезпечувати принципи соціальної справедливості, соціальне компенсації, не допускати соціальних конфліктів чи обмежень правового, соціального чи культурного характеру для окремих соціальних груп. Якщо актуальність соціальних функцій держави у західних країнах виникла на фоні вже усталеної правової державності, за умов великого економічного зростання, що дозволило здійснити перерозподіл доходів без обмеження свободи власників, за наявності розвиненого громадянського суспільства, то в Україні поки що такі умови відсутні. Громадянське суспільство перебуває на стадії формування. Необхідні злагода і єдність інтересів між різними соціальними групами. Звичні орієнтири громадянської свідомості втрачені, а нові не знайдені, а це призводить до соціальної і політичної напруженості.

Соціальна політика, яка сьогодні проводиться в нашій країні, не чітко визначена. Її методи суперечливі. Здійснювана соціальна політика поки орієнтована лише на зниження соціальної напруженості. Рівень доходів громадян недостатній для забезпечення ефективної системи страхування, існує значна диференціація суспільства не лише за рівнем доходів, а й за місцем у власності, за правами володіння, користування, розпорядження, за можливостями самореалізації. Існує низка проблем, пов'язаних з безробіттям, реформуванням системи заробітної плати, пенсійного забезпечення, попередженням і подоланням бідності, інфляції, введенням соціального страхування, поліпшенням адресної допомоги. Низький рівень заробітної плати здійснює тиск на систему соціального захисту. Близькими до межі бідності виявились доходи працюючих у сфері медичного обслуговування, культури, соціальних послуг, як правило, осіб, які мають вищу освіту, професійний досвід і високий кваліфікаційний рівень. Це спричиняє корупцію, тіньовий перерозподіл доходів, породжує соціальні суперечності, призводить до витіснення робітників сфери

освіти, охорони здоров'я, науки, культури з державного сектора у приватний. Низька заробітна плата є перешкодою для стимулювання попиту, стиснення якого усе більше стає обмежувачем виробництва, у першу чергу, предметів споживання.

На нашу думку, існуючі проблеми вже не сприймаються як витрати реформування, а стали характерною ознакою нового суспільного устрою. За роки реформ, метою яких проголошувався суспільний добробут, не відбулося значного поліпшення життя громадян. Тому головними функціями держави повинні виступати: розробка та затвердження правових норм; створення однакових шансів для усіх громадян в отриманні освіти, розвитку особистості, можливостей займатись бізнесом; підтримання ринкових механізмів та захист конкурентного середовища; соціальна підтримка населення; перерозподіл доходів і ресурсів. Соціальна відповідальність як специфічна функція держави повинна бути спрямованою на мобілізацію і використання ресурсів для гарантування соціальної безпеки суспільства та узгодження соціально-економічних інтересів суспільства.

Література

1. Анализ экономических систем: основные понятия теории общественного порядка и политической экономики / Под общ. ред. А.Шюллера и Х.-Г. Крюсельберга; пер.с нем. – М.: ЗАО «Изд-во «Экономика», 2006. – 338 с.
2. Гриценко Н.Н. Российская модель социального государства //Социальное государство: мировой опыт и реалии России. — М.: АТ иСО, 2001. –С. 3–8.
3. Сорочан О.П. Социально-экономические трансформации: специфика постсоциализма //Молдавская экономическая академия. – Ch.Ctnturul Ed. F.S.E.V., 2002. – 252 p.

Гордеева Т.Ф.,

*канд. екон. наук, доцент кафедры маркетингу
АПСВ ФПУ*

Соціально-етичні аспекти міжнародних маркетингових досліджень

Соціальна відповідальність бізнесу є необхідною складовою успішного розвитку суспільства і означає відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів, активну соціальну позицію компанії, яка полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем [5]. За версією Світової Ради компаній зі Сталого Розвитку, корпоративна соціальна відповідальність — це довгострокове зобов'язання компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя працівників та їх родин, громади й суспільства загалом [1].

Питання етики мають велике значення для успішності бізнесу і не повинні бути лише модними гаслами. Етична поведінка компанії економічно вигідна їй і забезпечує широкі можливості для збільшення доходів. Під етикою зазвичай розуміють моральні принципи та цінності, якими особи чи групи осіб керуються у своїй поведінці. На жаль, багатьма західними соціологами наразі відзначається зменшення значення звичаїв і традицій, в тому числі, моральних, що є наслідком встановленої ще на початку минулого століття німецьким соціологом Максом Вебером заміни «цінносноорієнтованої» поведінки людей на «цілераціональну». [9]. Прагнення отримати прибуток стає переважаючим фактором і призводить до порушення етичних принципів поведінки.

У глосарії Європейського фонду управління якістю (EFQM) етика організації визначена як взяті на озброєння моральні принципи, яких дотримуються усі співробітники даної організації [7]. Базуючись на загальнолюдських цінностях, етичні норми ділових стосунків виступають як один з головних критеріїв оцінки професіоналізму і окремого співробітника, і організації у цілому.

Маркетингова діяльність – невід'ємна складова бізнес-активності компаній. Використання концепції маркетингу в діяльності організації передбачає першочерговість задоволення потреб споживачів щодо максимізації прибутку, хоч останнє завжди залишається головною метою будь-якого підприємства. Моніторинг бізнес-середовища та маркетингові дослідження, які є центральною ланкою у процесі прийняття маркетингових рішень, надають можливість отримання необхідної для маркетингового управління інформації. Компанії можуть проводити маркетингові до-

слідження або власними силами, або за допомогою спеціалізованих маркетингових фірм (консалтингових, маркетингових, рекламних, наукових інститутів, навчальних закладів тощо).

Дослідження для своїх клієнтів маркетингові фірми проводять заради прибутку, що іноді примушує їх йти на компроміс з об'єктивністю дослідження або професіоналізмом його проведення. Щоб не підірвати свого престижу і довіри з боку клієнтів, респондентів, колег та суспільства в цілому, дослідні компанії мають дотримуватись високих стандартів моральності. Це завдання значно ускладнюється за умов глобального середовища, оскільки крім суто професійних вимог до маркетологів-дослідників додаються вимоги необхідності врахування соціально-культурних особливостей споживачів та бізнес-партнерів.

Питання моральності, етичної поведінки бізнесу завжди привертало увагу з боку як зарубіжних, так і вітчизняних науковців та фахівців. Досліджень же стосовно етики проведення маркетингових досліджень як національних, так і міжнародних майже не зустрічається. Окремі аспекти етики маркетингових досліджень, у тому числі й міжнародних, розглядаються в [4]. Наразі розроблені і опубліковані подібні між собою національні та міжнародні кодекси проведення маркетингових досліджень як зведення норм і правил поведінки учасників дослідного процесу. Серед наукових досліджень можна знайти в основному тлумачення понять, зафіксованих у цих документах. Найвідоміший наразі у нашій країні і, як визнано фахівцями, найдосконаліший у сфері маркетингової розвідки, є Міжнародний процесуальний кодекс маркетингових і соціальних досліджень ICC/ESOMAR, який був прийнятий у 1976 р. і у подальшому неодноразово коригувався, спільно Міжнародною торговою палатою (ICC) та Європейською асоціацією маркетингових і соціологічних досліджень (ESOMAR). Цей нормативний документ має рекомендаційний характер і визначає взаємовідносини фірми-замовника з фірмою-виконавцем маркетингових досліджень, а також з іншими особами, втягнутими у цей процес.

До маркетингових досліджень причетні чотири типи зацікавлених сторін, а саме: дослідник (фізична чи юридична особа), його клієнт (замовник дослідження – фізична чи юридична особа), респондент (особа, що надає інформацію) та громадськість. Етичні проблеми виникають у тому випадку, коли інтереси однієї чи кількох зацікавлених сторін порушуються під час маркетингових досліджень через неетичну поведінку дослідника або клієнта відносно один одного чи до третіх осіб. Причинами неетичної поведінки можуть бути як навмисні, так і ненавмисні дії, зумовлені низьким професіоналізмом, низькою особистою чи організаційною культурою, незнанням іноземної культури або нелояльним відношенням до неї.

Метою цього дослідження є виявлення та систематизація фактів порушення норм і правил етичної поведінки з боку компаній та осіб, що проводять маркетингові дослідження в межах окремої країни або міжнародні, на основі вивчення літературних джерел та власних спостережень автора.

Неетична поведінка дослідника може проявлятися у його відношенні як до респондента, так і до клієнта. Наслідком неетичної поведінки дослідника є незадовільна якість проведеного маркетингового дослідження і, як підсумок, прийняття на основі отриманої інформації неефективних маркетингових рішень.

Можна виділити такі типи неетичної поведінки дослідника щодо респондента: введення в оману, вторгнення в особисте життя, виявлення зневаги.

Введення в оману респондентів відбувається найчастіше. Подібна поведінка дослідника проявляється у невиконанні обіцянок щодо анонімності дослідження; спробі продажу товарів під час опитування; не виконанні обіцянок стосовно заохочення респондентів тощо.

Основними прийомами вторгнення в особисте життя респондентів є спостереження за людиною без її згоди; використання даних про споживачів з баз даних, створених торговельними організаціями; занадто персоналізовані питання і теми обговорення під час якісних досліджень тощо.

Зневага до респондента проявляється, коли дослідник призначає для роботи із респондентом незручний для нього час або не професійно проводить фокус-групу, персональне інтерв'ю чи інший вид дослідження; коли порушується методологія та нормативи дослідження, наприклад, використовується надто великий розмір анкети або невиправдано зтягується тривалість персонального інтерв'ю чи фокус-групи; коли порушуються правила проведення телефонних опитувань, наприклад, під час контактування з респондентом використовуються закриті питання з великою кількістю альтернативних варіантів відповідей; коли не враховуються особливості національної культури, зокрема, релігії, звичаїв, традицій, мови, освіти тощо при організації, наприклад, опитування.

Підґрунтям етичних проблем між дослідником і клієнтом можуть бути, наприклад, залучення до виконання проекту маркетингового дослідження субпідрядника без узгодження із замовником проекту; встановлення ціни, що не відповідає якості дослідження; помилки, зумовлені низькою кваліфікацією виконавця дослідження, зокрема неправильне визначення генеральної сукупності та розміру вибірки, неправильна реалізація процедури утворення вибіркової сукупності та методів збору, обробки та аналізу інформації; неякісна підготовка звіту та проведення презентації.

Результати дослідження, викладені у звіті, мають узгоджуватися з принципами науковості, системності, комплексності, достовірності та об'єктивності, повноти та обґрунтованості. Іноді непрофесіоналізм дослідників та/або намагання скоротити витрати приводять до підготовки неякісного звіту, зокрема, використовуючи некомпетентність замовника в технічних питаннях маркетингових досліджень, в звіт не включається статистичне обґрунтування вибірок чи результатів дослідження, що породжує недовіру до виконавця дослідження і дискредитує професію маркетолога у суспільстві.

На жаль, часто зустрічаються випадки, коли маркетингові дослідження є прикриттям прямого маркетингу. Дослідження проводяться лише з метою отримання контактної інформації щодо респондента, яка у подальшому використовується з метою пропозиції йому товару чи послуги. У Директиві ESOMAR щодо дотримання розмежувань між маркетинговим дослідженням і прямим маркетингом зазначається, що маркетингові дослідження не повинні змішуватися з видами діяльності, які широко використовуються під назвою «прямий маркетинг», куди відносять поштову рекламу, телемаркетинг, маркетинг через Інтернет, а також складання і подальше використання списків з персональною інформацією та базами даних. Положення Міжнародного кодексу ICC/ESOMAR практично збігаються з вимогами Директиви ЄС про охорону персональних даних щодо прозорості та конфіденційності. Дослідники, що дотримуються в своїй роботі вимог Кодексу, зобов'язані гарантувати конфіденційність усіх персональних даних, які вони отримали у процесі проведення дослідження. Ця засада є фактичною ключовою відмінністю між маркетинговим дослідженням та більшістю інших форм маркетингової діяльності [2, с. 6].

Відмінною рисою міжнародного маркетингового дослідження є, те, що замовник маркетингового дослідження (клієнт), який знаходиться у власній країні, потребує проведення дослідження в одній чи кількох зарубіжних країнах. Тому типовою є ситуація, коли для одного замовника дослідження виконується кількома дослідними агенціями, які можуть належати до міжнародного ланцюга дослідних компаній або бути незалежними одна від одної.

Країни, задіяні у дослідженні, відрізняються від країни клієнта і одна від одної правовими, етнічними, релігійними, соціальними та культурними стандартами і нормами. Така різниця суттєво впливає на проведення досліджень у різних країнах. Наприклад, становище жінок в ісламських країнах створює значні обмеження для проведення інтерв'ю. При плануванні дослідження важливо враховувати національні особливості ринку, зокрема структуру населення, його розміщення, місцеві звичаї, рівень грамотності тощо. При підготовці інструментів (зокрема, анкет, планів інтерв'ю тощо) і проведенні дослідження потрібен достойний і зрозумілий переклад на місцеві мови, щоб респонденти не відчували дискомфорту і емоційної напруги, відповідаючи на питання. Рівень професійної підготовки інтерв'юєрів і модераторів слугує базою забезпечення високого рівня якості маркетингового дослідження. Професіоналізм дослідника міжнародного ринку полягає у найбільш адекватному підборі методів і технік проведення маркетингових досліджень з урахуванням місцевих звичаїв і традицій та фінансових витрат. Наприклад, при проведенні якісних досліджень у деяких країнах доцільніше проводити персональні, а в інших – фокус-групові інтерв'ю; при анкетуванні — використовувати відкриті чи закриті питання.

Розвиток інформаційних технологій призвів до ситуації, коли 20% маркетингових досліджень здійснюються у Інтернеті. У зв'язку з цим набувають значущості норми і правила поведінки дослідних організацій при проведенні Інтернет-досліджень споживачів. Ці норми і правила до певної міри перетинаються з нормами етичності оф-лайн досліджень. Згідно з правилами, розробленими Асоціацією американських дослідницьких компаній (CASRO) та новими міжнародними стандартами проведення маркетингових досліджень ESOMAR, забороняються обманні дії при залученні респондентів для участі у онлайн-опитуваннях, не допускається використання спамових баз даних або адрес електронної пошти без відома респондентів. Респондент повинен дати згоду на участь у дослідженні, він має знати, яка компанія і з якою метою проводить дослідження; які заходи заподіяні для забезпечення конфіденційності інформації тощо [3, с. 8]. Проведення міжнародних маркетингових досліджень через Інтернет (без використання e-mail) має свої особливості, які необхідно враховувати при плануванні дослідження, зокрема он-лайн опитування

не дають можливості визначати національність (країну) респондента і відповідно диференціювати інформацію, що знижує якість результатів дослідження.

Наразі відзначається зменшення значення звичаїв і традицій, у тому числі моральних, у сфері бізнесу. Прагнення отримати прибуток стає переважаючим фактором і приводить до порушення етичних принципів поведінки. Компанії не усвідомлюють, що етична поведінка економічно вигідна їм.

Неетична поведінка агентства маркетингових досліджень може проявлятися у його відношенні як до респондента, так і до клієнта (замовника дослідження). Наслідок такої поведінки — незадовільна якість результатів проведеного маркетингового дослідження і, як підсумок, прийняття на основі отриманої інформації неефективних маркетингових рішень, що потягне нанесення шкоди не тільки компанії, що замовляла дослідження, а й споживачам та суспільству в цілому.

Міжнародні маркетингові дослідження висувають вищі вимоги до виконавців маркетингових досліджень, оскільки поряд із типовими нормами та правилами проведення маркетингових досліджень додаються проблеми, пов'язані із національною та культурною різноманітністю ринків.

Причинами неетичної поведінки дослідних компаній можуть бути як навмисні, так і ненавмисні дії, зумовлені низьким професіоналізмом, низькою особистою чи організаційною культурою, незнанням іноземної культури або нелояльним відношенням до неї.

Розвиток комп'ютерно-інформаційних технологій зумовив широке використання Інтернету для проведення маркетингових досліджень. Специфічна сфера викликала потребу у особливих підходах до реалізації досліджень у мережі. Норми і правила поведінки учасників дослідного проєкту наразі ще недостатньо розроблені і потребують додаткового узагальнення практики.

Маркетингове агентство, яке у своїй діяльності дотримується принципів соціальної відповідальності отримує певні переваги, а саме: в суспільстві формується її більш привабливий імідж, зростає довіра до організації з боку широкого кола зацікавлених осіб, створюються умови для отримання вигідних замовлень, зменшуються ризики інвестування в організацію тощо.

Література

1. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода?/ Києво-Могилянська Бізнес Студія. – 2005. – № 10. <http://www.management.com.ua/cm/cm037.html>
2. Директива ESOMAR щодо дотримання розмежувань між маркетинговим дослідженням і прямим маркетингом. <http://uam.in.ua/ukr/content/standarts/esomar/4.php>
3. ESOMAR — выпуск новой версии международных стандартов проведения маркетинговых исследований. <http://www.svplotnikova.ru/blog/2008/01/esomar-update/>
4. Малхотра, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 3-е изд.: Пер.с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 960 с.
5. Меморандум про соціальну відповідальність бізнесу в Україні. <http://www.pr-liga.org.ua/2/55>
6. Міжнародний процесуальний кодекс маркетингових і соціальних досліджень ICC/ESOMAR. http://uam.in.ua/ukr/content/standarts/stand_esomar.php
7. Модель делового совершенства: глоссарий и методы // Методы менеджмента качества. – 2004. – № 9. – С. 45–49.
8. Онлайн-опросы: нормы и правила от CASRO <http://www.svplotnikova.ru/blog/2007/06/onlayn-oprosyi-normyi-i-pravila-ot-casro/>
9. Свиткин М.З. Социально-этические аспекты менеджмента и бизнеса. <http://quality.eup.ru/MATERIALY11/socy.htm>

Гридковець Л.М.,

*канд. психол. наук, доцент, зав. кафедри психології
Київського інституту бізнесу і технологій*

Доцільність психологічного моніторингу запроваджуваних у державі програм за умов політико-економічної трансформації суспільства

За умов домінації економічних важелів розвитку суспільства і дифузії останніх у політичну систему країни простежується зростання використання маніпулятивних технологій в усіх сферах як виробничого комплексу, так і позавиробничої діяльності. Відсутність будь-якого моніторингу організацій, що реєструються в Україні, особливо тих, які є дочірніми від західних чи східних структур, призводить до безперепонного проникнення деструктивних культур та груп різного спрямування на територію нашої країни, зокрема до останніх можна зарахувати «Служіння заради миру», «Всесвітня федерація миру» тощо, які є похідними від секти мунітів і, попри оперування релігійною тематикою, є суто політико-економічною структурою, що має на меті поза-релігійні цілі.

Крім того, програми, які впроваджуються в Україні з подачі західних держав, зазвичай базуються лише на певній авторитетності навіть не стільки організацій, як самих країн, де ці організації зареєстровані. Зокрема, до сугестованих підходів ми можемо зарахувати більшість тренінгових програм з гендерної рівності, прав захисту дітей, бізнес-тренінгів, що базуються на засадах онтопсихології, саєнтології чи НЛП, врешті-решт метадонову програму чи програму створення ювенальної юстиції.

Об'єктом нашого дослідження є запроваджені у політичній, економічній, соціальній, а також навчальній сфері програми розвитку особистості та суспільства.

Предмет дослідження – доцільність моніторингу запроваджуваних у державі програм.

Мета – привернути увагу науковців, політиків та суспільних діячів до вирішення проблеми моніторингу як організацій, що розпочинають діяльність в Україні, так і окремих програм, які впроваджуються за іноземними аналогами.

В основі будь-якої діяльності особистості у сфері суб'єкт-суб'єктної взаємодії не тільки повинна, а й має лежати її суспільно-соціальній відповідальності, відповідальності перед державою, народом (як би пафосно це не звучало), перед минулими та майбутніми поколіннями, і перед власною родиною та самим собою. У загальному контексті подібне твердження майже ні у кого зауважень не викликає. Проте виникає певне незрозуміння значущості родини у вищесказаному ланцюгу відповідальності. Але саме родина і є ключовою засадою потенційної спроможності будь-якої особи до відповідальності. Родина – це першоцеглина (мікродержава) будь-якої держави, первинна церква будь-якої церкви. А це значить, що у цьому невеликому за обсягом соціально-психологічному просторі діють основні моделі мікро- та макросередовища. Якщо закони взаємодії у родинній системі набувають патологічного прояву, то суб'єкти цього простору, в будь-якому випадку, на рівні несвідомого переносять ці неадекватні відреагування на зовнішній соціальний та професійний простір. Оскільки родина є стрижневою одиницею держави, то змін у ній можна досягти лише за рахунок змін у стрижневому секторі. Проте ці зміни бувають як конструктивними, так і деструктивними. То ж цілком зрозумілим стає ставлення до технологій, які, базуючись на політичних, економічних та психологічних маніпуляціях основний удар спрямовують на родину, а саме – на зіткнення базових для людини взаємодій «чоловік-жінка» (гендерні програми), «діти-батьки» (ювенальна юстиція), «особистість – родинні зв'язки» (психотерапевтичні, політичні, економічні та релігійні секти) тощо.

Наші дослідження щодо організацій зазначених вище видів спрямування діяльності вказують на те, що їх об'єднують кілька спільних параметрів, зокрема:

1. Методи проникнення в Україну: а) економіко-політичне лобювання; б) презентація представниками вищих ешелонів влади; в) діяльнісний вимір дочірніх організацій соціального спрямування; г) соціальну рекламу; г) через облаштування бізнесового супроводу.

2. Лекторат: а) діти (дестабілізація підсистеми «батьки-діти»); б) молодь (руйнація тягlosti поколінь); в) чоловіки (змінення духовних та психологічних засад чоловічості); г) жінки (руйнація духовних і психологічних засад жіночості та материнства).

Останній вектор (жінки) є ключем до запуску руйнації родини.

3. Ціль: а) формування у лекторату потреби у самодостатності; б) мінімізація міжгрупової взаємодії лекторату.

4. Очікувані результати: а) порушення лекторальних зв'язків; б) мінімізація психологічного та соціального опору лекторату маніпуляційним механізмам; в) відсутність перепон до діяльності з боку держави.

Безперечно, запропонований перелік деструкцій є невичерпаним. Проте, вся зазначена структура в ентелехійному контексті нагадує ніщо інше як інформаційно-психологічну війну, яка за ознакою відомого російського фахівця А.В.Манойли є «формою насилля, де в якості інструмента примусу використовують можливості впливу інформації на психіку людини» [4, с. 170]. Продовжуючи його думку, український науковець В.М.Петрик визначає завдання інформаційної війни, до яких зокрема належить:

- здійснення деструктивного ідеологічного впливу;
- -створення атмосфери бездуховності, негативного ставлення до культури та історичної спадщини у суспільстві конкурента...;
- маніпулювання суспільною свідомістю...;
- зміни системи цінностей, котрі визначають спосіб життя і світогляд людей тощо [5, с. 196–197].

То ж спробуємо коротко на прикладах продемонструвати зазначені вище виклади.

Почнемо з методологічної програми (методон – синтезований наркотик, замітник героїну). Хто стоїть за програмою? Світовий фонд. Психологічна маніпуляція свідомістю не тільки пересічного громадянина, а й урядовця зорієнтована на знищення критичності до порції поданої інформації маніпулятивним шляхом, що відбувається за традиційною схемою [1, с. 106–110]:

1-й крок – постановка проблеми у формі запиту (чи ви готові, щоб ваші діти помирали від героїну?)

2-й крок – підміна базових засад (наведення показників смертності в Україні серед наркозалежних. При цьому не акцентується увага на дійсній кількості героїнозалежних осіб, а висвітлюються загальні показники у популяції, серед яких домінують споживачі сурогатних препаратів, часто-густо власного виготовлення).

3-й крок – надання частини правдивої інформації щодо «лікувального» ефекту метадону та безкоштовності отриманої послуги (при цьому не розголошуються дослідження, які ставлять під сумнів будь-який позитивний ефект щодо дії метадону на організм, не акцентується увага на факторі пожиттєвої залежності особи від цього препарату, не згадується про тимчасовість безкоштовної послуги тощо);

4-й крок – коли запропонована частина інформаційного блоку дістає перевірки і його відповідність підтверджується, споживач (це може бути як окрема особа, так і держава) втрачає критичність мислення, а як наслідок цього він отримує вже не порцію, а новий інформаційний потік, який змінює не тільки когнітивну позицію споживача, а й увесь його духовно-психолого-соціальний простір.

Впровадження метадонової програми у країні, де відсутня будь-яка система загальнодоступного реабілітаційного сервісу для наркозалежних є свідченням відсутності соціальної відповідальності як урядового блоку, так і громадянського суспільства, та є наслідком браку елементарних знань з конкретної проблематики, браку елементарної психологічної та суспільно-соціальної культури, а також відсутності компетентного незалежного українського моніторингу програми.

Відомо, що серед наркозалежних основна частина – це підлітки та молодь. Безкоштовна роздача наркотичної речовини створює психологічні передумови до зростання наркозалежності в Україні. Потужним перешкоджальним фактором цієї інтервенції є лише батьки, і то їхня активність може бути мінімізована за рахунок введення ювенальної юстиції. Прикриваючись гаслами боротьби за права дитини – вона порушує психологічні засади взаємодії у системі «батьки-діти», руйнуючи у самій суті виховний процес. Так, наприклад: батьки, що відмовляються переводити наркозалежну дитину на метадон з надією на психокорекцію та реабілітацію, можуть бути позбавлені працівниками ювенальної юстиції батьківських прав, а саму дитину переведуть до опікунської родини, яка з легкістю забезпечить їй «псевдолікування». Небезпека дій ювенальної юстиції полягає у тому, що вона за своєю природною не має ієрархічної будови ідентичної до наявних в

Україні правових структур, то ж і відміна рішення даної установи по-суті унеможливується. Крім того, орієнтація на права дитини без урахування її обов'язків та прав батьків, за досвідом західних країн, призводить часто-густо до узаконених маніпуляцій дітей батьками (прикладом цього є численні судові позови дітей у Німеччині на батьків, що відмовляються задовольняти надлишкові забаганки власних чад). Знову ж таки, подібні проекти можливі лише тому, що до їх розробок залучаються лише фахівці права та фахівці-лобісти даних програм, тобто фахівці, які працюють за грандами організацій-розробників. Натомість не залучаються до експертизи українські фахівці з психології сім'ї (не гендерної психології), вікової та педагогічної психології, етно-психології, педагогіки, представники релігійних громад та конфесій, суспільних патріотично-виховних організацій тощо.

Психологічний феномен прихованої руйнації родини спостерігається також у сугестованих нам програмах «гендерної рівності». Ми не будемо наразі детально зупинятися на маніпулятивних механізмах і деструктивних наслідках впровадження даних світоглядних позицій в українське психо-соціальне культурне поле, бо це насправді дуже серйозна тема, яка потребує детального наукового аналізу і висвітлення на основі доказової бази, яку ми не маємо можливості надати за браком місця в обсязі цієї роботи. То ж єдине, що можна висвітлити у форматі аналізу – це наявність фактора абсурдності ситуації, яка полягає у тому, що переважна більшість осіб (за пілотажним дослідженням 2007 р. у м. Києві – 75%) – тренерів та пропагандистів гендерних програм – розлучені особи. Тобто, міжстатевої взаємодії прагнуть вчити людей, яким у власному житті не вдалося розбудувати гармонійні засади цієї ж таки статевої взаємодії. То ж наразі йдеться, насамперед, про те, що не відбувається жодного моніторингу, жодної незалежної експертизи самих тренінгових програм з гендерної рівності із залученням фахівців з психосексуальної культури, психології сім'ї, етнопсихології, лікарів тощо.

Проте не тільки програми не зазнають моніторингу держави та громадянського суспільства, а й окремі організації, які реєструються в Україні. Так, для прикладу розглянемо відому у всьому світі і визнану у багатьох країнах деструктивною – секту мунітів. В Україні ця культова організація потрапила через дочірні соціально-презентативні організації «Всесвітня Федерація миру», «Захист заради миру» за допомогою вищих посадовців міністерства у справах сім'ї та молоді, Міністерства освіти тощо. Початкова мета цієї організації — зруйнувати у молодого покоління усвідомлення важливості тяглості поколінь, повагу до свого роду, народу, щоб дестабілізувати психологічний простір молоді і одну з первинних потреб у приналежності. Відсутність стабільності призводить до нестійкості будь-якої системи, яка у подібному стані стає найкращим матеріалом для психологічних маніпуляцій та переорієнтування духовно-психологічного простору як особистості, так і мас, що і дозволяє створити, під приводом духовності та соціального милосердя чітку політико-економічну структуру, зорієнтовану на зміну світового устрою (формування «нового родоводу», створення «поліції миру», «армії миру» тощо [3]).

Наведені вище приклади є далеко неповним списком негативних наслідків запровадження програм, що не зазнали глибокого наукового на практичного аналізу з боку незалежних українських фахівців і, в першу чергу, психологів, педагогів, медиків. Проте, ми цілком усвідомлюємо, що Україні надзвичайно важко, а інколи навіть неможливо протистояти зовнішньому політичному та економічному тиску з боку інших держав, зацікавлених у розповсюдженні сфери свого впливу. То ж за таких умов доцільність проведення психологічного моніторингу зростає, оскільки протистояти будь-якій інтервенції ми можемо тільки за рахунок створення власних альтернативних програм та шляхів вирішення проблем, при цьому зберігаючи запропоновані назви ззовні. Велику роль у зазначеному процесі мають відігравати Академія праці, профспілки, науково-дослідні інститути психологічного та педагогічного спрямування, відповідні міністерства, які повинні сприяти не формальному, а змістовно-виваженому наповненню навчальних програм при підготовці спеціалістів. При цьому до цього процесу слід залучати як наукові й навчальні установи, так і громадські та релігійні організації.

Література

1. Гридковець Л.М. Вплив культового фактора на розвиток змінених станів свідомості у особистості /36. ст. за матер міжнар. конфер. «Терапія та профілактика психологічних і соціальних залежностей». – К., 2006. – С.98-118.
2. Гузман С. Купи себе немного лобби (о метадоновой программе в Украине и Глобальном фонде) //Известия. – 2007. – 22 листоп.
3. Конференція Федерації всесвітнього миру. – К., 2006.
4. Манойло А.В. Управление психологической войной /Психологічна безпека та адаптація особистості. – Дніпропетровськ, 2007. – С. 159–183.
5. Петрик В.М. Сутність інформаційної безпеки держави на основі загрози національній безпеці України в інформаційній сфері /Психологічна безпека та адаптація особистості. – Дніпропетровськ, 2007. – С. 194–206.

Длугопольський О.В.,

*канд. екон. наук, доцент кафедри державного і муніципального управління
Тернопільського національного економічного університету*

Публічний сектор і соціальна політика держави: моделі взаємодії

Однією з важливих функцій публічного сектора і, відповідно, видаткових статей державного та місцевого бюджетів, є витрати на соціальний захист населення країни, що здійснюються в процесі реалізації соціальної політики. Актуальність дослідження особливостей розвитку соціальної політики розвинутих країн світу з адаптацією найбільш прийнятних методів соціального захисту до умов української економіки обумовлена фактом, що цілі соціальної політики апелюють до вирішення соціальних проблем, зменшення нерівності в суспільстві і уникненні економічної та соціальної маргіналізації.

Проблемам соціального захисту присвячені праці багатьох зарубіжних (Ф. Вільямс, Л. Ле Гранда, С. Нікітіна, П. Спікера, Б. Франкела) та вітчизняних (О. Іванової, Е. Лібанової, А. Мельник, О. Палія, П. Шевчука) науковців, проте недостатньо добре досліджена роль публічного сектора та його інститутів у процесі реалізації соціальної політики за умов демократичних перетворень.

Зарубіжний досвід проведення соціальної політики вказує на те, що її характерними рисами є: колективність (соціальна політика використовує ресурси колективу та відповідає на колективні потреби); зосередженість на соціальних відносинах; зумовленість незадоволенням в економічному становищі у зв'язку з обмеженістю ресурсів. Зазвичай, способами реалізації соціальної політики держави є система соціального захисту населення та соціальних гарантій. Соціальні гарантії – це система обов'язків держави перед своїми громадянами стосовно задоволення їх соціальних потреб. Соціальні гарантії, як правило, підтверджуються конституційно і передбачають визнання обов'язковості загальнодоступності освіти, недопущення примусової праці, гарантування мінімізації втрат добробуту в зв'язку з закінченням трудової діяльності (пенсійне забезпечення). Соціальний захист є системою урядових організаційно-правових та економічних заходів щодо забезпечення гідного матеріального і соціального становища громадян. Зазвичай, до системи соціального захисту відносять: заходи, пов'язані з кваліфікаційною підготовкою до трудової діяльності; заходи, що забезпечують можливість реалізації здібностей кожного в процесі трудової діяльності; заходи, спрямовані на створення нових робочих місць і підтримку тих, хто втратив роботу [1].

Соціальний захист більшістю західноєвропейських вчених розглядається як у вузькому, так і у широкому сенсі [2; 3, с.327]. Вузьке значення соціального захисту полягає у тому, що він є сукупністю дій, спрямованих на надання допомоги під час життєвих криз (наприклад, потреба у фінансовій допомозі внаслідок безробіття, низьких доходів, похилого віку, непрацездатності або обов'язку доглядати за утриманцями). Соціальний захист у широкому сенсі охоплює певні види колективного забезпечення, що мають на меті підтримку добробуту людей і включають в себе, окрім безпосередньо допомоги у складних життєвих ситуаціях, також запровадження превентивних механізмів, спрямованих на запобігання виникненню таких ситуацій. Таким чином, система соціального захисту за цим підходом містить три основні складові [4, с.111–113]: надання соціальної допомоги, що означає підвищення рівня споживання малозабезпечених сімей за рахунок зниження рівня споживання забезпечених сімей. Бідні родини в цьому випадку виступають реципієнтами допомоги, а заможні – донорами коштів; соціальне страхування, яке передбачає захист громадян від подій, що властиві суспільству загалом і не зовсім передбачувані для окремої особи (наприклад, тривалість людського життя, бідність, хвороби і каліцтва тощо); соціальна справедливість, яка означає компенсацію (матеріальну чи моральну) особам з настанням непередбачуваних подій, наприклад, природних і техногенних катастроф.

Специфіка демократичних суспільств полягає у тому, що до системи соціального захисту, крім держави, залучається також і кілька інших інституцій публічного сектора, таких як сім'я, церква, неурядові організації. За таких обставин механізм соціального захисту є складною системою відносин різних інститутів у рамках встановлених умов регулювання і відповідних механізмів

перерозподілу (рис. 1). В Україні на державному рівні функції щодо забезпечення соціального захисту населення покладені на Міністерство праці та соціальної політики з відповідним делегуванням ним повноважень на інституціональні структури нижчого рівня, на місцевому – на органи місцевого самоврядування.

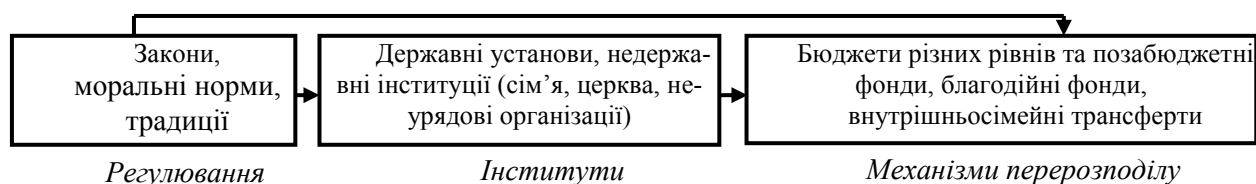


Рис. 1. Механізм системи соціального захисту [5, с. 381]

П. Спікер виокремив кілька стратегій соціального захисту, спрямованих на поліпшення добробуту населення країни [1, с. 71-78; 6]: зростання (прискорення економічного розвитку); перерозподіл (горизонтальний та вертикальний); соціальне забезпечення та солідарність (перерозподіл доходів особи між різними періодами її життя; допомога, що надається людині, яка перебуває в скрутному становищі; соціальне страхування як продукт солідарності та взаємодопомоги); колективні підходи (дії, що мають на меті підтримку суспільства як колективного організму).

Для адекватної соціальної підтримки тих чи інших груп населення в різних соціально-економічних обставинах світова практика соціального захисту виробила кілька базових моделей, серед яких на особливу увагу заслуговує класифікація, що базується на принципі «сімейної схожості», в рамках виділяються такі моделі соціального захисту населення:

- скандинавська модель (Швеція, Норвегія, Данія, Фінляндія), характерною особливістю якої є солідарна та універсальна система соціального захисту. Державні зусилля спрямовуються на мінімізацію соціальних проблем та максимізацію надходжень у бюджет через систему прогресивного оподаткування населення;
- корпоративна або інституціональна модель (Німеччина, Австрія, Нідерланди, Швейцарія, Франція, Італія, Люксембург, Бельгія, Ірландія), яка передбачає участь різних секторів економіки у сфері соціального захисту (принцип субсидіарності), можливість меншої структурної одиниці звернутись до більшої за підтримкою у виконанні своїх функцій, не втрачаючи контролю над своєю діяльністю (принцип солідарності). Така модель базується на необхідності забезпечити рівновагу патерналістських заходів влади з адресними програмами підтримки різних груп населення як за професійною, так і за майновою ознаками;
- залишкова модель (Великобританія, Канада, Австралія, Нова Зеландія, США), що робить наголос на підтримці індивідів виключно поза ринком праці, орієнтації державної допомоги на соціальну патологію (наявність малозабезпечених), поляризації функцій нагляду та контролю, дуалізмі держави і ринку у страхуванні, житловому забезпеченні, освіті, охороні здоров'я, службах допомоги у громаді тощо;
- рудиментарна модель (Португалія, Іспанія, Греція), характерними ознаками якої є те, що соціальне забезпечення знаходиться у зародковому стані, юридичні права на соціальний захист є мінімальними або взагалі відсутні, функції соціального захисту покладені на волонтерський та неформальний сектори, а діяльність соціальних служб є некоординованою та несистематичною.

Порівняльний аналіз частки державних видатків у моделях соціального захисту країн-членів ОЕСР (табл. 1) вказує на те, що найвищого рівня вони досягають у Скандинавській моделі (від 48,5 % ВВП – Фінляндія, до 55,3 % ВВП – Швеція). Найнижчими є державні видатки у залишковій моделі (від 34,5 % ВВП – США, до 44,1 % ВВП – Великобританія).

Таблиця 1

Частка державних видатків у моделях соціального захисту в розрізі країн світу (% від ВВП) [7; 8]

Модель соціального захисту	Країна	1960	1970	1980	1990	2000	2006	2006/1960
Корпоративна	Австрія	21,2	38,0	47,2	48,5	51,3	49,1	2,3
	Швейцарія	17,2	21,3	29,3	30,9	
	Бельгія	34,5	39,7	53,4	50,8	49,0	49,1	1,4
	Франція	34,6	37,6	45,4	49,6	51,6	53,5	1,5
	Ірландія	28,0	37,7	47,6	39,5	31,6	34,1	1,2
	Німеччина	32,4	37,2	46,5	43,8	45,1	45,7	1,4
	Італія	30,1	32,7	41,8	53,1	46,2	50,1	1,7
	Люксембург	30,5	33,1	48,8	45,5	7,6	0,4	1,3
	Нідерланди	33,7	37,0	50,9	49,4	42,2	46,6	1,4
Залишкова	Австралія	25,7	25,2	32,3	33,0	31,4	...	
	Великобританія	32,2	36,7	43,0	41,9	6,8	4,1	1,4
	Канада	28,6	33,8	39,1	46,0	7,8	...	
	Нова Зеландія	27,7	34,4	47,0	50,0	
	США	28,4	29,6	31,3	33,6	2,5	4,5	1,8
Скандинавська	Данія	24,8	40,1	55,0	53,0	53,5	50,9	1,2
	Норвегія	29,9	34,9	43,9	49,7	40,6	...	
	Фінляндія	26,6	29,7	37,1	44,4	8,3	8,5	1,4
	Швеція	31,0	41,7	56,9	55,8	7,1	5,3	1,8
Рудиментарна	Португалія	17,0	18,0	28,1	44,5	43,1	46,1	2,7
	Іспанія	13,7	21,7	31,3	41,4	9,0	8,4	2,8
	Греція	17,4	23,3	29,6	47,8	51,1	45,8	2,6

Діюча система соціального захисту населення в Україні є еклектичним поєднанням соціалістичної моделі соціального захисту з абсолютизацією ролі держави з елементами скандинавської та корпоративної моделей. На характер української моделі соціального захисту значний вплив мають політичні рішення депутатського корпусу, які часто побудовані на популізмі. Зрозуміло, що завдання соціальної політики, які ставить перед собою держава, поділяються на довгострокові (перспективні), що обумовлені пошуком оптимального співвідношення соціально-економічної стабільності з економічним розвитком країни, і поточні (короткострокові), які формуються на базі стартових можливостей національної економічної системи. Як у першому, так і у другому випадках слід враховувати реальний стан і потенціал національної економіки, наміри позиціонувати країну у світовій економічній спільноті.

Проте, яку б модель реалізації соціальної політики не обрала та чи інша країна, держава повинна брати на себе зобов'язання піклуватися про соціальну справедливість, соціальну захищеність своїх громадян, а сама сутність формування і розвитку держави загального добробуту

ґрунтується на глибоких зв'язках між державою, громадянським суспільством і громадянином, високим рівнем розвитку економіки та ступенем розвитку людського капіталу.

Література

1. Іванова О.Л. Соціальна політика: теоретичні аспекти: Курс лекцій. –К.: КМ Академія, 2003.
2. Williams F. Social Policy: a Critical Introduction. –Cambridge, 1989.
3. The Blackwell Encyclopedia of Social Work / Ed. by M.Davies. –Blackwell Publishers, 2000.
4. Шевчук П.І. Соціальна політика. –Львів: Світ, 2003.
5. Лібанова Л., Палій О. Ринок праці та соціальний захист: Навч. посіб. із соц. політики. –К.: Основи, 2004.
6. Спікер П. Соціальна політика: Темі та підходи. –К.: Фенікс, 2000. –400 с.
7. ECO /WKP – 2001 //OECD Economic Outlook. OECD National Accounts and OECD Calculations. –2000. –№68.
8. Statistical Annex of European Economy. Spring 2007. European commission. ECFIN/REP/52309/2007-EU.

Жук О.І.,

асистент кафедри маркетингу АПСВ ФПУ

Можливості використання соціального маркетингу в діяльності підприємств

З переходом до нових моделей управління в усьому світі зросло значення застосування маркетингових інструментів в управлінській діяльності. Україна також знаходиться на шляху пошуку нових моделей управління, які б забезпечили надання соціальних послуг суспільству, що безумовно потребує застосування маркетингових підходів в управлінні підприємством.

Проблеми впровадження маркетингових підходів в управлінні підприємствами досліджували І. Березин, М. Брун, В. Гордін, Ф. Котлер, В. Лобанов, А.Панкрухін, А. Решетников, Р. Тедлоу та ін. Проте ще не до кінця вирішеним залишається питання щодо специфіки різних маркетингових аспектів в організаціях, що й обумовило мету цього дослідження.

Елемент комплексу маркетингу, який найлегше адаптувати для діяльності управлінського апарату, – це просування. Крім свого прямого призначення, просування також допомагає проаналізувати те, яким чином товари та послуги стають доступними і перевірити, наскільки добре задовольняються потреби споживачів. Таке дослідження слід проводити регулярно, оскільки з часом змінюються характеристики споживачів і можуть з'являтися можливості для збільшення кількості і/або підвищення якості товарів та послуг.

Поза сумнівом, особливості маркетингу в управлінні властиві й маркетингу в діяльності підприємств, який своїми основними цілями ставить забезпечення задоволеності членів трудового колективу соціальними послугами, що надаються управлінським апаратом підприємства, і відповідно підвищення життєвого рівня мешканців певної території. Для досягнення першої мети, на нашу думку, найкраще підходить використання соціального маркетингу, а для другої – маркетингу територій.

Соціальний маркетинг є механізмом узгодження потреб та інтересів організації, споживачів і суспільства. Слід зазначити, що цей термін вперше був застосований у 1971 р. [5] і визначив спробу застосування принципів і технологій маркетингу для сприяння вирішенню соціальних завдань, реалізації соціальних ідей, а також у процесі соціальних дій. Саме тоді у сферу діяльності організацій все частіше почало вплітатися вирішення різних соціальних проблем. Із цього приводу М. Брун і Дж. Тілмес писали: «Важливішим, ніж формальні критерії характеристики організації, є її готовність до вирішення соціальних завдань, здатність організації ініціювати діяльність у сфері соціального маркетингу. Тому для оцінки значення соціального маркетингу необхідно виявити відносне значення постановки соціальних питань» [7, с. 23].

Поняття «соціальний маркетинг» отримало подальший розвиток у працях Ф. Котлера, в яких досліджувалося, чому в певних групах людей існує детерміноване ставлення до чого-небудь і які проблеми виникнуть у зв'язку із зміною цього ставлення. Базуючись на такому аналізі, Котлер запропонував реалізовувати у маркетинговій діяльності програми, за допомогою яких можна добитися сприйняття і зміни у позитивну сторону думок певних цільових груп про соціальні ідеї, завдання або конкретну діяльність [8].

Подібний підхід дозволяє стверджувати, що соціальний маркетинг, який має справу із соціальними ідеями, завданнями або конкретними діями, не є, проте, від початку суспільно орієнтованим, оскільки його діяльність спрямована на певні цільові групи, а не на все суспільство. При цьому трапляються випадки, коли окремі групи намагаються активно впливати на організацію, – вони виявляють незадоволеність її діяльністю і намагаються нав'язати їй свої цілі. Але негативні відгуки таких груп можуть не співпадати з думкою інших груп, які також слід враховувати.

Більше того, часто різні групи висловлюють діаметрально протилежні думки про те, як організація повинна ставитись до суспільства, які кроки їй слід робити. Усе це необхідно враховувати у соціальному маркетингу, хоча це і є серйозною проблемою. Для її вирішення В. Гордін пропонує користуватися поняттям «мовчазної більшості» та її інтересів, з урахуванням яких організація повинна визначати свою діяльність [1].

При цьому вслід за Ф. Котлером В. Гордін трактує соціальний маркетинг саме як маркетинг ідей. Проте аргументація практичної потреби такого маркетингу виводить за рамки вузької спрямованості на цільову групу, оскільки як його особливості можна відзначити такі [2]:

1. Регулювання суспільством соціальних змін методами переконання, різного роду стимулювання, що відповідає маркетинговому інструментарію.

2. Посилення ролі неприбуткових громадських організацій у вирішенні більшості соціальних проблем.

3. Проникнення ринкових відносин в усі сфери життя суспільства, хоча при цьому в просуванні соціальних ідей як платіжний засіб виступають не гроші, а інші засоби платежу, наприклад, кредит довіри до різних державних і соціальних інститутів.

Не дивно, з урахуванням зазначеного вище, що відомий маркетинголог Жан-Жак Ламбен визначає маркетинг взагалі як явище не економічне, а соціальне: «Маркетинг – це соціальний процес, спрямований на задоволення потреб і бажань людей та організацій шляхом забезпечення вільного конкурентного обміну товарами і послугами, що являють цінність для покупця» [9].

Як відомо, у загальній теорії маркетингу присутній двоєдиний підхід: активний вплив і формування ринку, з одного боку, і здатність маркетингу пристосовуватися до вимог ринку, – з іншого. У концепції соціального маркетингу такий підхід трансформується і наповнюється новим змістом з урахуванням специфічних завдань даного виду маркетингу. Перший аспект тут – здатність вирішувати різні соціальні проблеми, що виникають у працівників, активно впливати на різні соціальні процеси, а другий – здатність маркетингу пристосовуватися до вимог трудового колективу.

Причому необхідно відзначити, що перший аспект соціального маркетингу визначається об'єктом впливу, тобто запитами, потребами, намірами, вподобаннями людей, які необхідно постійно вивчати. І в цьому сенсі маркетинг є інтегрованою функцією управління, що перетворює потреби споживачів на «вигоду» організації. Що стосується другого аспекту – соціальної відповідальності, то він пов'язаний з поєднанням корпоративного добросусідства, освіченого особистого інтересу, довгострокового планування, добросусідства індивідуумів, особистої етики та раціонального менеджменту [1].

Звичайно, наївно вважати, що розповсюдження соціального маркетингу пояснюється тільки турботою про блага працівників. Як уже наголошувалося, розвиток маркетингу нерозривно пов'язаний з розвитком менеджменту. А останнім часом спостерігається активний перехід до нових управлінських моделей, спрямованих на розширене відтворення багатства людської природи, розвиток індивідуальних здібностей на основі надання рівних можливостей кожному і розширення ресурсної бази власне соціального виробництва. І концепція соціального маркетингу «вбудовується» в ці моделі найкращим чином.

Але, крім того, концепція соціального маркетингу в «руках» органів влади здатна стати й інструментом суспільного розвитку, оскільки вона також відповідає тенденції активного розвитку елементів людського суспільства, посилення соціального контролю над різними сферами діяльності.

Іншим видом маркетингу, який, на нашу думку, слід активно використовувати в управлінській діяльності підприємства, є, як наголошувалося вище, *маркетинг територій* (або територіальний маркетинг). Маркетинг територій – це спеціалізована маркетингова діяльність, що здійснюється на території з метою створення, підтримки або зміни про неї думок, намірів і/або поведінки суб'єктів, котрі як вже існують і діють на даній території, так і її потенційних споживачів [6].

Відтак основними напрямками маркетингу територій є: привабливість, престиж території (місця) в цілому; привабливість зосереджених на території природних, матеріально-технічних, фінансових, трудових, організаційних, соціальних та інших ресурсів, а також можливості реалізації й відтворення таких ресурсів. Проте в цілому маркетинг територій спрямований на ефективне використання конкурентних переваг даної території для постійного життя, для бізнесу і для короткострокового перебування. Тому найважливіший аспект маркетингу територій – це вміння правильно визначити, яким чином територія може виступити як товар, що є якістю цього товару і яка буде ціна його споживання, особливо для окремих груп споживачів територій. При цьому маркетинг територій здійснюється як усередині, так і за її межами, тому орієнтований як на внутрішніх, так і зовнішніх відносно території суб'єктів.

Для того, щоб виділити окремо «внутрішній» маркетинг територій, його іноді називають «маркетинг на території». Основними завданнями такого маркетингу є: формування і розвиток некомерційного маркетингу продукції; сприяння розвитку територіального ринку комерційних товарів і його суб'єктів, маркетингового підходу в їх управлінській діяльності; розвиток і здійснення маркетингу послуг на відповідних територіях; підвищення ефективності ринкової взаємодії регіональних господарюючих суб'єктів зі суб'єктами з інших регіонів [3].

До основних внутрішніх суб'єктів маркетингу територій належать виробники територіально-го продукту (у вигляді не лише товарів і послуг, а й умов мешкання та господарювання), його споживачі (покупці, користувачі) і посередники. Виходячи з цього, можна стверджувати, що органи влади організацій на відповідних територіях не тільки можуть, а й повинні виступати основними суб'єктами маркетингу територій. Разом з ними брати участь у маркетингових відносинах і діях можуть навчальні та наукові установи, громадські організації, засоби масової інформації, а також інші сфери економіки: транспорт, торгівля, виставково-ярмаркова діяльність, індустрія розваг, туризму і відпочинку тощо.

Таким чином, незважаючи на певну специфіку, маркетинг не тільки може, а й повинен активно використовуватися в управлінській діяльності сучасних підприємств та організацій для задоволення економічних і соціальних потреб членів суспільства у цілому.

Література

1. Гордин В.Э. Социальная политика и социальный маркетинг. – СПб., 1993. – 317 с.
2. Захарова С. Кризис индустриализма и концепция социального маркетинга //Социологические исследования. – 1995. – № 5. – С. 34 – 38.
3. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест: привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 376 с.
4. Лобанов В. Маркетинг в государственном управлении //Проблемы теории и практики управления. – 1994. – № 4. – С. 91 – 102.
5. Мелиховский В.М. Социальный маркетинг. – Ярославль, 1996. – 347 с.
6. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2006. – 416 с.
7. Bruhn M., Tilmes J. Social Marketing. – Stuttgart, 1989. – 506 p.
8. Kotler P. Marketing-Management: Analyse, Planung und Kontrolle. – Stuttgart, 1982. – 343 p.
9. Tedlow R.S., Jones G. The rise and fall of mass marketing. – London, New York, 1993. – 458 p.

*Катречко М.О.,**викл. кафедри банківської справи**Харківського інституту банківської справи університету банківської справи*

Фактори стимулювання праці як необхідна передумова ефективного управління банком

Зростання ефективності праці має важливе значення для будь-якого суспільства. Особливої актуальності ця проблема набуває за умов пошуку шляхів стабілізації економічного розвитку в країнах з перехідною економікою. Зростання ефективності праці має розглядатися як джерело економічних зрушень, підвищення заробітної плати і, відповідно життєвого рівня населення. Світовий досвід вказує на те, що висока конкурентоспроможність у банківській діяльності та економіки в цілому суттєвою мірою визначається цілеспрямованою мотивацією до ефективної та високопродуктивної праці.

Актуальність дослідження та наявність великої кількості нерозв'язаних теоретичних та практичних питань стосовно стимулювання праці та ефективності управління обумовили мету цієї статті: виявлення та оцінка факторів стимулювання праці з метою покращення результатів діяльності банків. Для досягнення поставленої мети було сформульовано і вирішене таке завдання: виявити та оцінити існуючі фактори стимулювання праці, проаналізувати їх вплив на ефективність управління та результати діяльності банку. З метою виявлення основних фінансових інструментів стимулювання праці проведемо аналіз існуючих теорій, методів та прийомів стимулювання праці банківського персоналу. Ефективність праці – це її результативність, вона покаже співвідношення обсягу вироблених матеріальних або нематеріальних благ та кількості затраченої на це праці. Тобто зростання ефективності праці означає збільшення обсягу вироблених благ без підвищення трудовитрат. У широкому розумінні зростання ефективності праці означає постійне вдосконалення людьми економічної діяльності, постійне знаходження можливості працювати краще, виробляти більше якісних благ при тих самих або і менших затратах праці. Питання стимулювання праці та ефективності управління розглядали у своїх працях іноземні економісти А. Маршалл, Н. Менкью, П. Семюелсон, В. Нордгауз та ін. [1]. В останнє десятиліття ця проблема зацікавила багатьох українських та російських вчених. Економічна категорія «ефективність праці» є досить новою для нашої країни. Традиційно в літературі під ефективністю праці розуміється співвідношення результатів праці і витрат, пов'язаних з даною працею. Цей аналіз свідчить про те, що поки не сформувалося єдиної точки зору щодо змісту цієї категорії, її вимірників, співвідношення з іншими категоріями оцінки праці, зокрема, такої складової ефективності, як продуктивність праці та резервів її зростання. На сучасному етапі економічного розвитку використання поняття «продуктивності праці» у його традиційному розумінні вважається вже недостатнім для оцінки результатів праці. Це змушує виробників постійно оновлювати асортимент та поліпшувати якість продукції, а для отримання максимального прибутку в результаті своєї діяльності скорочувати витрати праці. Такі умови висувають нові вимоги до оцінки результатів праці й зумовлюють необхідність збагачення трактування змісту категорії «продуктивність праці». Під зростанням ефективності праці слід розуміти постійне вдосконалення економічної діяльності, знаходження можливості працювати краще, виробляти більше якісних благ за тих самих або менших витрат праці, що забезпечує підвищення реального продукту і доходу взагалі і в розрахунку на душу населення, зростання рівня споживання, а отже, і рівня життя населення. На ефективність праці дуже впливає той факт, що трудовий потенціал України нині залежить від надзвичайно складної демографічної ситуації, яка характеризується стійкою тенденцією до зменшення економічно активної частини населення. Поряд з тим зростає кількість економічно неактивного населення. За методологією МОП чисельність безробітних працездатного віку (особи, що самостійно шукали роботу та які перебували на обліку в державній службі зайнятості) становила 2,0 млн. осіб. Рівень безробіття становив 9,7% чисельності економічно активного населення працездатного віку [3]. Саме цьому проблема збереження оптимальної ефективності праці та високого рівня економічної активності всього працездатного населення країни є пріоритетною серед інших завдань економічного розвитку.

Важливим макроекономічним показником ефективності використання праці є проблема попередження втрат живої праці через досить високий рівень безробіття в країні та масову еміграцію кадрів. А саме ринок праці є відображенням тих економічних процесів, які відбуваються в будь-якій країні. Не випадково, приміром, спеціалістами Німеччини досліджено, що скорочення терміну безробіття лише на один тиждень (а там його середня тривалість 23 тижні) дало б змогу збільшити ВВП на 1,5 млрд. євро. За рахунок цього можна було б працевлаштувати в країні 150 тис. осіб [4]. З урахуванням цих обставин, сукупні втрати в Україні від безробіття, адміністративних відпусток і часткової зайнятості досягають у середньому 40 % ВВП на рік. Значних втрат українська економіка зазнає також від масової еміграції великої кількості населення за кордон. За експертними даними МЗС України, за кордоном перебуває 2 млн. українців, що в свою чергу впливає на демографічну ситуацію у країні. Так, за даними статистики населення України щороку скорочується на 420,8 тис. осіб [5]. Слід відзначити також той факт, що протягом кількох останніх років за кордон виїхало понад 56 тис. кандидатів і докторів наук, 1/3 яких віком до 40 років [6]. Можливо до такої ситуації призвів досить низький рівень оплати праці у країні. Становлення та розвиток сучасного ринку праці в Україні дуже тісно пов'язані з рівнем оплати праці. Доходи населення є одним із найбільш вагомих показників економічного розвитку країни та підвищення добробуту населення [4]. Порівняно з лютим 2003 р. він зріс на 44,8 грн., та все ж таки все ще існує різниця між рівнем прожиткового мінімуму та заробітної платою. Сьогодні тільки в деяких сферах виробництва мінімальний рівень заробітної плати відповідає рівню встановленого прожиткового мінімуму в країні. А за таких умов неможливо говорити про мотиваційну функцію заробітної плати. В Україні постановою Кабінету Міністрів від 30 серпня 2002 р. «Про оплату праці працівників на основі єдиної тарифної сітки розрядів і коефіцієнтів з оплати праці працівників, установ, закладів та організацій окремих галузей бюджетної сфери» були передбачені заходи щодо впорядкування оплати праці, але впровадження положень тарифної системи не дало очікуваних результатів. Таким чином, ця проблема залишається досить не вирішеною. А саме підвищення заробітної плати у складі ВВП може стати реальним стимулом підвищення рівня економіки.

Наступною важливою і дуже складною проблемою є визначення методів вимірювання ефективності праці. Для цього можуть бути використані найрізноманітніші прийоми. Наприклад, для характеристики ефективності праці можна вимірювати затрати праці, кількість виконаної роботи, кількість затраченої на це людської та теплової енергії, рівень відновлення фізіологічних потреб, виробіток продукції тощо. Але у такій ситуації слід враховувати що на продуктивність праці певною мірою впливає вік працівника, стан його здоров'я, кліматичні, соціальні та психологічні умови, в яких працює та чи інша людина. Міжнародна організація праці констатувала, що сутність підвищення продуктивності праці складається в оптимальному з'єднанні у виробничому процесі всіх існуючих ресурсів: трудових, капіталу, землі, матеріалів, інформації, часу та ін. [9]. Саме тому проблему підвищення продуктивності праці слід розглядати не тільки як технічну або управлінську, але і як соціальну. Ф. Енгельс писав: «Справедливий робочий день – це та тривалість робочого дня та інтенсивність виконаної роботи, за яких протягом робочого дня повністю витрачається робоча сила робітника, але витрачається так, щоб не пошкодити його здатності виконувати таку саму кількість праці і завтра, і в наступні дні» [10]. Проблема підвищення ефективності праці може бути вирішена тільки в результаті активного використання всього комплексу макроекономічних і мікроекономічних факторів, у тому числі впровадження досягнень НТП, зміни структури виробництва і зайнятості, зростання інвестиційної та інноваційної активності, поліпшення якісного складу робочої сили, удосконалення організації виробництва і методів управління. Одним із основних засобів підвищення ефективності праці є розробка і впровадження дієвого механізму стимулювання ефективності праці, що економічно поєднується та ефективно взаємодіє з господарським механізмом організації, галузі та економіки, внутрішнім і зовнішнім ринком. Ефективність праці, як критерій ефективності діяльності, визначає основні параметри підприємства: позицію підприємства на ринку, якість продукції, рівень витрат, якість життя робітників, зайнятість, рівень кваліфікації робітників тощо. Особлива увага керівників різних рівнів до трудової мотивації персоналу обумовлена тим внеском робітника, який робить стимулювання в кінцеві результати праці. При цьому потрібно шукати моделі поведінки, щоб установити щось важливе, а не тільки фіксувати окремі риси стимулювання. Модель залежності мотивації з кінцевими результатами праці може мати такий вигляд:

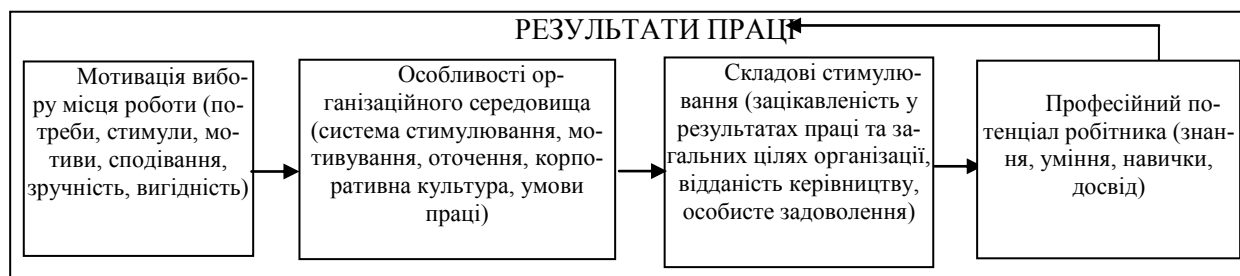


Рис. 2. Модель залежності мотивації від кінцевих результатів праці

Ця модель демонструє, як мотивація вибору місця роботи в процесі праці спочатку переходить в оцінку особливостей вибору організаційного середовища, а потім у складові стимулювання та особистого професійного потенціалу робітника у мотивацію праці, що приводить до покращення результатів діяльності банку.

При побудові системи мотивації важливо також враховувати відповідність зовнішніх та внутрішніх оцінок і винагород як умови гармонійної та продуктивної праці персоналу. Розробка і практичне застосування нових мотиваційних методів, моделей та систем безпосередньо на самих підприємствах, організаціях та установах надасть змогу керівникам дати можливість працівникам задовольняти визначені активні потреби в рамках виконання виробничих задач, розподілених диференційовано з урахуванням індивідуальних особливостей кожного працівника.

У широкому розумінні зростання ефективності праці означає постійне вдосконалення людини економічної діяльності, постійне знаходження можливості працювати краще, виробляти більше якісних благ за тих самих або і менших затрат праці, що забезпечує підвищення реального продукту і доходу взагалі і у розрахунку на душу населення, зростання рівня споживання, а отже і рівня життя. Основне значення для економіста і менеджера має класифікація внутрішньовиробничих резервів і факторів за змістом, оскільки вона безпосередньо допомагає виявити можливості підвищення стимулювання, а відповідно і продуктивності праці конкретно кожного працівника. Для найповнішого використання резервів зростання продуктивності праці на підприємствах слід розробляти програми управління продуктивністю праці, в яких будуть визначені види резервів, конкретні терміни і заходи по їх виявленню і реалізації, плануватися витрати на ці заходи і очікуваний економічний ефект від їх впровадження, призначатися відповідальні виконавці, розробляти системи мотивації та стимулювання працівників до досягнення запланованого рівня продуктивності праці. Для поліпшення функціонування банку, а у свою чергу і для підвищення ефективності праці варто знаходити свіжі й ефективні підходи. До основних таких підходів та факторів стимулювання праці, на нашу думку, можна віднести: гарні шанси просування по службі, гідний зарібок, оплата, безпосередньо зв'язана з результатами праці, визнання і схвалення якісно виконаної роботи, робота, що спонукає розвивати свої здібності, робота, що сприяє розвитку самостійного мислення, робота, що вимагає творчого підходу, та робота без великих напруг і стресів, зручне розташування робочого місця, добрі стосунки з безпосереднім керівником, еластичний темп роботи, гнучкий робочий час, надання існуючих пільг, справедливий розподіл обсягів робіт та багато інших. Таким чином, і потреби, і стимулювання більшості працівників потребують детального вивчення і надалі. Враховуючи це, можна зробити такий висновок, що не знаючи відповідей на такі проблемні питання як: «що таке стимулювання праці?», «що таке мотивація?», «які методи та механізми мотивації діють у вітчизняній та світовій практиці?», «як заохотити працівників працювати більш ефективно та продуктивно?» майже неможливо працювати конкурентоспроможно, як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках. Саме тому кожен керівник повинен володіти основними методиками та власними розробками стимулювання праці своїх підлеглих.

Література

1. Богиня Д.П., Грішнова О.А. Основи економіки праці: Навч. посіб. – 3-є вид., стер. – К.: Знання-Прес, – 2002. – 313 с.
2. Мочерний С. Основи економічних знань. – К.: Феміна, – 1995. – С.77.
3. Державний Комітет Статистики України. Про доходи населення та ринок праці //Праця і зарплата №22(410). – Червень, 2004. – С. 3.
4. Галицький В. Роботодавці, вас чекають центри зайнятості! //Праця і зарплата №8(396). – Лютий, 2004. – С. 4–5.
5. Лібанова Е. Демографічний колапс //Урядовий кур'єр. – 2004. – № 40. – С. 11.
6. Економіка України за 2003 рік. //Урядовий кур'єр. – 2004. – № 18. – С. 3.

7. Островський С. Податковий податок // БІЗНЕС. – 2004. – № 15 (586). – С. 64–65.
8. Гоголь Г. Особливості трудової мотивації в перехідний період до ринкової економіки // Регіональна економіка. – 2000. – № 2. – С. 98–103.
9. Прокопенко И.И. Управление производительностью. Практическое руководство. – Киев: Техника. – 1990. – 319 с.
10. Маркс К., Энгельс Ф. Твори. – Т. 19. – С. 247.
11. Drucker P.F. Managing in a Time of Great Change. – New York: Datton. Truman Talley Books, 1995.
12. Drucker P.F. The Post – Capitalist Society. – New York: Harper Business, 1999.

Кормич Л.І.,

*докт. істор. наук, професор, зав. кафедри соціальних теорій
Одеської національної юридичної академії*

Гендерна політика в аспекті соціальної відповідальності держави і суспільства

Державна гендерна політика України, як у концептуальному так і у інституціональному вимірах, ґрунтується і на національних традиціях, і на запозиченні та застосуванні міжнародного досвіду.

У рамках цієї політики забезпечується пріоритетність прав людини і поглиблення процесу демократизації, реформуються соціальна і політична сфери, змінюються ролі та функції суб'єктів, знаходять відображення глобалізаційні та інтеграційні впливи. Тому гендерна проблематика є актуальною для наукових досліджень.

Серед авторів можна назвати І. Голубєву, Л. Кобелянську, М. Пірен, Т. Мельник, З. Ромовську, Д. Коновалова, М. Буроменського та ін. [1].

Однак головним для оцінки міри соціальної відповідальності держави і суспільства у рамках такої політики залишається реальне становище статей, можливість фактичного рівноправ'я жінок і чоловіків, відсутність гендерного насильства тощо.

Адже незважаючи на наявність відповідної правової бази багато проблем в цій сфері залишаються невирішеними. Сьогодні ми маємо визнати розповсюдженість таких негативних явищ як торгівля жінками, насильство у сім'ї, гендерні стереотипи у суспільній свідомості, специфічні обмеження на ринку праці, гендерні диспропорції представництва у владі, недостатня інформованість суспільства про реальний стан проблеми, неефективність національного механізму забезпечення гендерної рівності та ряд інших.

Всі вони по суті вказують на низький рівень соціальної відповідальності за дотримання прав людини, зокрема у гендерному аспекті.

Безумовно, це не означає, що законотворчий процес несе на собі дискримінаційні ознаки. Навпаки, формальна рівність є майже абсолютною категорією, а в окремих випадках пільговозахисний ухил є навіть зайвим. Але фактично ситуація дещо інша [2].

Головними показниками «гендерного індексу», за якими визначають положення жінок у країні, є рівень освіти, заробітної плати, участі в управлінні і зайнятості. Так от, лише перший показник можна вважати таким, що відповідає стандартам. Все інше відсуває Україну далеко від стабільних демократичних суспільств. Адже середні показники заробітної плати жінок майже на третину менше як у чоловіків. 8 % представництво на рівні законодавчої влади чи 7 % представництво у вищих категоріях держслужби, тобто у виконавчій владі, вказує на те, що вони значно нижчі середньо світових.

Це стосується не лише державної, а й приватної сфери. Так, у великому бізнесі лише 2 % жіночої присутності. Все це доводить, що рівних умов для реалізації можливостей все ще не створено. У 2005 р. Україна посідала 63-є місце з 144 держав за «гендерним індексом» і до 2008 р. особливих зрушень не відбулось.

Правда, враховуючи, що за «індексом людського розвитку» в аналогічний період Україна займала 75-е місце серед 175 країн, то навряд чи можна сподіватись, що гендерні показники реалізації прав людини можуть бути кращими.

Але сфера гендерних відносин в аспекті необхідності підвищення рівня соціальної відповідальності держави і суспільства має бути у центрі уваги. Адже йдеться в цілому про все

суспільство, яке за кількісними показниками статевого поділу виглядає майже як модель паритету, тоді як за якісними дуже далеко відстоїть від концепції паритету.

Повернемося до більш детального аналізу складових гендерного індексу.

Так, у цілому в управлінській сфері ми маємо прийнятний показник представництва лише на мікрорівні, де співвідношення жінок і чоловіків може становити 40:60. А вже на мезорівні воно становить 10:90, на макрорівні, створюючи ще відчутнішу диспропорцію 7-8:93-92. Тобто, на рівні реального прийняття суспільно важливих рішень вплив жіночого чинника обмежений максимально і спускається лише на рівень виконання.

Тому абсолютно об'єктивною виглядає оцінка жінками свого статусу в плані порушення прав, коли 21–25 % опитаних визнають сферами, де найчастіше порушуються їх права, політику і службове просування.

Щодо сфери зайнятості у цілому, то тут показник жіночого безробіття – 4,6 % вищий за офіційний середній показник рівня безробіття – 3,6 %. (За методикою МОП ці цифри, а відповідно і розрив між ними, майже вдвічі більші). Серед незайнятого працездатного населення жінки переважають, становлячи понад 62 %. Крім того, за останні роки знижується рівень економічної активності жінок. Жінки сконцентровані у невиробничих сферах з більш низьким рівнем заробітної плати, особливо у сфері соціального забезпечення, де 86,6 % – жінки. Особливо деструктивні процеси щодо зайнятості притаманні для сільської місцевості та невеликих міст. 3/4 молодих безробітних віком до 28 років також становлять жінки. То ж все це підтверджує значні гендерні диспропорції, які слід розглядати з позицій соціальної безвідповідальності влади за запровадження гендерної політики на засадах реального рівноправ'я.

Стимулювання державою за останні роки розвитку малого бізнесу певною мірою може розглядатися з позицій соціальної відповідальності щодо гендерних відносин. Адже сьогодні 36 % фондів малого бізнесу (до 10 тис. доларів США) належить жінкам. Тобто порівняно з середнім і особливо великим бізнесом це єдиний рівень бізнесової діяльності, який виглядає зваженим у гендерному вимірі.

Найбільшою мірою гендерна рівновага притаманна освітянській сфері. Але використання освітніх можливостей не гарантує відповідного рівня доходів. Існуюча сегрегація по сферах зайнятості і посадових рівнях залишає заробітну плату жінок на рівні 70–80 % від зарплати чоловіків.

Наприклад, найвищий рівень оплати праці існує у таких галузях промисловості як паливна, атомна, електроенергетика, де 65–73 % зайнятих – чоловіки. І, навпаки, зарплата вдвічі–втричі нижча у працівників соціальної сфери (культура, освіта, охорона здоров'я, соціальне забезпечення), де 72–87 % зайнятих – жінки.

При цьому, з точки зору соціальної відповідальності держави у цій ситуації наявні складні суперечності, адже розрив в оплаті праці не є наслідком прямої гендерної дискримінації за умов наявної вертикальної і горизонтальної сегрегації ринку зайнятості. Тут спрацьовує і пільгово-охоронний ухил законодавства щодо жінок, який саме, навпаки, обмежує рівні можливості, зокрема на виробництвах з важкими і шкідливими умовами праці, де водночас існують пільги, компенсації, підвищений рівень заробітної плати.

Тобто, сфера виробництва, як і сфера управління, залишається такою, де необхідні позитивні зрушення в плані підвищення соціальної відповідальності щодо гендерного змісту процесів, які відбуваються у цих сферах життєдіяльності суспільства.

Подібні сфери відносяться до більш публічного, державного спектра функціонування суспільства. Але і там, де йдеться про більш приватний аспект ми теж спостерігаємо гендерні диспропорції, гендерну нерівність, а іноді і гендерне насильство, які також мають бути об'єктом соціальної відповідальності як державних так і недержавних суб'єктів.

Це стосується, передусім, сімейних відносин. Таке явище як насильство в сім'ї, головним чином стосується жінок. 66,9 % опитаних вважають, що саме жінки стають жертвами насильства. І подібну картину не змінюють різні джерела такої ситуації, у ролі яких виступають, на думку респондентів, пияцтво (46,6 %), низький рівень загальної культури (40,5 %), матеріальні і житлові труднощі (39,9 %).

Ефективними засобами профілактики насильства і формами реалізації соціальної відповідальності держави і суспільства за недопущення гендерного насильства, на переконання самих громадян, мають бути: створення розгалуженої системи інформування щодо ситуації з насильством та можливостей отримання допомоги жертвами насильства, створення ефективної системи реального надання такої допомоги потерпілим (консультативної, психологічної, медичної, матеріальної, правової тощо), підвищення рівня захисту прав жертв насильства.

Також важливо змінити поведінкову реакцію суспільства на факти насильства. Адже 63,5 % опитаних з числа тих, хто потерпав від насильства або знав про такі факти, ніколи і нікуди з цього приводу не звертались. І лише 36,5 % шукали допомоги. З них 25 % звертались до міліції, 20 % – за телефоном довіри. Та навіть у разі таких звернень до суду доходить не більше 2 % справ про насильство у сім'ї. Це означає, що така приватна сфера як сімейні відносини залишається поза увагою і держави, і суспільства в плані існування явища гендерного насильства.

Державна гендерна політика у цьому плані має бути послідовною, спрямованою на реалізацію стратегічних завдань, окреслених законодавчими актами, що визначають процес утвердження засад фактичної гендерної рівності у всіх сферах життєдіяльності суспільства. В реалізації цієї мети і полягатиме критерій оцінки рівня соціальної відповідальності державних суб'єктів та інститутів громадянського суспільства за створення рівних можливостей всім членам суспільства, незалежно від статі.

Цьому сприятиме формування на загальнонаціональному та на місцевому рівнях ефективного механізму розв'язання гендерних проблем. Важливо розширення повноважень та надання необхідних ресурсів інституціям (як державним так і недержавним), задіяним у забезпеченні гендерної рівності. Необхідно подолання диспропорцій в управлінській сфері, що дозволить долучити представників обох статей саме до процесу прийняття рішень. Захисний принцип законодавства має носити загальнолюдський, а не гендерний характер. Потребують руйнації суспільні стереотипи щодо місця і ролі статей.

Література

1. Болотіна Н. Б. Соціальне законодавство України: Гендерна експертиза. – К.: Логос, 2001. – 82 с.; Буроменський М. В. Міжнародне право: Гендерна експертиза. – К.: Логос, 2001. – 40 с.; Гендерний аналіз українського суспільства / За ред. Т. Мельник. – К., 1999. – 293 с.; Гендерні аспекти державної служби / М. Пірен, Н. Грицяк, Т. Василевська, О. Іваницька. – К.: Основи, 2002. – 335 с.; Ромовська З.В. Сімейне законодавство України: Гендерна експертиза. – К.: Логос, 2001. – 39 с.
2. Гілко В.І., Кормич Л.І., Гансова Е.А. Соціальні орієнтири державної політики. – Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2005. – 376 с.; Кормич Л.І. Правовий статус жінок в Україні: гендерний вимір //Актуальні проблеми політики. – Одеса: Фенікс, 2005. – Вип. 24. – С.3-24; Інтеграція гендеру в національні державні програми. – К., 2006. – 90 с.; Інформаційно-аналітичні матеріали до парламентських слухань «Рівні права та можливості в Україні: реалії та перспективи». – 21.11.2006 р.

Корчинська О.А.,

канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу
АПСВ ФПУ*Соціальні аспекти відтворення родючості ґрунтів в Україні*

Протягом всього періоду свого існування люди прагнули зберегти найбільше багатство, яке дала їм природа – родючість ґрунтів, адже саме вона на думку відомого німецького вченого XIX ст. Ю. Лібіха, визначає багатство і могутність країни [1].

Здоров'я населення, тривалість його життя, благополуччя суспільства у цілому є нині основним критерієм при оцінці ефективності використання сільськогосподарських угідь у розвинутих країнах світу. Серед факторів, що впливають на формування захворюваності та смертності людей найважливішим є харчування, відносний вклад якого становить 35 – 50 % [2]. Для порівняння: вплив спадковості на здоров'я людини знаходиться у межах 15–20%, стану навколишнього середовища – 15 – 20, охорони здоров'я – 10 – 15, способу життя – 10 – 15% [3]. Тому питання збереження і відтворення родючості ґрунтів, яке є основою забезпечення населення якісними продуктами харчування, знаходиться у центрі уваги урядів більшості країн світу.

Проте в Україні питанням збереження родючості ґрунтів не приділяється достатньої уваги як на рівні господарств, так і держави у цілому. В результаті спостерігається катастрофічне зниження родючості ґрунтів. Так, щорічні втрати гумусу становлять близько 600 кг на 1 га. Недобір сільськогосподарської продукції через зниження вмісту гумусу становить близько 3 млн. т умовного зерна на рік. Загострилася проблема і з балансом поживних речовин. Щорічний винос їх із 1 га ґрунту перевищує надходження на 110 – 120 кг. Намічена тенденція зниження вмісту поживних речовин призводить до негативних наслідків для сільськогосподарського виробництва, оскільки ці речовини становлять основу живлення сільськогосподарських культур і забезпечують одержання високих і сталих врожайів. Втрата поживних речовин веде до зниження рівня родючості, а отже й урожайності. Так, урожайність озимої пшениці за останніх 15 років скоротилася втричі, жита і цукрових буряків у 1,5 рази. Порівняно із економічно-розвинутими країнами світу урожайність сільськогосподарських культур в Україні у двічі–втричі нижча (табл.1).

Таблиця 1

Урожайність основних сільськогосподарських культур у розрізі окремих країн Західної Європи (2005 р.)

Країна	Урожайність, ц/га			
	пшениця	цукрові буряки	картопля	овочі
Австрія	50	690	344	270
Великобританія	80	587	434	210
Нідерланди	87	652	434	444
Німеччина	75	602	420	250
Україна	29	248	128	178

Гострою залишається ситуація і з кислими ґрунтами. Сьогодні кожний четвертий гектар є кислим. Скорочення обсягів хімічної меліорації кислих ґрунтів призводить до негативних економічних і екологічних наслідків. З непродуктивних площ вартість щорічного недобору продукції рослинництва становить 700 – 900 млн. грн.

Деградація ґрунтів тісно пов'язана з техногенним і радіоактивним забрудненням земель. За даними ННЦ «Інститут ґрунтознавства та агрохімії ім.О.Н.Соколовського» 20% сільськогосподарських угідь забруднено промисловими відходами, понад 8,4 млн. га — радіонуклідами, з них до 1 Кі/ кв. км – 7,2 млн. га, 1- 5 Кі/ кв. км – 1,0 млн. га, 5 – 15 Кі/кв. км. – 115,8 тис. га, понад 15 Кі/кв.км – 35,6 тис. га і 55 тис. га зони відчуження в 30-ти кілометровій зоні. На техногенно забруднених землях урожайність зернових культур знижується на 20–35%, кормових – 35 – 50 і плодівих – на 35 – 40% [4]. Крім того, знижується й якість сільськогосподарської продукції. Так, дані

польових дослідів щодо вивчення впливу комплексу хімічних забруднювачів на якість сільсько-господарських культур, проведені у Бориспільському районі Київської області, вказують на те, що збільшення вмісту свинцю на додаткову одиницю призводить до зниження цукристості буряків на 30 і 12 % зменшується вміст крохмалю у картоплі [5].

Зниження рівня родючості ґрунтів, опосередковане через продукти харчування, впливає на стан здоров'я населення країни. Останніми роками споживання основних продуктів харчування в країні не тільки не відповідає науковообґрунтованим, а й нормам прожиткового мінімуму. Так, споживання м'яса та м'ясопродуктів за останні роки на 50–60 % менше рекомендованих норм і на 20 — 25% нижче мінімальних норм. За рівнем споживання основних продуктів харчування Україна наближується до рівня 60-х років.

Неповноцінне харчування людей призводить до нестачі життєво необхідних речовин (білків, жирів) і дефіциту основних мікроелементів та вітамінів (йоду, заліза, кальцію та ін.), що відповідно позначається на їх здоров'ї. Так, білково-енергетичне голодування викликає затримку росту у дітей, знижує розумові та фізичні здібності, підвищує ризик смертності. Дефіцит заліза знижує фізичну активність і викликає анемію. В Україні на анемію страждають близько 95 тис. дітей і понад 98,5 тис. дорослих [6]. Дефіцит йоду викликає розумову відсталість, затримку моторного розвитку й росту, а також порушення мовлення та слуху. Дефіцит вітаміну А призводить до втрати зору різного ступеня, а також посилює важкість перебігу кишкових хвороб і підвищує смертність від них. Дефіцит кальцію спричиняє деформацію кісток і затримує розвиток скелета у дітей, а також зумовлює розвиток остеопорозу в похилому віці.

Таким чином, поряд з іншими факторами нераціональне харчування істотно впливає на здоров'я людини, призводить до зростання рівня захворюваності та смертності.

Медико-демографічні показники в Україні протягом останніх 15 років погіршились. Постійно зростає загальна захворюваність населення. Найвищі рівні первинної захворюваності були зареєстровані у Львівській, Чернівецькій, Волинській та Дніпропетровській областях. Основу структури захворювань населення України становлять хвороби дихання – 42,4%. Друге місце припадає на захворюваність системи кровообігу. Кількість випадків захворювань системи кровообігу за останні 15 років – збільшилась вдвічі. З числа областей України найбільш високим рівнем захворюваності цієї системи сьогодні відзначаються Луганська, Донецька і Дніпропетровська області.

З року в рік спостерігається високий рівень захворюваності на інфекційні і паразитарні хвороби. Особливо гострою є проблема підвищення рівня захворюваності на туберкульоз. За останніх 17 років рівень захворюваності на активний туберкульоз збільшився у 2,5 раза.

Особливо складна ситуація у Херсонській, Миколаївській і Луганській областях, де рівень захворюваності на туберкульоз досягає рівня 100 – 150 хворих на 100 тис. населення. Велика кількість хворих на туберкульоз дала підставу Всесвітній організації охорони здоров'я у 1995 р. проголосити епідемію туберкульозу в Україні. Серед основних причин такої ситуації було названо зростання рівня бідності та його наслідки, а саме – погані житлові умови, недостатнє чи незбалансоване харчування.

Катастрофічна ситуація із здоров'ям людей спостерігається у регіонах, де ґрунти забруднені промисловими відходами, відходами автотранспорту і радіонуклідами. У цих регіонах поряд з неповноцінним харчуванням відбувається отруєння організму людини шкідливими речовинами, що дає кумулятивний ефект. Шкідливі речовини через ґрунт потрапляють у рослини, а потім в організм людини, викликаючи небажані наслідки. За підрахунками вчених, 70–90% хімічних канцерогенів надходить до організму саме з харчовими продуктами, і тільки 10–30 % з повітрям і водою. Тому існує прямий зв'язок між техногенним забрудненням ґрунтів і захворюваністю населення. Аналіз рівня загальної та первинної захворюваності населення південно-східного регіону, який гігієністами України віднесений до найбільш техногенно забруднених, засвідчив високий рівень захворюваності. Наприклад, кількість випадків виявлення злоякісних новоутворень у цьому регіоні на 8,6 % вища, ніж у середньому по Україні, хвороб системи кровообігу – на 15%, хвороб органів дихання — на 8,2, активного туберкульозу – 31%.

Складною залишається ситуація із здоров'ям людей, що проживають у радіаційно забруднених районах. У результаті аварії на Чорнобильській АЕС в Україні забруднено понад 15 тис. км² у 74 районах 12 областей, де розташовані 2294 населених пункти і проживає 3,2 млн. населення.

Аналіз стану здоров'я людей, що проживають у радіаційно забруднених районах, засвідчує, що рівень захворюваності їх вище, як у цілому по Україні. Так, у 2,4 раза частіше реєструються виявлені вперше у житті хвороби крові та кровотворних органів, у 1,6 раза – вегето-судинна

дистонія, на 31,8 % вища захворюваність системи кровообігу, на 30,3 — ендокринної системи, на 25,2 — органів травлення і на 7,8 % – кістково-м'язової системи [7]. Зростання первинної інвалідності серед цієї категорії населення за 1985–1999 рр. становило 40,2 % (по Україні – 23,3%)[8]. Щорічна кількість померлих у цих районах становить у середньому 17–19 осіб на 1000 мешканців, що на 18% вище, як по Україні.

Серед дитячого населення, яке мешкає на забруднених радіонуклідами територіях, 45% дітей має низький статус загального імунітету. У структурі захворюваності провідні місця займають хвороби ендокринної системи, захворювання органів травлення, дихальної і нервової систем.

Отже, якісний стан ґрунтів (їх родючість, забруднення) опосередковано через продукти харчування впливає на здоров'я людей. Техногенно забруднені, деградовані, з низьким вмістом гумусу і поживних речовин ґрунти не можуть давати високі й сталі врожаї сільськогосподарських культур відповідної якості. Тому забезпечення умов для поліпшення якості ґрунтів є важливою складовою успіху реалізації державної політики економічного і соціального розвитку країни. Проблема припинення деградації ґрунтів має бути у центрі уваги не тільки сільськогосподарських товаровиробників, а й суспільства у цілому.

Література

1. Либих Юстус. Химия в приложении к земледелию и физиологии. – М.: Сельхозгиз, 1936. – 408 с.
2. Янишева Н.Я., Черниченко І.О., Бабій В.Ф., Литвиченко О.М., Соверткова Л.С., Баленко Н.В. До питання формування у продуктах харчування хімічних канцерогенів, що циркулюють у навколишньому середовищі //Довкілля та здоров'я. – 2002. — №12. – С. 23–25
3. Охорона здоров'я України: результати діяльності. Щорічна доповідь. – К.: Здоров'я, 2000. – 512 с.
4. Экономическая оценка недобора урожая сельскохозяйственных культур в зависимости от уровня атмосферных промышленных загрязнений. Метод. реком. –Ворошиловград, 1977. — 28 с.
5. Мудрый И.В, Антомонов М.Ю., Русакова Л.Т. Математическое моделирование влияния комплекса антропогенных химических загрязнителей (на примере детергентов свинца и азотных удобрений) на качество сельскохозяйственных культур //Актуальні проблеми екологієни і токсикологієи; Матер. наук.-прак. конф. – К., 1998. – С. 45–47.
6. Вадзюк С.Н. Вплив довкілля на здоров'я людини //Екологічний вісник. – 2002. — №1–2. – С. 8–10.
7. Бобильова О.О. Сучасні уявлення про медичні наслідки Чорнобильської катастрофи в Україні //Довкілля та здоров'я. – 1998. — № 3. – С. 17–19.
8. Коваленко В.М., Криштопа Б.П., Корнацький В.М. Проблема здоров'я та оптимізації медичної допомоги населенню України. – К., 2002. – 218 с.

Кривенко М.П.,

*аспірантка кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

Соціально-економічні аспекти діяльності ТНК на ринку приймаючої країни

Однією з ключових характеристик сучасного розвитку світогосподарських процесів є глобалізація, внаслідок якої багато міжнародних компаній розширюють свою діяльність за рахунок прямих інвестицій за кордон. З цим пов'язана процедура створення нових дочірніх підприємств багатонаціональних компаній, виділення відповідних підрозділів компанії, у завдання яких входить задоволення потреб клієнтів на нових локальних ринках і які, в свою чергу, становлять конкуренцію національним виробникам.

Масштаби операцій та могутність сучасних транснаціональних корпорацій (ТНК) обумовили інтерес суспільства до них, що сприяло появі значної кількості поглядів на діяльність ТНК та її наслідків для економіки країни. При цьому більшість існуючих поглядів іноді залишається досить односторонніми, оскільки майже апріорно вважається, що прямі закордонні інвестиції ТНК є безсумнівним благом, та від їх залучення залежить структурна перебудова економіки, технічна і технологічна модернізація як самого виробництва, так і всієї економічної та соціальної інфраструктури. За таких обставин поширення діяльності та впливу ТНК постає питання про соціально-економічні аспекти їх діяльності у приймаючих країнах.

З середини 60-х років ХХ ст. почали з'являтися перші теоретичні концепції діяльності транснаціональних корпорацій. У них автори, аналізуючи операції ТНК, засновувалися на тих або інших особливостях їх діяльності. Зокрема, Вернон Сміт досліджував рух американських прямих закордонних інвестицій у країни Європи, Р.Кеймс – диверсифікацію інтеграційної стратегії ТНК, Р.Алібер – фінансування ТНК своїх зарубіжних виробництв. При цьому перші теоретичні концепції, описуючи тільки окремі аспекти діяльності корпорацій, не могли нарізно дати об'єктивну картину. В 90-і роки ХХ ст. на основі еkleктичної теорії (акцентує увагу на трьох ключових категоріях – перевагах власності, перевагах інтерналізації та перевагах розміщення) були продовжені спроби аналізу закономірностей ТНК. Деякі дослідники запропонували інші підходи, що їх можна об'єднати у концепцію «знання–капітал». Ці автори пояснюють усі ключові категорії еkleктичної теорії з позиції оцінки знань як капіталу. Серед сучасних науковців, які досліджують питання діяльності ТНК, необхідно виділити О.Г. Білоруса, Є.В. Ленінського, В.О. Цветкова, В.В. Рокочу, О.В. Плотнікова, В.Є. Новицького, В.Ю. Шевченко, В.К. Ломакіна та ін.

Метою цієї статті є дослідження соціально-економічних аспектів діяльності підрозділу транснаціональної корпорації на ринку приймаючої країни з ціллю мінімізації їх негативного впливу.

Сьогодні в Україні вже сталися певні структурні зміни та розпочався певний рух у бік соціально відповідального ведення бізнесу. Поки він об'єднує переважно найбільших виробників певних галузей, які утворили «Форум соціально відповідальних бізнес-підприємств України». Мета цього форуму – вивести соціально відповідальне підприємництво, діалог бізнесу та влади, бізнесу та суспільства на рівень нових вимог сучасного етапу розвитку України. У загальному розумінні, під визначенням «соціально відповідальність бізнесу» необхідно розуміти відповідальне відношення будь-якої компанії до свого продукту чи послуги, до споживачів, співробітників, партнерів, активну соціальну позицію компанії, яка проявляється у розумному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі з суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем. Але, щоб мати змогу в повному масштабі вести соціально відповідальну діяльність, підприємству необхідно досягти певного рівня розвитку, аби мати можливість приділяти цьому аспекту діяльності гідну увагу.

За сучасних умов приймаючі країни (розвинуті й ті, що розвиваються), як правило, схвалюють присутність ТНК на своїй території. Більше того, у світі існує певна конкуренція між країнами за залучення прямих зарубіжних інвестицій, у процесі якої ТНК отримують податкові знижки та інші пільги. Це не є випадковим, оскільки ТНК часто-густо приносять з собою кілька позитивних

факторів на ринок приймаючої країни і зазвичай є підприємствами, які виділяють ресурси і на соціальній сфері діяльності.

Переваги від діяльності ТНК для приймаючої країни в узагальненому вигляді можна представити такими факторами:

- отримання додаткових ресурсів: капітал, технології, управлінський досвід, кваліфікована праця. ТНК здійснюють прямі інвестиції у ринок приймаючої країни тим самим створюючи, розширюючи або модернізуючи виробництво, привносять на ринок нові для нього технології, що дає змогу підвищити загальну ефективність певної галузі [4]. Встановлюючи нові стандарти роботи, ТНК цим самим стимулюють здорову конкуренцію, підштовхують національних виробників «підтягувати» якість своєї продукції до міжнародних стандартів, більш ефективно організовувати свою діяльність та витратити ресурси. Це, в свою чергу, втілюється у більшу вигоду і безпосередньо для споживача. Крім того, зазвичай ТНК пропонують більш привабливі умови праці, які виражаються не тільки у більшій заробітній платі, а й у можливості для розвитку особистих та професійних навичок – компанії вкладають кошти у навчання та кваліфікацію свого персоналу;
- якість продукції. Найчастіше продукція ТНК сертифікована різними міжнародними сертифікатами якості, вимоги яких іноді є значно жорсткішими за внутрішні вимоги у країні. Таким чином, споживачі можуть бути впевнені у якості продукції, яку вони купують;
- загальне стимулювання розвитку національної економіки, збільшення обсягу продукту, що виробляється, і прибутку, прискорення економічного зростання і розвитку галузі, регіону тощо;
- збільшення податкових надходжень від діяльності ТНК, які можуть бути використані на фінансування соціальних потреб суспільства.

Таким чином, діяльність ТНК змушує адміністрацію місцевих компаній вносити корективи у технологічний процес, практику виробничих відносин, що склалася, виділяти більше коштів на підготовку і перепідготовку працівників, більшу увагу звертати на якість продукції, її дизайн, споживчі властивості. Найчастіше за іноземними інвестиціями стоять впровадження нових технологій, випуск нових видів продукції, новий стиль менеджменту, використання найкращого з практики зарубіжного бізнесу.

Крім того, маючи досить великі обсяги бізнесу, ТНК мають можливість займатися благодійністю, підтримкою культурних проєктів тощо. Так, наприклад, регулярна матеріальна допомога школам та дитячим будинкам, або спонсорвання всеукраїнського конкурсу молодих українських поетів та письменників «Коронація слова», яке вже кілька років поспіль проводить український підрозділ світового гіганта у харчовій промисловості – корпорація Kraft Foods. Таким чином, ТНК здійснюють і певний внесок у культурний та духовний розвиток приймаючих країн.

Транснаціональні корпорації продемонстрували свою здатність порушувати ізоляцію національних економік, залучаючи їх до єдиного процесу зі світовою економічною спільнотою. Водночас не йдеться про рух до повної інтеграції світової економіки під керівництвом ТНК. Насправді діяльність ТНК зумовлює інтеграцію, інтернаціоналізацію лише у рамках і кордонах, визначених отриманням компанією максимального прибутку.

Отже, крім позитивних сторін функціонування ТНК у системі світового господарства і міжнародних економічних відносин, спостерігається і їх негативний вплив на соціальну сферу економіки країн, в яких вони функціонують. Він виявляється у кількох факторах:

- по-перше, у тому, що іноземні фірми захоплюють найбільш розвинуті й перспективні сегменти промислового виробництва і науково-дослідних структур приймаючої країни [4]. ТНК, які навіть у періоди криз мають значні фінансові ресурси, можуть активно використовувати слабку кон'юнктуру для захоплення інших фірм, мають можливість нав'язувати компаніям приймаючої країни неперспективні напрями в системі розподілу праці у рамках ТНК, несуть із собою небезпеку перетворення приймаючої країни на місце скидання застарілих і екологічно небезпечних технологій;
- по-друге, стійке становище ТНК дає їм змогу вживати більш рішучих заходів у разі криз — закривати підприємства, скорочувати виробництва, що призводить до безробіття та інших негативних явищ. Цим пояснюються деінвестиції (масове вилучення капіталу з країни). Схильність ТНК до перебільшеної реакції на зміну кон'юнктури дає безліч приводів для зниження випуску продукції, якщо конкурентоспроможність певної держави з тих або інших причин знижується;

- по-третє, чимала кількість ТНК досить великі й мають монопольну владу. Деякі з них за обсягом обсягу перевершують окремі країни, а керівники таких фірм нерідко ведуть справи безпосередньо з главами держав. Приймаючі країни мають усвідомити можливі ускладнення взаємовідносин інвестора з місцевим політичним оточенням;
- по-четверте, міжнародні корпорації можуть здійснювати тиск на уряд приймаючої країни і втягнути її у конфронтацію. Вони можуть також підкупити місцевих політиків і фінансувати змову проти уряду. ТНК, діючи у багатьох країнах, мають змогу впливати на всі сфери суспільного життя, а найбільші й наймогутніші – ухилитися від економічного і політичного контролю з боку приймаючих країн. В історії відомі випадки, коли іноземні інвестори домагалися підтримки своїх дій від політичного керівництва незалежно від їх наслідків для місцевого населення і добробуту країни загалом. Нерідко через тиск з боку уряду приймаючої країни ТНК залишають її і переміщуються в іншу — з більш лояльним урядом.

Таким чином, можна дійти висновку, що вплив ТНК на соціально-економічний стан у приймаючій країні може бути достатньо неоднозначним. Це, відповідно, вимагає певних добре продуманих дій та політики держави щодо залучення прямих іноземних інвестицій, які здійснюються міжнародними корпораціями, вироблення та втілення в життя ефективного механізму підтримки та стимулювання розвитку конкуренції тощо. Але хотілося б зазначити, що корпорації, які роками, чи то навіть сторіччями, вибудовували своє добре ім'я, багато вклали в корпоративний розвиток культури свій імідж, майже зі стовідсотковою вірогідністю дотримуватимуться високих стандартів ведення бізнесу в усіх країнах базування, незалежно від бізнес ситуації у них.

Література

1. Білорус О. Г. Глобалізація і національна стратегія розвитку. – К., 2001. — 301 с.
2. Ломакин В.К. Світова економіка. – М.: Вид. об'єднання «ЮНИТИ», 1998.
3. Овчинников Г.П. Международная економіка: Навч. посіб. – СПб.: Вид-во «Полиус», 1998.
4. Рокоча В.В., Плотніков О.В., Новицький В.Є. та ін. Транснаціональні корпорації: Навч. посіб. — К.: Таксон, 2001. — 304 с.

Куценко В.І.,

*докт. екон. наук, професор кафедри менеджменту
АПСВ ФПУ*

Місце і роль бізнесу у формуванні соціального сегменту економіки

Уже звичним в Україні стало таке поняття як бізнес і бізнес-середовище. Йому належить вирішальна роль у здійсненні глибинних соціально-економічних перетворень. Якщо на початку 90-х років минулого століття бізнес був характерний для сфери торгівлі, то нині він охопив усі сфери діяльності, у тому числі й соціальний сегмент економіки.

Для України значення бізнесу є надзвичайно важливим у становленні підприємницької діяльності, формуванні середнього класу, зростанні добробуту населення, показники яких є ще далекими від бажаних. Підприємці здатні за власною ініціативою започатковувати нові підприємства, створювати нові робочі місця, задовольняти потреби споживачів у товарах і послугах, формувати конкурентне середовище.

Тож не дивно, що проблеми розвитку бізнесу стали предметом дослідження багатьох науковців. Вагомий внесок у розробку загальнометодологічних аспектів розвитку бізнесу зробили О. Амоша, Г. Беккер, З. Варналій, О. Гальчинський, Б. Данилишин, М. Долішній, В. Петті, Г. Рікардо, А. Сміт.

Питання розвитку малого і середнього бізнесу знайшли відображення в наукових доробках Б. Андрушківа, Л. Вороніної, В. Новикова, О. Осауленка, М. Чумаченка та ін.

Проте ще не достатньо розкрито роль малого і середнього бізнесу у формуванні не просто економіки, а його соціального сегменту.

Тому *метою* нашого дослідження є пошук шляхів подальшого підвищення ролі бізнесу у розбудові соціальної держави, у формуванні соціального сегменту економіки.

Незважаючи на порівняно високий динамізм ринкових перетворень, що здійснюються в Україні, ще не досить вивченими залишаються проблеми розвитку бізнесу*, який має місце у соціальної сфері, а також такий, що сприяє розвитку соціальної сфери, нарощуванню обсягів послуг. Особливо важливу роль відіграє розвиток підприємницької діяльності у молодіжному середовищі. Вітчизняна практика засвідчує, що вона є одним із пріоритетних напрямів підтримки не лише соціально-економічного розвитку регіону, а й служить основою матеріального добробуту, професійного зростання та соціальної адаптації молоді. Сьогодні уже всі (і теоретики, і практики) погоджуються, що формування ринкової економіки в Україні безпосередньо пов'язане з розвитком бізнесу. Підприємництво**, і зокрема мале, має сприяти послабленню монополізму, характеризується високою мобільністю, а тому сприяє здійсненню структурної перебудови економіки, прискоренню насичення ринку споживчими товарами і послугами, зростання життєвого рівня населення [5, с. 7].

В Україні активного поширення набуло підприємництво взагалі і мале підприємництво, зокрема (рис.1).

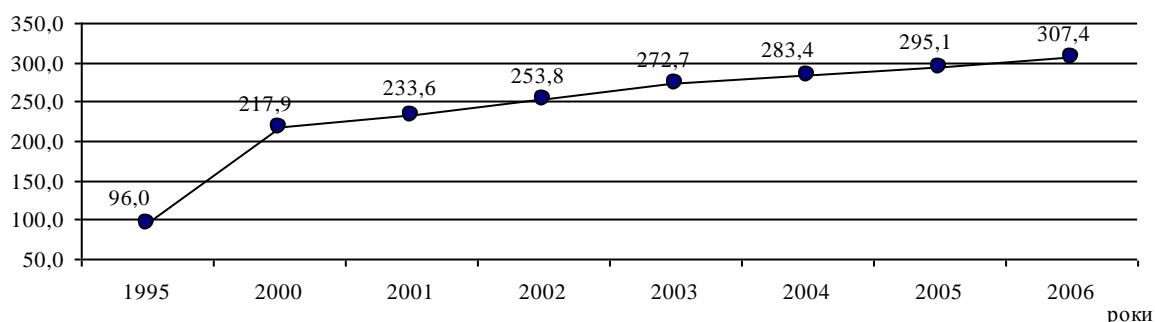


Рис.1. Динаміка мережі малих підприємств, тис. од.

А це означає, що саме цим підприємствам належить важлива роль у розв'язанні такої соціальної проблеми як забезпечення населення робочими місцями. Щоправда, останнім часом спостерігається тенденція зменшення середньорічної кількості найманих працівників на малих підприємствах (рис.2).

З розвитком малого і середнього бізнесу в Україні пов'язане збільшення надходжень інвестицій, зокрема іноземних. Однак подальша активізація залучення іноземних інвестицій потребує забезпечення соціально-економічної стабільності, у тому числі в законодавстві, тобто сприятливого регуляторного клімату та системи гарантій для них. До цього часу іноземні інвестиції, що направляються на розвиток соціальної сфери, ідуть в основному в сферу транспортних послуг, дуже слабо йдуть в інші види економічної діяльності.

У 2006 р. на підприємствах-суб'єктах підприємницької діяльності середньорічна кількість найманих працівників становила 9197,1 тис. осіб. З них на підприємствах, що надавали послуги, – 3585,9 тис. Якщо, практично, на всіх підприємствах має місце тенденція зростання чисельності працівників, то в освіті – різке скорочення. Ще у 2005 р. тут було зайнято 79,0 тис. осіб, а в 2006р. – 38,6 тис. На малих підприємствах працював кожен п'ятий із числа найманих працівників підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності і 6,2% — до кількості населення у працездатному віці. При цьому у м. Києві цей відсоток становив 14,6%, тоді як у Луганській області – 4,3%. У 19 регіонах цей показник був нижчим за середньоукраїнський.

* У роботі «бізнес» і «підприємництво» розглядаються як синоніми. Словник ринкових термінів поняття бізнес (англ.) дає як комерційна, біржова або підприємницька діяльність, яка дає прибуток. Бізнесмен – комерсант, ділова людина. Підприємець – особа, яка бере на себе ризик організації нового підприємства, або розробки нової ідеї, нової продукції чи нового виду послуг, пропонує суспільству. Термін введений французьким економістом Рішаром Каптілоном на початку XVIII ст.

** Підприємництво в Україні законодавчо визначається як самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг, а також у сфері торгівлі з метою одержання прибутку. Мале й середнє підприємництво як особлива форма економічної активності спрямоване на досягнення комерційного успіху, має інноваційні та ризиковий характер діяльності, передбачає розширення масштабів і сфер діяльності, свободу і самостійність суб'єктів у прийнятті управлінських рішень і здійсненні бізнесу, а також майнову відповідальність підприємця за кінцеві результати.

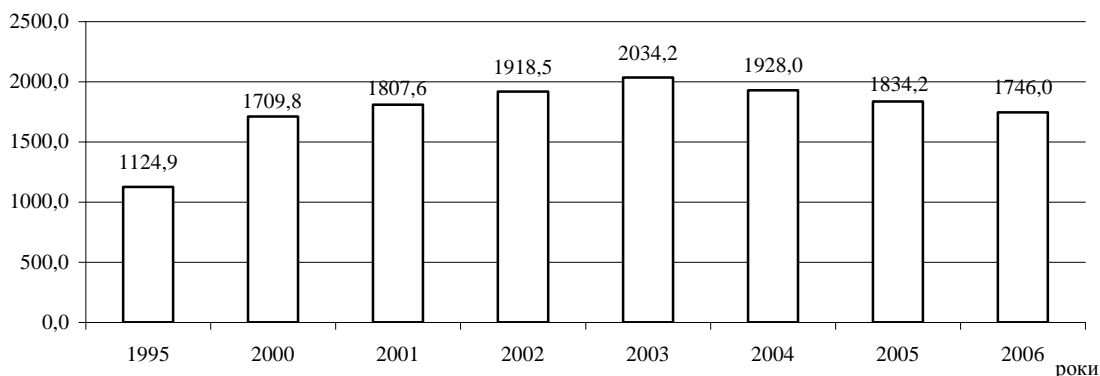


Рис. 2. Динаміка чисельності найманих працівників на малих підприємствах, тис. осіб

На розвиток соціального сегмента економіки позитивний вплив має підприємництво, що діє як в економіці у цілому, так і те, що характерне для сфер діяльності безпосередньо соціального спрямування. Особливо високими темпами воно розвивається в системі охорони здоров'я та надання соціальної допомоги. Якщо загальна кількість малих підприємств в Україні протягом 2000–2006 рр. зросла на 41%, у промисловості – на 25%, то в охороні здоров'я та наданні соціальної допомоги – на 97%. Щоправда, значні відмінності розвитку малого підприємництва мають місце і у територіальному аспекті (рис. 3).

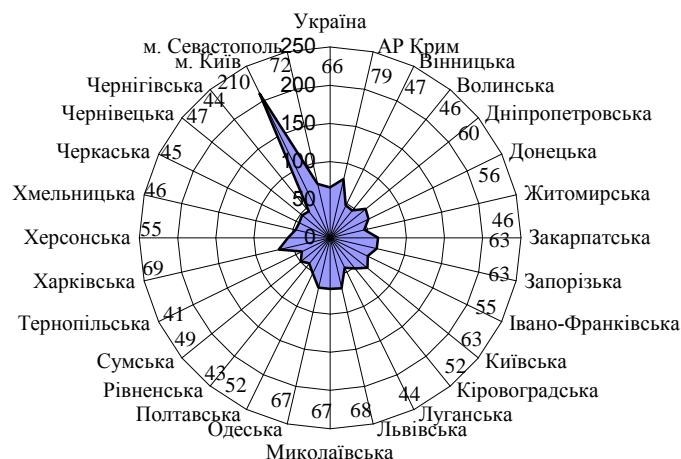


Рис. 3. Кількість малих підприємств на 10 тис. наявного населення

Функціонування малих підприємств як у цілому в Україні, так і в соціальних сферах діяльності, зокрема, сприяє зростанню ВВП, наповненню бюджетів усіх рівнів. А. Сміт ще у XVIII ст. писав, що кожна людина, яка створює і нарощує власне виробництво, тим самим збільшує багатство суспільства. Кожен, хто збільшує свій капітал, водночас збільшує і капітал суспільства. Враховуючи це, держава має створити необхідні умови для розвитку приватної справи [8, с.331–332].

В Україні постійно зростає частка ВВП за рахунок розвитку бізнесу. В 2006 р. доход (виручка) від реалізації продукції (робіт, послуг) малих підприємств становив 99940,4 млн. грн., у тому числі у сфері торгівлі, ремонту автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку – 43437,4 млн. грн.; діяльності готелів і ресторанів – 1973,9; транспорту та зв'язку – 5085,7; освіти – 334,8; охорони здоров'я та надання соціальної допомоги – 593,7; надання комунальних та індивідуальних послуг, діяльність у сфері культури та спорту – 1973,4 млн. грн. [9, с.302]. Проте плюсовий фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування мали лише малі підприємства у сфері операцій з нерухомим майном, оренди, інжинірингу та надання послуг підприємцям й у сфері освіти. Обсяг реалізованої продукції, на відміну від інших видів діяльності, в освіті в 2006 р. становив лише 76,7% до попереднього року, тоді як в охороні здоров'я та наданні соціальної допомоги – 118,4%. Постійно зростає й обсяг реалізованої продукції (табл.).

Таблиця

Обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг) малих підприємств за видами економічної

діяльності у сфері послуг, млн. грн.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2006 до 2000, %
Усього,	43810,1	47165,7	49394,2	65202,1	74363,5	82936,7	90309,0	206
у тому числі:								
торгівля, ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку;	27747,7	27158,9	26106,2	32671,8	34545,9	36186,0	37055,6	134
діяльність готелів і ресторанів;	653,4	803,0	903,1	1090,3	1359,7	1558,4	1848,8	283
освіта;	145,1	182,3	232,1	286,1	341,4	421,5	323,2	223
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги;	138,0	174,9	216,3	310,3	379,3	485,5	575,0	417
надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури	486,6	694,4	849,3	1121,5	1417,5	1682,9	1861,3	382

Джерело: Статистичний щорічник України за 2006 р. – К.: Консультант, 2007. – С. 307.

В Україні, як зазначалось вище, розвиток підприємництва сприяє зростанню ВВП. Проте цей показник ще є надзвичайно низьким порівняно з іншими країнами (рис. 4). Тому забезпечення зростання цього показника залишається однією з проблем, що потребує розв'язання.

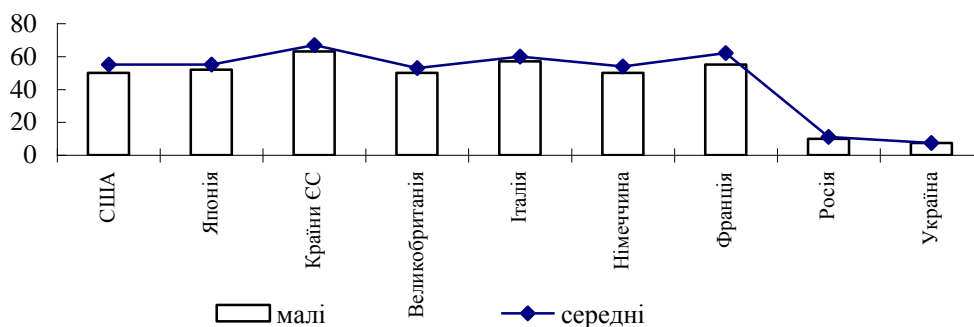


Рис. 4. Частка малих і середніх підприємств у ВВП, %

Зрозуміло, що освіті належить важлива роль у формуванні кадрового потенціалу для діючих підприємств малого бізнесу, соціальної бази для зростання чисельності нових підприємницьких структур, підвищенні інноваційної складової у структурі малого бізнесу. Все це вимагає реалізації комплексу заходів по відборі та спеціальному просуванню активних учасників, що мають підприємницькі структури, можливість виявлення цих здібностей. Необхідно надавати можливість молоді активно включатись у підприємницьку діяльність уже на етапі шкільного навчання через створення шкільних підприємств, бізнес-інкубаторів, інших перспективних форм молодіжного підприємництва. Всі ці елементи стають важливою складовою розвитку підприємництва. На рівні навчального закладу слід виявляти наявність підприємницьких здібностей у молоді; ефективно використовувати творчий і дослідний потенціал кожного навчального закладу, сприяти підвищенню соціалізації молоді з пріоритетом практичної прикладної спрямованості в їх професійній орієнтації.

Нині підприємництво має місце в усіх ланках освіти. У 2006/07 навч. році в Україні функціонувало 260 приватних загальноосвітніх навчальних закладів, у яких навчалось 24,3 тис. учнів, і 199 приватних вищих навчальних закладів різних рівнів акредитації, контингент студентів яких становив 426,9 тис. Підприємницька діяльність найбільш активно розвивається у вищих навчальних закладах, зокрема в університетах. Підприємницьким університетам властиве інтерактивне відношення до суспільства. Для них характерною є компетентність одночасно в науковій й управлінській сферах. При цьому класичні функції у сфері досліджень і навчання доповнюються такими як: передача технологій; післявузівське навчання; адаптація освіти до потреб ринку праці.

Вищий навчальний заклад, що займається підприємницькою діяльністю, щоб повною мірою виконувати свою місію, має вдосконалювати систему управління щодо підготовки та використання кадрового потенціалу, виробництва знань, підвищення рівня компетенцій як тих, хто навчається, так і тих, хто навчає. Світовий досвід вказує на те, що у забезпеченні підвищення ефективності ВНЗ як у науковій, навчальній, так і у підприємницькій діяльності особливо важлива роль належить менеджменту.

Водночас, слід зазначити, що підприємницькою діяльністю займаються не лише приватні ВНЗ, а й державні шляхом створення підприємницьких академічних структур; заснування єдиного центру прийняття рішень щодо фінансування всіх здійснюваних ВНЗ структур; введення нових освітніх програм з нових спеціальностей; створення нових освітніх структур; впровадження підприємницької культури тощо. Формування у ВНЗ підприємницьких структур сприяє здійсненню диверсифікації джерел фінансування та його поліпшення. А це знижує навантаження на бюджет.

Найактивнішу роль у формуванні соціального сегмента економіки відіграє бізнес у житлово-комунальному комплексі, хоча, як засвідчує зарубіжний досвід, приватні ЖЕКи не є панацеєю від усіх бід у житлово-комунальному господарстві. Адже нині надзвичайно високою є зношеність мереж комунального господарства. Це, передусім, характерне для малих міст, районних центрів, де цей показник досягає 87%. Поліпшити ситуацію можна, залучивши до будівництва, капітального ремонту наявних мереж приватний капітал, створивши прозорі умови використання ресурсів. Останнім часом у різних регіонах України появляються різні види підприємницьких структур, головною метою створення яких – це поліпшення рівня обслуговування населення. У Харкові, скажімо, створено підприємство Житлокомсервіс, на яке покладено функції замовника житлових послуг. На його рахунок переводяться гроші від користувачів житлово-комунальних послуг. Передбачається, що у подальшому здійснюватиметься і моніторинг послуг. Підприємство, як відомо, активно впроваджує інноваційні форми діяльності, що сприяють підвищенню продуктивності праці та ефективності виробництва в цілому.

Аналіз стану розвитку бізнесу в Україні дає підставу стверджувати, що він потребує подальшого розвитку перш за все у соціальній сфері, де він ще знаходиться у зародковому стані. Це потребує подальшого реформування всіх ланок соціальної сфери як специфічного каталізатора розвитку бізнесу і в інших сферах діяльності.

Література

1. Бобров Є.А. Сучасний стан і перспективи розвитку кредитування малого бізнесу // Фінанси України. – 2004. – №1. – С.103-108.
2. Варналій З.С. Державна політика підтримки малого підприємництва. – К.: НІСД, 1996. – С.5-9.
3. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2001. – 277с.
4. Вороніна Л.І. Малий бізнес та підприємництво як засіб адаптації до ринкових форм господарювання. – К.: Знання, 1996. – С.4-104.
5. Герасимчук В.І., Мірошніченко О.В., Онікієнко В.В. Малий та середній бізнес як сфера зайнятості: методологія, аналіз, проблеми розвитку. – К., 2002. – С.7.
6. Кузнецов А. Электронные рынки и конкуренция // Вопросы экономики. – 2004. – № 2. – С.72.
7. Словник термінів ринкової економіки. – К.: Глобус, 1996. – С.29, 181.
8. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М., 1993. – С.331–332.
9. Статистичний щорічник України за 2006 рік. – К.: Консультант, 2007. – С.302.
10. Чижиков Г. Економічні інтереси суб'єктів малого бізнесу в умовах інтеграції економіки України у світове господарство // Економіст. – 2006. – №3. – С.44-47.

Лавриненко В.М.,

*канд. екон. наук, доцент кафедри історії економічних вчень та економічної історії
Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана*

Історико-економічні виміри соціальної відповідальності в громадянському суспільстві

Пізнання та осмислення явищ і процесів суспільної реальності дедалі щільніше пов'язана з дискурсом людинознавства. Завдання його предмета – розкрити «ціннісно-смысловий універсум» діяльності людини в суспільстві. У політичній, господарській, соціальній, духовно-культурних сферах суспільного життя поняття «відповідальність» проявляється в специфічних формах: політичній, економічній та соціальній відповідальності. Розкриття впливу соціальної відповідальності на розвиток суспільства в цілому і його сфер є важливим науковим і практичним завданням наук про суспільство.

Гуманітарні і наукові аспекти соціальної відповідальності отримали бурхливий розвиток у філософських, соціологічних, політичних та економічних дослідженнях, як зарубіжних, так і вітчизняних дослідженнях наприкінці ХХ– на початку ХІХ ст. У них категорія «відповідальність» характеризується як одна з фундаментальних цінностей суспільного розвитку [4, с. 304].

Значення і смисли терміну «відповідальність» (від лат. *respondere* — відповідать) в історії суспільної думки мали різні джерела свого походження. В юриспруденції вже у другій половині ХV ст. він вживається щодо особи, яка має провину і повинна відповідати. Застосування терміну в філософії започатковано працями Девіда Юма і Імануїла Канта, в яких акцентується увага до проблем свободи та відповідальності. Історія походження відповідальності як суспільного феномену зацікавила і Фрідріха Ніцше [6, с. 440]. Вагомим внеском у розуміння відповідальності були і дослідження Макса Вебера про «етику відповідальності» [2, с. 696]. Правові і соціологічні аспекти колективної та індивідуальної відповідальності досліджував у праці «Чисте правознавство» і німецький філософ, що займався питаннями держави і права Ганс Кельзен [5, с. 472]. В історії економіки та економічної думки теоретичні проблеми відповідальності знайшли відображення в працях основоположників економічної науки – А.Сміта, Дж.С.Міля, А.Маршалла, батька і сина Дж.Кейнсів та ін.

Загальний цієї історії застосування поняття «відповідальність» та ознайомлення з його розвитком в останніх дослідженнях та публікаціях засвідчує його міждисциплінарний характер як суспільного явища. Проте невирішеним питанням залишається окреслення наукових принципів його вивчення, обґрунтованість висновків та надійність прогнозів подальшого розвитку.

Завдання даної статті – на основі використання положень цивілізаційної теорії, нових загальнонаукових підходів та принципів системної методології та синергетики зробити спробу історико-економічного осмислення витоків та функціональної ролі соціальної відповідальності у громадянському суспільстві.

Синергетичний підхід, з його значним евристичним і методологічним потенціалом, починає охоплювати широке коло питань суспільних наук. Його універсальність пояснюється тим, що синергетика, як і системний підхід та інші методологічні концепції формують нові способи осмислення та інтерпретації явищ і процесів суспільного життя. З позицій синергетики, як нової наукової парадигми, соціальна відповідальність розкривається в багатоваріантності форм та тенденцій розвитку в самоорганізуючій системі громадянського суспільства.

У найбільш загальному визначенні відповідальність – це спосіб забезпечення взаємозв'язку суб'єктів спільної діяльності, що реалізується через відносини: взаємозалежності та мотивації, передбачуваності та очікуванні наслідків власних дій. Розгляд основних підходів до трактування поняття відповідальності не входить в завдання цієї статті. Проте цілісне уявлення про соціальну відповідальність може бути розкрито при умові звернення до ключових положень цивілізаційної парадигми пов'язаних з принципом людиноцентризму.

Цивілізаційний аналіз суспільства в центр усіх суспільних процесів ставить людину, її взаємодію з іншими людьми та суспільством загалом. Цивілізаційна характеристика суспільства

виділяє у ньому такі риси як: самотність, внутрішню структурованість, самоорганізованість, наявність внутрішніх джерел саморозвитку, духовно-культурні цінності, що утворюють ядро і відбивають цілісність суспільства [3, с. 8].

Діяльність людей формується в процесі досягнення особистих цілей, пов'язаних з забезпеченням потреб і розвитком здібностей і проявляється як інтереси. Суспільство впливає на дію людинимірної складової соціального розвитку, на інтереси індивідів шляхом встановлення різноманітних стимулів. Взаємодія інтересів суб'єктів та зовнішніх стимулів їх діяльності призводить до певної мотивації діяльності, яка проявляється в різних історичних формах, у тому числі, і соціальної відповідальності. Саме мотивація виступає своєрідним «пусковим механізмом» соціальної відповідальності, дозволяє розкрити процеси її саморозвитку в цілому, а також різних форм: моральної, юридичної, адміністративно-правової, економічної.

Економічна відповідальність засновується на особистих інтересах суб'єктів господарської діяльності і передбачає їх моральну відповідальність перед суспільством. В економіко-філософських дослідженнях проблема забезпечення відповідальності перед суспільством та її поєднання з особистою економічною відповідальністю є кардинальним питанням сучасної економічної теорії [7, с. 478].

Принципи методологічного індивідуалізму, згідно з якими усі економічні процеси в суспільстві розглядаються з позицій свободи індивіда, що діє раціонально та реалізує власні інтереси, зберігає своє засадниче положення в сучасній неокласичній економічній теорії. Суб'єкт господарювання досягає власної вигоди враховуючи лише індивідуальні мотиви, але за умов ринкової взаємодії забезпечуються і суспільні інтереси, суспільне благо. Система економічно-раціональної мотивації передбачає і етично спрямовану взаємодію. Чи може остання відігравати роль своєрідного атрактора (грец. *attractere* – притягувати) соціальної відповідальності у громадянському суспільстві?

Аналіз існуючих економічних концепцій і підходів до вирішення питань економічного значення громадянського суспільства та соціальної відповідальності як форми узгодження інтересів людей, співвідношення особистого і суспільного, засвідчує, що першочерговими завданнями є аналіз економічної природи громадянського суспільства. Традиційним і найбільш поширеним поглядом на зв'язок між рівнем розвитку громадянського суспільства і економіки країни є положення про те, що національна побудова громадянського суспільства можлива лише на основі визначеного, достатня високого рівня розвитку економіки.

У своєму загальному визначенні громадянське суспільство становить собою сукупність формальних і неформальних організацій і правил (інститутів), яка об'єднує окремого індивіда або сім'ю (домогосподарство) з державою (владою) і бізнесом. Як системне утворення до складу його елементів прийнято включати: соціальну мережу, місцеві організації та недержавні організації.

Розвинута система організацій громадянського суспільства важлива ознака економічного розвитку сучасного світу. Наприклад, у США в 1992 р. масштаби добровільного сектора з урахуванням вартості праці волонтерів оцінювалися в 6,5 % національного доходу країни і охоплював близько 10,6 % усіх зайнятих [1, с. 44].

Як історичний феномен громадянське суспільство виникає на певному етапі розвитку західної цивілізації та суспільної думки. Ідея громадянського суспільства формується в античний час і до XVIII ст. відбувається поступове формування його інститутів цінностей і ідеологічних компонентів. Від морально-етичних рис людини як громадянина, його соціальної та політичної ролі, стану цивілізованості, сукупності договірних відносин та прав людини, інших універсальних норм, в понятті «громадянське суспільство» виділяється ключова взаємодія громадянина і держави, до складу якої входять система недержавних економічних відносин. До складу останніх входять вільні і незалежні від держави й індивідів, економічні відносини, які забезпечують соціалізацію індивідів і реалізацію їх особистих інтересів і потреб.

Наявність альтернативних джерел існування забезпечують свободу вибору в різних сферах суспільного життя. Тому розмежування власності і влади, економічної і політичної свободи можна вважати одним з критеріїв реального існування громадянського суспільства. Свобода особистості не може існувати без свободи економічного вибору, що в свою чергу передбачає розмежування державного домінування та всевладдя в господарській сфері суспільства.

Історичний розвиток господарської системи суспільства відображає і еволюцію самого суспільства. Формування громадянського суспільства відбувається і під впливом цивілізаційних факторів господарської діяльності. Залежно від типу господарської системи (натуральна, товарна, грошово-ринкова) виникають особливі зв'язки, що об'єднують її у цілісне утворення та впливають

на суспільство в цілому. Розвиток соціальної відповідальності на певному історичному розвитку суспільства здійснюється під впливом еволюції не тільки моральних норм, а й економічних явищ і процесів – суспільного поділу праці та форм власності на засоби виробництва. Рівень розвитку поділу праці та власності на засоби виробництва, – як відмічає професор С.В. Степаненко, – обумовлюють не тільки певні історичні типи господарських одиниць (форм господарств), а й роблять їх залежними як одна від одної, так і від суспільства у цілому. Внаслідок цього виникає потреба їхньої взаємодії між собою та суспільством [3, с. 9–10].

Інституціональний механізм забезпечення соціальної відповідальності в економічних відносинах громадянського суспільства охоплює формальні і неформальні норми, систему цілей і типові ситуації прояву соціальної справедливості. Соціальна відповідальність з цієї точки зору знаходить своє відображення в процесах збереження цілісності громадянського суспільства за рахунок самоорганізації громадян, підвищення їх переговорної сили у відносинах з державними і комерційними організаціями.

Таким чином, аналіз соціальної відповідальності з урахуванням цивілізаційної теорії та використання принципів синергетичної методики може слугувати для подальших розробок проблеми в її історико-економічному вимірі. Відповідальність є невід'ємною рисою будь-якого цивілізаційного суспільства і для сучасного українського суспільства виступає як один з визначальних ціннісних орієнтирів економічної діяльності.

Література

1. Аузан А., Тамбовцев В., Экономическое значение гражданского общества //Общественные науки и современность. – 2007. – № 2. – С. 28-49.
2. Вебер М. Избранные произведения. – М.: Прогресс, 1990.
3. Історія економіки та економічної думки: Курс лекцій / Авт. кол. С.В. Степаненко (кер. авт. кол.), В.М. Фещенко, С.Н. Антонюк, Н.О. Тимочко та ін. – К.: КНЕУ. 2006. – 664 с.
4. Канке В.А. Философские направления и концепции науки: Учеб. пособие. – М.: Логос, 2004. – 328 с.
5. Кельзен Ганс. Чисте правознавство. – К.: Юніверс, 2004.
6. Ницше Ф. Сочинения: В 2-х т. – М.: Мысль, 1990. – Т. 2.
7. Разин А.В. Этика: Учеб. для вузов. – М.: Академический Проект, 2003.

Лопата Н.П.,

*аспірантка кафедри історії економічних вчень та економічної історії
Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана*

Економічна етика і громадянське суспільство: аспекти взаємодії

Громадянське суспільство є предметом широких та довготривалих дискусій в академічних і політичних колах України. Економічна етика для вітчизняної науки є новою галуззю і тому не знайшла широкого й повного відображення в наукових дослідженнях. Проте обидва об'єкти мають певні спільні риси, що і потребує вивчення аспектів взаємодії економічної етики та громадянського суспільства.

Багатогранне коло питань громадянського суспільства розглядали українські науковці А.Ф.Колодій, В.Ю.Барков та Т.В.Розова [7]. У вітчизняних дослідженнях економічної етики варто зазначити праці І.І.Маслікової, із російських дослідників – І.І. Агапової, Н.А. Макашевої, із зарубіжних – Ф. Бломе-Дрез, К. Хомана, М.Вебера та ін. Питання взаємодії обох об'єктів до сьогодні не підлягало вивченню.

Визначити аспекти взаємодії економічної етики та громадянського суспільства на основі цивілізаційної парадигми та системно-синергетичного підходу досліджень суспільних процесів.

Цивілізаційна парадигма пізнання суспільства виникла на основі застосування системно-синергетичного підходу [1, с. 7].

Синергетика – нелінійна («постнекласична») наука; теорія самоорганізації у дослідженнях процесів розвитку суспільства. Нелінійність означає величезну різноманітність властивостей та поведінки системи – порогові ефекти, наявність багатьох рішень, існування хаотичних траєкторій, парадоксальний «антиінтуїтивний» відгук при зміні зовнішніх впливів [2, с. 45]. Синергетика є

теорією «виникнення нових властивостей у цілого, що складається з об'єктів, які перебувають у взаємодії» [5, с. 5]. Системно-синергетичний аналіз передбачає вивчення кожного суспільства як цілісного утворення, що має структурну будову, яка постійно ускладнюється, кожний елемент якої виконує певні функції тощо [1, с. 7].

Таким чином, цивілізаційна парадигма базується на таких принципах:

1. Принцип людиноцентризму, згідно з яким в аналізі суспільних процесів головне місце посідає дослідження діяльності людей.

2. Суспільство є цілісним утворенням, природа емерджентних властивостей якого полягає у взаємодії його складових: економічної, політичної, духовно-культурної та соціальної підсистем.

3. Диференціація кожного системного об'єкта на частини та зворотний процес інтеграції у цілісність, що має нові якості.

Дослідження аспектів взаємодії економічної етики та громадянського суспільства з позиції цивілізаційної парадигми слід розпочати зі схематичного зображення взаємодії структурних елементів суспільства у контексті етичної структурної композиції (рис. 1).

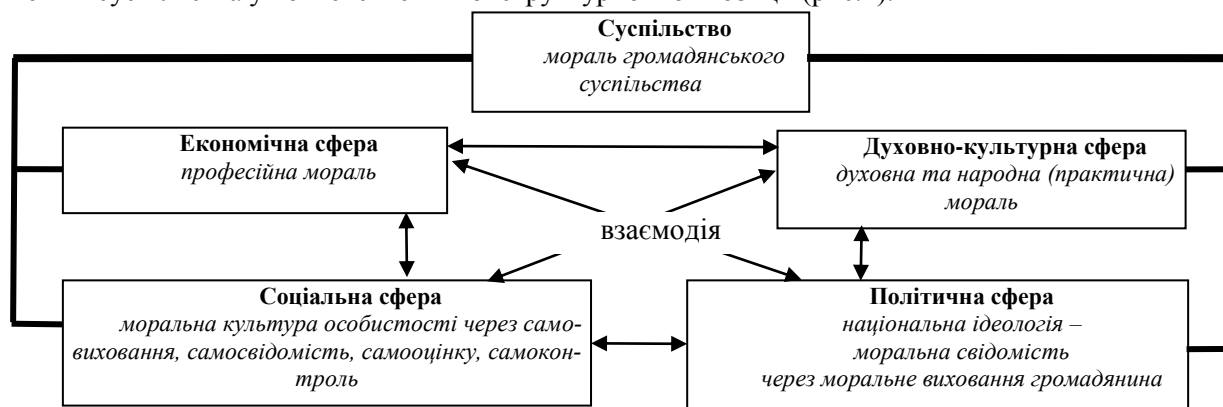


Рис. 1. Схема взаємодії структурних елементів суспільства у контексті системотворчих етичних компонентів

Отже, досліджуємо складну систему – суспільство, що має своїми структурними елементами економічну, духовно-культурну, політичну та соціальну сфери його життєдіяльності.

Зосередивши увагу на другому об'єкті дослідження – етиці, яка вивчає мораль та моральність, – очевидною стає її структурна композиція та аспекти взаємодії у визначених елементах суспільства.

1. *Духовно-культурна сфера суспільства.* З погляду етичної науки тут виникають духовна та народна (практична) мораль відповідно.

Народна (практична) мораль – сукупність правил поведінки людей по відношенню до світу та самих себе, спрямованих на суспільне та особисте благо, узагальнено відображених у фольклорі, закріплених життєвою практикою у звичаях та формах поведінки певного народу [4, с. 10].

Духовна мораль – правила ставлення людей до Бога, світу, одне до одного та самих себе, що визначені засновниками релігій та їх учнями. Такі правила вимагають особливого навчання та виховання особистості за межами сімейно-родового звичаю. Духовна мораль узагальнює та перетворює народні правила поведінки, об'єднує людей різного родового та расового походження в рамках цивілізованого суспільства, члени якого свідомо сповідують та неухильно виконують правила духовної моралі. Остання, на відміну від практичної, керує не тільки вчинками, а й бажаннями, почуттями, думками людини; надає їй можливість не тільки реагувати на обставини, що вже склалися (мимо її волі), а й самій створювати нові обставини. Така мораль вимагає навчання особливого складу моральних суджень, під впливом та за допомогою яких людина здатна здійснювати свідоме керування духовним розвитком своєї особистості. Правила духовної моралі роблять голос сумління в людині свідомим внутрішнім мірилом вчинків [4, с. 43].

2. *Економічна сфера суспільства.* Тут найбільш наглядним проявом етичних аспектів є професійна мораль.

Професійна мораль – кодекси поведінки, що забезпечують сумлінне виконання професійної діяльності тією або іншою суспільною групою [4, с. 53].

Професійна мораль об'єднує людей за належністю до тієї чи іншої професії, пов'язаної з обмеженням свободи у поведінці оточуючих. Вимоги професійної моралі прямо не стосуються лю-

дей інших професій, але мають бути їм відомі, оскільки передбачають з їх боку особливе ставлення до представників подібних професійних груп. Виділяють воїнську, службову (управлінську), лікарську, юридичну, педагогічну, комерційну, трудову, мораль вчених, журналістів та ін.

3. *Соціальна сфера.* Моральна культура особистості через самовиховання, самосвідомість, самооцінку, самоконтроль логічно узгоджується з «функціями інтеграції, відтворення зразка, ціледосягнення та адаптації» соціальної сфери [3].

Моральна культура особистості – характеристика морального розвитку особистості, в якій відображається ступінь засвоєння нею моральних правил та морального досвіду суспільства (практичної, духовної, професійної та громадянської моралі), готовність до постійного морального удосконалення своєї особистості. Під впливом життєвого досвіду, виховання, освіти та мистецтва, власного бажання вдосконалюватись людина тією чи іншою мірою засвоює історичні досягнення етичної культури людства, що благодійним чином проявляється в її поведінці та діяльності в усіх сферах [4, с. 64–65].

Самовиховання – свідомо робота над собою, що базується на прагненні досконалості (ступінь якої людина визначає сама для себе) та досягненню поставлених цілей. Полягає у неухильному слідуванні принципам, нормам та цілям власного розвитку, чіткому визначенні перспектив своєї діяльності. Процес самовиховання будується на критичному аналізі людиною своїх індивідуальних особливостей та потенційних можливостей.

Самосвідомість – свідомо діяльність людини у розумінні себе як неповторної цілісної особистості, що несе моральну відповідальність за свої вчинки перед минулим, теперішнім та майбутнім людством, що вміє правильно визначити свій власний сенс та стиль життєвої поведінки та оцінити свої здібності й можливості, почуття, бажання та наміри, своє місце у загальному ряду інших людей.

Самооцінка – свідомо діяльність людини у формуванні в кожний момент часу особистого ставлення до своїх здібностей, можливостей, якостей, вчинків, місця серед інших людей і тощо. Навички самооцінки дозволяють людині значною мірою самостійно приймати рішення, успішно спрямовувати та контролювати свої дії.

Самоконтроль – свідомо діяльність людини в управлінні своєю поведінкою, проявом почуттів та думок відповідно до реального стану речей та моральної культури своєї особистості [4, с. 70].

4. *Політична сфера.* Формування моральної свідомості через *моральне виховання громадянина* має бути однією з пріоритетних задач розвитку суспільства та одним з головних завдань політичної сфери, вирішення якого неможливе без створення *відповідної національної ідеології*.

Моральна свідомість – вид суспільної свідомості, що оцінює свідомий вибір між добром і злом, коли вибір здійснюється не через неминучу необхідність, а виходячи з власного визнання цієї необхідності суспільством. Моральна свідомість – суспільне явище. Але воно веде до певного типу морального виховання окремих членів суспільства, *особливо громадянського суспільства*. Моральна свідомість може зробити суспільство моральним, але помилки і недоліки моральної свідомості можуть зробити суспільство *несправедливим* і таким, що схвалює аморальні явища, наприклад, виправдання моральною свідомістю розриву родинних зв'язків, зв'язку між поколіннями, егоїзму та ін.

Моральне виховання складається з оволодіння мораллю (практичною, духовною, професійною та громадянською), наслідування добрих прикладів, уявлення про перспективи розвитку життєвих ситуацій та моральної оцінки цього розвитку, вироблення власного ставлення до свого життя та до розвитку стилю життя. Моральне виховання здійснюється з використанням таких засобів: моральні судження, доводи та приклади, авторитети, створення репутації, переконання, розгляд наслідків своїх вчинків, вимогливість та дисципліна, покарання та заохочення, схвалення та засудження та ін. [4, с. 71–72].

5. *Суспільство.* Громадянському середовищу притаманна атмосфера вільного волевиявлення та невимушеності [7]. Через *моральне виховання громадянина* у суспільстві як цілісній складній системі *утверджується мораль громадянського суспільства*. Наявність у суспільстві нижчезазначених норм (через активну діяльність некомерційних організацій) вказує на *становлення* громадянського суспільства.

Мораль громадянського суспільства – сукупність моральних норм, що забезпечують плідне суспільне життя людей різного рівня освіченості, які належать до різних націй та народностей, віросповідань, занять та професій.

Моральні норми громадянського суспільства стверджують рівність всіх членів суспільства перед законом, відстоюють пріоритет особистих (а не державних, суспільних або групових) інтересів при дотриманні законів, коли будь-якому інтересу протиставляється інший інтерес. Мирне вирішення конфліктів інтересів вимагає *творчих зусиль всього суспільства*. Тому моральні норми громадянського суспільства *об'єднують його членів*, кожен з яких є споживачем послуг, що надаються різними професійними групами, незалежно від ідеології, яка виражає інтереси окремих осіб та груп, незалежно від сімейних, родових, релігійно-общинних, національних та державних інтересів. Мораль громадянського суспільства *узгоджує* у загальних категоріях практичну та духовну мораль та співвіднесена з професійною мораллю; не фіксується в певному спеціальному тексті та *проявляється в моральній свідомості людей, вихованих всім ладом життя суспільства* [4, с. 59].

Отже, можемо визначити головні форми моральної свідомості: принциповість, солідарність, колективізм, змагання (конкуренція), почуття нового, розумні потреби, ідейність, ініціатива, гуманність (людяність), переконаність, ненасилля та інші.

Висновки. Застосовуючи *цивілізаційний підхід*, стають очевидними (наглядними) взаємообумовленість та взаємовизначеність *структурних етичних та суспільних елементів* з двох причин, що були одночасно об'єктами дослідження.

1. Можна стверджувати, що феномен *економічної етики є результатом взаємодії всіх структурних підсистем суспільства* у частині їх етичних аспектів. Поняття економічної етики визначимо як *систему норм та морально-ціннісних орієнтирів поведінки економічних суб'єктів*, розуміючи під цією системою *певний набір та пропорцію всіх наведених вище видів моральних норм у суспільстві*. Визначення такого набору норм та орієнтирів залежить від *конкретного стану складної системи (суспільства): еволюційного* (між точками біфуркації) чи *революційного* (у точці біфуркації). Синергетика розглядає еволюційний розвиток, як стійкий стан, та революційний, як критичний (якісний стрибок), в якому здійснюється вибір тієї чи іншої гілки розвитку: прогрес, регрес, стан рівноваги або руйнація системи.

2. Становлення *громадянського суспільства* відбувається через моральне виховання громадянина та формування моральної свідомості. Ознаками становлення громадянського суспільства є *утвердження моральних норм останнього (емерджентні властивості суспільства як складної цілісної системи)*.

Таким чином, аспекти взаємодії економічної етики та громадянського суспільства лежать в етичній площині, тобто їх розвиток та взаємообумовленість спричинюються утвердженням у суспільстві моральних цінностей та формуванням моральної свідомості.

Література

1. Історія економіки та економічної думки: Курс лекцій / Авт. кол.: С.В.Степаненко (кер. авт. кол.), В.М. Фещенко, С.Н. Антонюк, Н.О. Тимочко та ін. – К.: КНЕУ, 2006. – 664 с.
2. Капица С.П., Курдюмов С.П., Малинецкий Г.Г. Синергетика и прогнозы будущего. 2-е изд. – М.: Едиториал УРСС, 2001. – 288 с.
3. Парсонс Т. Системы современных обществ. Гл. 1: Системы действия и социальные системы. – М.: 1997.
4. Рождественский Ю.В. Словарь терминов (Общеобразовательный тезаурус): Мораль. Нравственность. Этика. – М.: Флинта: Наука, 2002. – 88 с.
5. Трубецков Д.И. Введение в синергетику. Хаос и структуры /Предисл. Г.Г. Малинецкого. Изд.2-е, испр.и доп. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 240 с. (Синергетика: от прошлого к будущему.).
6. Український соціум /Власюк О.С., Крисаченко В.С., Степико М.Т. та ін. /За ред. В.С. Крисаченка. – К.: Знання України, 2005. – 792 с.

Лук'янченко Н.Д.,

докт. екон. наук, професор зав. кафедри управління персоналом та економіки праці Донецького національного університету

Пастушенко В.М.,

канд. екон. наук, перший заступник голови Донецької обласної ради профспілок

Методи і досвід удосконалення оплати праці у галузях економіки України

В Україні основну частку в сумі доходів населення становить заробітна плата, частка якої коливається в цілому по Україні у межах 42,7–43,9% за останніх п'ять років. У той самий час, порівняно з індустріально розвинутими країнами, де у сумарних доходах населення заробітна плата становить: у Великій Британії – 65,0%, Німеччині – 64,0; Італії – 52,0; США — 53,0; Франції — 58,0; Японії – 69,0%. В Україні ця частка значно нижча.

Динаміка зміни величини доходів у цілому по Україні є позитивною із щорічним зростанням від 116,5 до 135,1%, а у цілому за період 2001–2005 рр. наявні доходи населення зросли у 2,4 раза, а реальні наявні доходи – у 2,1 раза. У розрахунку на одну особу за цей період доходи зросли у 2,5 раза з 203,8 до 506,4 грн., а витрати домогосподарств на одну особу в середньому становили у 2005 р. 572 грн., збільшившись, порівняно з 2001 р., у 2,2 раза.

На перший погляд можна дійти висновку про значне покращення життя населення. Однак, реальну оцінку життєвого рівня домогосподарств за результатами обстеження Держкомстату України бачимо із даних табл. 1.

*Таблиця 1**

Розшарування населення України за рівнем витрат

Рік	Квінтільний коефіцієнт диференціації витрат населення, разів		Співвідношення витрат 20% найбільш та 20% найменш забезпеченого населення, разів		Частка населення із середньодушовими витратами у місяць нижчими прожиткового мінімуму, %	
	грошових	сукупних	грошових	сукупних	грошових	сукупних
2000	2,8	2,3	6,0	4,4	87,0	80,2
2001	3,0	2,5	6,0	4,6	89,0	82,7
2002	2,7	2,4	5,7	4,5	88,4	83,3
2003	2,7	2,3	5,7	4,4	83,4	76,2
2004	2,6	2,4	5,5	4,6	73,8	65,6
2005	2,6	2,4	5,5	4,6	64,0	55,3

* 2000р – 270,1 грн., у 2002, 2003 та I кв.2004 р. – 342 грн., у II–IV кв.2004 р. -362,23 грн., у 2005 р. – 423 грн.

Таким чином, можна констатувати, що сьогодні ще значна частка населення є бідною тому, що на прожиття можуть витратити у місяць грошей менше, ніж прожитковий мінімум.

За результатами моніторингового соціально-демографічного обстеження, проведеного Держкомстатом України наприкінці 2004 р., середній розмір основного грошового доходу за основним місцем роботи тієї частки населення, яка взяла участь у вибірковому обстеженні, становив 453 грн. Це середній показник. За підсумками грудня 2005 р. 10,7% найманих працівників (1,1 млн. осіб), що відпрацювали не повну норму робочого часу, нараховано зарплату нижчу за мінімальну (332 грн.), а 26,5% — у межах від 332 до 453 грн. (життєвий мінімум).

Це опитування виявило, що 76,2% респондентів мають середньодушовий сукупний дохід на рівні, нижчому за офіційно встановлений життєвий мінімум, що вказує на масову бідність і зубожіння населення, неможливість задовольнити навіть найнеобхідніші потреби. На думку ре-

спондентів, середньомісячний грошовий дохід на одного члена сім'ї, який би гарантував нормальне існування, повинен був дорівнювати 770 грн., а середньомісячний розмір мінімального грошового доходу для сім'ї із чотирьох осіб, на їх думку, 3081 грн. При цьому на дохід до 1000 грн. вказувало лише 4,1%, від 1001 до 2000 грн. – 36,0%, від 2001 грн. і більше — 59,9% опитаних.

Це дає підставу констатувати, що існуючі державні стандарти та гарантії у сфері оплати праці для значної частки населення не забезпечують: «можливості заробляти собі на життя працею», щоб «мати право на достатній життєвий рівень для себе і своєї сім'ї, що включає достатнє харчування, одяг, житло», як це проголошено у ст. 43 та 48 Основного Закону нашої країни – Конституції України.

У плані боротьби з цим явищем бідності, на нашу думку, недостатньо заходів щодо підвищення заробітної плати. Джерелом боротьби з бідністю може бути зміна системи оподаткування доходів фізичних осіб за прогресивною шкалою та перерозподіл отриманих у результаті цього доходів на користь бідних. Іншим заходом повинно стати введення неоподаткованого мінімуму на рівні прожиткового мінімуму або на рівні розміру мінімальної заробітної плати.

Одним із заходів підвищення доходів населення в зарубіжній практиці є значне зниження ставок ПДВ на продукти харчування та предмети першої необхідності. В Англії ПДВ не обкладаються продукти харчування та транспортні послуги, у Франції, Німеччині, Італії, Греції ставки ПДВ на продукти харчування у 3–5 разів нижче від загального їх розміру.

За останніх п'ять років (2003–2006) номінальна заробітна плата працюючих у цілому по економіці збільшилася в 2,77 раза з 376 грн. у 2002 р. до 1041 грн. у 2006 р. Але спостерігається суттєва міжгалузєва диференціація в розмірі номінальної заробітної плати за галузями та видами економічної діяльності. Наприклад, у 2006 р. співвідношення розмірів номінальної заробітної плати окремих видів економічної та промислової діяльності із розміром номінальної заробітної плати дорівнювали: в авіаційному транспорті – 1,972, у фінансовій діяльності – 1,969, у виробництві коксу та продуктів нафтоперероблення – 1,63, у державному управлінні – 1,515, у металургійному виробництві — 1,50. У той самий час в інших сферах діяльності і галузі ці співвідношення значно нижчі від 1,0. У сільському господарстві – 0,513, у рибному – 0,583, у легкій промисловості – 0,533, у хутрово-шкіряній – 0,57, в охороні здоров'я та соціальної допомоги – 0,632, в освіті 0,774.

Тобто, рівні оплати праці формуються не за складністю праці та її продуктивністю, а за галузями, особливо з монопольним ухилом.

Якщо виходити із динаміки рівнів номінальної заробітної плати, то складається враження про позитивні досягнення. Але якщо порівняти – кому і скільки платять – картина виявляється надто сумною.

За даними Держкомстату України у 2005 р.: [1]

- заробітну плату нижчу за прожитковий мінімум або його рівні отримували: 62,0% працівників сільського господарства, 53,4% – рибного господарства, 51,9% працівників роздрібною торгівлі, 32,9% – в охороні здоров'я, 39,1% – у закладах культури та розваг, 31,2% – в освіті, 36,7% – у текстильній, 32,2% – у хутрово-шкіряній та 26,3% – у харчовій промисловості;
- заробітну плату вищу за прожитковий мінімум, але нижче від рівня середньої по економіці отримали: 28,5% – у сільському та 30,4% – у рибному господарствах, 41,3% в освіті, 48,7% в охороні здоров'я, 36,0% у цілому в промисловості, 48,1% у текстильній, 47,3% у хутрово-шкіряній та 36,5% у культурі.

Таким чином, у більшості галузей та видів економічної діяльності дві третини працівників отримують заробітну плату значно нижчу за 1 тис. грн.

Такий стан нарахування та виплати номінальної заробітної плати, яка є основною часткою доходів працюючих, повною мірою, на нашу думку, є значним чинником впливу на доходи населення та його життєвий рівень.

Залишається досі невирішеною проблема забезпечення державних гарантій в оплаті праці працівників окремих галузей бюджетної сфери, визначених відповідними законодавчими актами: основні державні гарантії у сфері оплати праці працівників освіти, охорони здоров'я, науки, культури та державних службовців визначено відповідними законодавчими актами:

а) ст. 57 Закону України «Про освіту» (від 23.05.1991р. №1060-ХІІ) гарантії держави передбачають встановлення:

- середніх посадових окладів (ставок заробітної плати) працівникам вищих навчальних закладів III та IV рівнів акредитації на рівні подвійної середньої заробітної плати працівників промисловості (абз.11 ч. 1);

- середніх посадових окладів (ставок заробітної плати) працівникам вищих навчальних закладів I та II рівнів акредитації та інших навчальних закладів на рівні, не нижчому від середньої заробітної плати працівників промисловості (абз. 12 ч. 1);
- доплат фахівцям, які працюють у системі освіти, до рівня середньомісячної заробітної плати працівників у цілому по економіці (абз. 2 ч. 2);
- середнього розміру посадових окладів (ставок заробітної плати) обслуговуючому персоналу відповідно до схем посадових окладів (ставок заробітної плати), що визначені КМУ;

б) ст. 77 Основ законодавства України про охорону здоров'я (від 19.11.1992 р. №2801 -XII) держава гарантує встановлення у державних закладах охорони здоров'я середніх ставок і посадових окладів на рівні, не нижчому від середньої заробітної плати працівників промисловості (пункт «ж» ч. 1);

в) ст. 23 Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність» (від 13.12.1991 р. № 1997-XII) держава гарантує встановлення ставок (окладів) науковим працівникам наукових установ, діяльність яких фінансується з бюджету, на рівні не нижче посадових ставок (окладів) викладачів відповідної кваліфікації вищих навчальних закладів III–IV рівнів акредитації (тобто на рівні подвійної середньої заробітної плати працівників промисловості) (ч. 4 ст. 23);

г) ст. 28 Основ законодавства України про культуру (від 14.02.1992р. №2117-XII) держава гарантує працівникам державних закладів, підприємств і організацій культури встановлення середньої заробітної плати у розмірі, не нижчому від середнього рівня заробітної плати працівників по економіці.

Але реалізація цих гарантій не забезпечується через обмеженість коштів на ці заходи у державному та місцевих бюджетах.

Незважаючи на те, що за останніх 5 років середньомісячна заробітна плата у цих сферах зросла: у 3,6 раза – в освіті і охороні здоров'я; у 3,8 раза – у науці та вищій школі і у 4,6 раза – у культурі, вона за своїм рівнем не досягла тих гарантій, які встановлені у відповідних законодавчих актах. Співвідношення середньомісячної заробітної плати 2005 р. із гарантованими її розмірами становило: у науці та вищій освіті – 0,70; в освіті – 0,66; в охороні здоров'я – 0,68; у культурі – 0,81 (при високій ступені її комерціалізації).

Із 1 вересня 2005 р. введена нова єдина тарифна сітка з оплати праці працівників окремих галузей бюджетної сфери, яка передбачає три етапи з поступовим підвищенням її діапазону із 3,35 — I етап, до 3,93 – II етап та до 4,51 — III етап. На низьку ефективність застосування цієї ЄТС вказує, зокрема, такий факт, що тарифний коефіцієнт 6-го розряду становить на першому етапі — 1,15, на другому — 1,3, а на третьому етапі – 1,45, тоді як тарифні коефіцієнти робітників 6-го розряду у видах економічної діяльності коливаються в межах 1,8–2,0 [2].

Крім того, про низьку ефективність свідчить і те, що за I квартал 2006 р. за умов застосування ЄТС відношення середньої заробітної плати до гарантованих державою розмірів середньої заробітної плати (на рівні середньої у промисловості та по економіці) знов знизилося порівняно з 2005 р.: у сфері науки — з 0,542 до 0,501; в освіті — з 0,616 до 0,606; в охороні здоров'я – з 0,535 до 0,492.1 тільки у сфері культури, за рахунок її високої комерціалізації цей показник збільшився з 0,779 до 0,793.

Таким чином, введення ЄТС на першому етапі не тільки не наблизило галузі бюджетної сфери в оплаті праці до її розмірів як у промисловості, так і в економіці у цілому, а навпаки, збільшило цю розбіжність.

Перехід до третього етапу ЄТС підвищить заробітну плату у бюджетній сфері, без урахування підвищення розміру мінімальної заробітної плати, у середньому на 32,0%. Але за визначений час зросте і заробітна плата у промисловості та економіці в цілому, а зростання в абсолютному розмірі буде вдвічі вищим, ніж у бюджетній сфері, тому у цій сфері потрібно прискорене підвищення рівнів оплати праці не менш як у 2,0–2,5 раза, щоб забезпечити гарантії, які визначено статтями 23, 28, 57 та 77 відповідних законодавчих актів. Для цього вже на другому етапі необхідна ЄТС із діапазоном не 3,93, а як мінімум 6,0, а на третьому – 8,0–10,0. Для цього слід вишукати необхідні кошти або на 70,0–80,0% комерціалізувати цю сферу.

У бюджетній сфері серед керівних працівників, професіоналів та фахівців основних професій, праця яких оплачується за ЄТС, міжпосадова диференціація посадових окладів (ставок заробітної плати) та її динаміка характеризуються даними табл. 2.

Таблиця 2

Міжпосадова диференціація посадових окладів в Україні

Рік	У цілому у бюджетній сфері	Керівників	Основних посад і професій
1991	4,0	3,16	3,22
2001	2,75	2,57	2,78
2006	3,07	3,23	3,17

Оскільки коефіцієнт диференціації визначає співвідношення між максимальним та мінімальним розмірами посадових окладів (ставок заробітної плати), то його зміни обумовлено змінами цих розмірів. Так, наприклад, розміри максимальних і мінімальних посадових окладів (ставок заробітної плати) в цілому у бюджетній сфері становили: 1991 р. — 800,0 і 200,0 руб.; 2002р. — 380,0 і 138 грн.; 2006р. — 1112,0 і 362 грн. Цей коефіцієнт зростає при збільшенні максимального посадового окладу, при зменшенні або незмінному розмірі його мінімального значення і зменшується за цих умов при збільшенні мінімального розміру посадового окладу.

Відповідні зміни залежать від співвідношення темпів зростання або зниження розмірів максимальних і мінімальних посадових окладів.

Однак, на нашу думку, централізована і уніфікована за ЄТС система оплати праці не відповідає сьогоденним реаліям, відповідно до яких необхідно привести модель державного регулювання відносин з оплати праці в бюджетній сфері. Першим кроком до цього, на нашу думку, є проведення чіткого розмежування повноважень центру та регіонів і муніципальних органів щодо цих відносин. Сьогодні регіональні та муніципальні органи, яким підпорядковано заклади, установи й організації, обмежені у можливостях доповнювати за рахунок власних ресурсів норми оплати праці, встановлені на державному рівні. Вони, на нашу думку, повинні у повному обсязі набути права щодо регулювання відносин з оплати праці в організаціях бюджетної сфери, що належать до їх відання і фінансуються з їх бюджетів.

Реалізація цього напряму потребує вирішення двох питань.

Перше, це децентралізація визначення розмірів мінімальної заробітної плати на регіональному рівні з урахуванням розміру регіонального прожиткового мінімуму. Цей захід необхідний, з нашої точки зору, для ефективнішого регулювання на регіональному рівні оплати праці як у бюджетній, так і у виробничій сфері.

По-друге, необхідне удосконалення системи формування бюджетів усіх рівнів та міжбюджетних відносин між центром та регіонами, чинного фіскального механізму; створення оперативної, не бюрократизованої системи міжбюджетних відносин, що гарантувала б як своєчасне надходження до бюджетів податкових відрахувань, так і їх раціональне використання на утримання бюджетних організацій, включаючи оплату праці їх працівників. Ці заходи, на нашу думку, забезпечать суттєве підвищення оплати праці у бюджетній сфері.

Література

1. Праця України 2005: Стат. зб. /Державний комітет статистики України: №09/4-18/233 від 07.07.2006 р. – К., 2006. – 352 с.
2. Статистичний щорічник України за 2005 рік /Держкомстат України. – К.: Вид-во «Консультант», 2006. – 575с.

Марченко О.А.,

канд. екон. наук, доцент, зав. кафедри менеджменту
АПСВ ФПУ

Ділова етика керівника та соціальна відповідальність

Актуальність теми дослідження обумовлена сучасною тенденцією зростання значення соціальної відповідальності бізнесу.

Формування та розвиток ділової культури сьогодні визначає необхідність інтеграції у світову співдружність, пов'язану із процесом глобалізації, що потребує відповідності української моделі бізнесу сучасним критеріям соціально-економічного та суспільного розвитку, особливо у площині взаємодії бізнесу та суспільства, бізнесу та держави.

Великий обсяг досліджень може служити основою розробки вказаної проблемної сфери.

Серед досліджень, присвячених аналізу етики бізнесу та розробці окремих питань корпоративної відповідальності, слід відзначити праці І.П. Богомоліної, Ю.Ю. Петруніна, В.К. Борисова, В.Б. В'язового, М.Й. Дмитренка, А.Н. Кочергіна, А.А. Нещадіна, В. Романова, В.В. Смикова, В.С. Соколянської, В.А. Бородини, Б.Л. Цветкової, П. Шихирева.

Деякі з дослідників, зокрема І.П. Богомолінова, Т.І. Овчинникова, І.А. Давиденко розглядають ділову етику в межах теорії і практики управління. З їх точки зору етика бізнесу розкривається як середовище існування бізнесу (культура), засіб створення цивілізованого ринку, ціль якого — гармонія організації та оточуючого середовища [5].

У публікаціях О.В. Іншакова, Н.Н. Лебедевої обумовлена теоретико-методологічна необхідність існування соціально-відповідальної діяльності у межах інституціонального механізму.

Соціальної відповідальності як фактора ефективного розвитку сучасного суспільства присвячені праці К.Д. Крилова, В.Є. Можієва, В.Ф. Лазарева, А.В. Селиванова, А.С. Леонова.

Незважаючи на зростання кількості публікацій із загальних проблем соціальної відповідальності, ця тема стосовно теорії управління ще не сформувалася як чіткий напрям. Тому метою цієї статті є розгляд проблем розвитку корпоративної соціальної відповідальності бізнесу та ділової етики як основи формування концепції соціальної відповідальності бізнесу.

Сучасність надзвичайно активно пропонує пошук відповіді на питання можливості взаємної відповідальності влади, бізнесу та суспільних інститутів. Ініціювати процес розподілення соціальної відповідальності та зростання кількості ступенів свободи підприємництва можливо шляхом визначення балансу між державним регулюванням та підприємництвом, розробити механізм передачі таких повноважень, забезпечити необхідний рівень професійної здатності бізнесу вирішувати численні соціальні проблеми. Практичну діяльність у кожній організації здійснюють конкретні менеджери і виконавці відповідно до своїх функцій і посадових обов'язків. Але, як демонструє практика, під час виконання роботи працівники часто керуються власними уявленнями і цінностями, всупереч інструктивним документам чи постановам. Тому етичний аспект ділової діяльності відображає надзвичайно важливий механізм взаємодії суспільства й менеджменту.

Феномен соціальної відповідальності управління бізнесом давно становить дослідницький інтерес соціологів, економістів, політологів. Сучасне рішення цього питання пропонують спеціалісти у галузях стратегічного та корпоративного управління, зв'язків із громадськістю та безпосередньо підприємці.

Ділова етика – сукупність знань та навичок, норм, цінностей, які продукуються, накопичуються та транслюються в процесі господарської діяльності. Сучасність характеризується підвищеною увагою до ділової етики, що обумовлене як зростанням рівня корпоративності та великим обсягом інформації, так і зростанням втрат підприємців від неетичної поведінки, падіння престижу корпорації, управлінського престижу та іміджу. Як зазначає А.Кочергін, «...кожна сила потребує обмежень з боку моральних норм, а у сучасному світі – особливо» [7]. Це демонструє потребу у моральних орієнтирах сучасної ділової культури.

Завданням ділової етики є координація інтересів підприємництва та суспільства та формування відповідних загальним моральним принципам поведінки принципів ділового спілкування.

На думку Ю. Петруніна та В. Борисова, сучасна ділова етика — це послідовність таких положень, як:

- найвища ефективність виробництва та прибуток не повинні досягатися за рахунок руйнування оточуючого середовища;
- конкуренція повинна вестися за чесними правилами;
- техніка повинна слугувати людині, а не людина техніці;
- розумні форми участі працюючих у справах підприємства гарантують бажання працювати краще та відповідальність;
- економіка на відміну від релігії орієнтована не на моральне регулювання, а на розподілення моральних благ, але повинна підпорядковуватися існуючим моральним нормам [3].

Самий ранішній підхід до етичних проблем управління є теорія корпоративного егоїзму М. Фридмана та Д. Хендерсона початку 70-х років ХХ ст. Її основною тезою є те, що компанія, яка сплачує податки, встановлює бажаний рівень зарплати, забезпечує безпеку праці, захищає екологію — є соціально відповідальною та веде добросовісну ділову практику. Єдина відповідальність бізнесу — це зростання прибутку акціонерів [8].

Інша теорія — освіченого егоїзму — ототожнює концепцію соціальної відповідальності із спонсорством та благодичністю як різновидами соціального інвестування. Компанія скорочує короткострокові прибутки, у перспективі формуючи сприятливе соціальне оточення та стійкі прибутки у майбутньому (long-term profit loss).

Існує також теорія соціально відповідальної поведінки, що базується на бажанні підвищити статус через благодійну діяльність через процес дарування (gift giving).

Сьогодні більшістю спеціалістів соціальна відповідальність розглядається в контексті корпоративної соціальної відповідальності. Її концепція характеризує добровільне рішення компаній брати участь у поліпшенні суспільства та захисті оточуючого середовища.

Принципи, норми, категорії і правила бізнесової етики рефлексують і «обслуговують» багатогранну діяльність суб'єктів ділового світу, виявляючи свою різнобічність. Функції етики бізнесу, ділової моралі за своїм теоретичним вираженням в цілому не відрізняються від загальнометодологічних функцій етики як моральної теорії. Однак у змісті, субординації і пріоритетності цих функцій існують значні відмінності. Світоглядна, аксеологічна (ціннісна), пізнавальна, ідеологічна (виховна), регулятивна, практична (соціальна) функції моралі, зберігаючи своє методологічне значення в прикладній етиці, сповнюються конкретного змісту, істотно доповнюючи базові етичні постулати. На думку дослідника Г. Сапожник, особливого значення у світоглядній функції етики для практики бізнесу має такий її компонент, як соціальне світоставлення, що реалізується в діяльнісній позиції людини щодо такого фрагмента світу суспільних реалій як ринок. Пізнавальна (когнітивна) функція моральної свідомості, відображає уявлення про роль у поведінці бізнесмена раціонального фактора (зокрема, в розумінні здорового глузду) і фактора емоційного, почуттєвого (симпатії, переваги, задоволення), до якого примикає ділова інтуїція як інтелектуальна і практична властивість.

Ідеологічна, культурно-складова функція моралі в етиці бізнесу трансформується на етично усвідомлені уявлення про місце бізнесу в структурі суспільної культури, насамперед економічної і соціальної, а також культури управління (менеджменту), про значення ідей і уявлень ділової людини у системі імперативів і ідеалів суспільної свідомості.

Сучасний менеджмент пропонує певні заходи для забезпечення ділових етичних відносин:

- впровадження етичних норм, що відображають систему цінностей організації;
- організацію навчання етиці ділового спілкування всього персоналу;
- надання інформації про випадки як високо етичної поведінки, так і аморальних вчинків;
- вивчення морального клімату в колективі і взаємовідносин між керівниками та підлеглими.

Етика накладає на бізнес систему обмежень — морально-етичні правила і традиції даного суспільства — та базується на чесності, відкритості, вірності даному слову, здатності ефективно функціонувати на ринку відповідно до чинного законодавства, встановленими правилами і традиціями, формує репутацію фірми як суму прикладів гідної поведінки співробітників, яка демонструється:

- відносно майна фірми;
- у ситуаціях, коли стикаються різні інтереси;
- при встановленні зовнішніх ділових зв'язків;

- при роботі з державними установами;
- у взаємовідносинах із клієнтами і конкурентами;
- у делікатних ситуаціях, коли перед співробітниками фірми стоїть проблема вибору: оприлюднити чи зберегти у таємниці приклад порушення колегами внутрішньо-фірмових правил та норм.

У розвинутих країнах сформувались три сучасні етичні концепції менеджменту (принципи ділової етики): утилітаризм, дотримання прав людини і справедливість, а також нова модель бізнесу.

Утилітарна концепція спирається на виявлення наслідків реалізації рішень, які мають приносити користь більшості зацікавлених. Прийняття рішення у цьому випадку залежить від співвідношення затрат і прибутків.

Концепція дотримання прав людини ґрунтується на добровільно взятих на себе обов'язках менеджера захищати права інших людей і уникати будь-яких рішень, які порушують ці права. Розуміння індивідуальних прав включає сьогодні захист землі, води, повітря та елементів природи і довкілля.

Концепція справедливості зобов'язує менеджерів забезпечувати рівні права під час розподілу благ, відповідальність у відшкодуванні збитків тими, хто завдає шкоди іншим.

Таким чином, умовою стабільного розвитку сучасної компанії є формування соціально-відповідального керівництва бізнесом, пов'язане із безумовним виконанням норм та обмежень, моральних та державних законів, традицій та звичаїв.

Фактором успішного розвитку бізнесу є реалізація ефективних соціальних програм на підприємстві, менеджмент відповідальної взаємодії із державою, акціонерами, персоналом, партнерами тощо.

Необхідно створити відкриту систему обміну інформацією про соціальні програми успішних компаній з урахуванням не тільки наслідування світовим стандартам, а й сучасної соціально-економічної ситуації для просування кращих соціальних програм у бізнес-середовищі.

Сучасність потребує управління розробкою та розповсюдженням практичних систем та методик розвитку корпоративної етики та соціальної відповідальності на рівні компанії та суспільства із забезпеченням взаємовигідних інтересів бізнесу та суспільства, впровадження міжнародних стандартів.

Соціальна відповідальність бізнесу потребує постійного та ефективного діалогу із ЗМІ між компаніями, державою, персоналом тощо для презентації результатів соціально-відповідального бізнесу.

Література

1. Ділове спілкування як феномен соціальної дійсності 2005 года. Автореф. дис... канд. філос. наук: 09.00.03 / М.Й. Дмитренко; Харк. ун-т повітр. сил. – Харків, 2005. — 19 с.
2. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса. – М., 2000. – С. 134.
3. Петрушко И.Н. Внутренняя и внешняя среда организации. Социальная ответственность. – М., 2004. – С. 22.
4. Соколянский В.В., Бородин В.А. Этика бизнеса. – М., 2006.
5. Социальная ответственность российского бизнеса: Новый этап. Материалы «круглого стола» 26 ноября 2003 г. – М., 2003.
6. Нецадин А.А. Бизнес и общество. Выгодное партнерство. – М.; СПб., 2006.
7. Кочергин А.Н. Философия и глобальные проблемы. – М., 1998. – С. 54.
8. Friedman M. The social responsibility of business is to increase its profit//New York Times. – 1970. –13 Sept., 33. P. 122–126.

Махінч Г.О.,

*аспірантка кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

Формування мотиваційного механізму праці у системі управління якістю на підприємстві

Розвиток процесів технологізації в умовах ринкових перетворень обумовлює збільшення виробництва конкурентоспроможної продукції підвищеної якості, що вимагає переходу підприємств на нові засади господарювання та управління шляхом впровадження систем управління якістю. Серед складного комплексу чинників, які визначають можливість вдосконалення системи управління якістю, формування ефективного мотиваційного механізму шляхом підвищення рівня мотивації трудової діяльності та творчої активності працівників, збільшення частки працівників, зайнятих процесами управління якістю продукції у загальній чисельності персоналу тощо, займає одне з визначальних місць. Адже людський фактор, мотивація і характер використання трудового потенціалу персоналу виступають первинною ланкою складного господарського механізму, від успішної діяльності якого залежить рівень зростання якості та конкурентоспроможності продукції, ефективність виробництва та розвиток підприємства, добробут і процвітання всього суспільства.

У зв'язку з цим актуальним є дослідження процесу формування обґрунтованого мотиваційного механізму в системі управління якістю на підприємстві, який має бути спрямований на підвищення зацікавленості та задоволеності працею, зростання творчої активності, удосконалення професійно-кваліфікаційного рівня, забезпечення взаємодії у процесі господарської діяльності та управлінні, генерування нових ідей щодо підвищення рівня якості продукції.

Аналіз вітчизняної та зарубіжної економічної літератури з проблем мотивації праці вказує на поширення досліджень з питань матеріальної і нематеріальної мотивації, розробки стимулюючого механізму на підприємстві, обґрунтування нових форм і методів мотивації. Проблема мотивації займалися такі відомі науковці і практики як Е.Мейо, А.Маслоу, Ф.Герцберг, Мак-Клелланд, які розробили кілька змістових та процесуальних теорій мотивації праці [6, с. 323]. Найбільш відомими є також праці вітчизняних науковців Д.П. Богині, Семикіної М.В., Коваль Л.А., О.А. Грیشної, тощо [2; 3; 8]. Так, у монографії Д. Богині та М. Семикіної авторами розкрито суть і місце трудового менталітету в структурі мотиваційного механізму, показано взаємозв'язок менталітету, трудового потенціалу та якості продукції [3, с. 300]. Питанням мотивації та стимулювання праці як фактора підвищення рівня якості продукції присвячена праця Л. Коваль, у якій зазначається, що «...головним у процесі управління якістю є творчий потенціал людини, на активізацію якого, в першу чергу, повинне бути спрямоване стимулювання» [8, с. 158]. Проте залишаються недостатньо вивченими питання, пов'язані з особливостями розробки мотиваційних форм і методів у системі управління якістю продукції на підприємстві за умов орієнтації сучасного виробництва на якісні показники.

Метою цієї статті є розробка теоретико-методичного інструментарію та дослідження процесу формування мотиваційного механізму праці у системі управління якістю на підприємстві за сучасних умов.

Навчання і мотивація працівників як функція навчання і мотивації персоналу в системі управління якістю спрямовані на формування активного і кваліфікованого персоналу, який поряд з матеріальною базою і організацією робіт є одним з основних чинників забезпечення якості праці та виготовлення високоякісної продукції. Розкриваючи питання навчання персоналу в системі управління якістю, більшість науковців зазначає, що процес навчання доцільно розглядати з позиції загального розвитку персоналу та структурувати для різних категорій персоналу від вищого керівництва до виробничих працівників [5, с. 76]. Аналіз економічної літератури з цієї проблематики дає можливість окреслити особливості *навчання та розвитку персоналу в організації під час управління якістю*, а саме:

- запровадження процесу постійного підвищення кваліфікації і перепідготовки працівників за всіма необхідними напрямками, у тому числі з управління якістю продукції, вивчення

нових властивостей продукції, методів забезпечення її якості та надійності, при цьому передбачається диференційований підхід до навчання залежно від ролі і функцій працівників на підприємстві;

- чітке розуміння керівництвом підприємства принципів забезпечення якості продукції та вміння правильно визначати політику у сфері якості, здійснювати стратегічне планування з урахуванням зовнішніх і внутрішніх чинників;
- обізнаність управлінського персоналу з функціями своїх підрозділів у системі якості і методами їх виконання з метою формування загального уявлення про систему якості й розуміння, своєї ролі та місця в цій системі;
- наявність у персоналу організації та працівників служби якості необхідних й достатніх теоретичних знань у сфері якості (вміння розробляти систему якості, практично здійснювати управління і контроль за якістю праці, знання технології й організації виробництва на підприємстві);
- навчання виробничого персоналу підприємства основним принципам управління якістю продукції, за якого рекомендується вивчати метрологію, статистику, кваліметрію.

Працівники всіх рівнів мають бути ознайомлені з основними положеннями чинного законодавства у сфері якості, за результатами навчання має передбачатись оцінка знань і умінь працівників підприємства (екзамени, тестування тощо). Підприємство може вибрати будь-яку методологію, яка найбільш задовольняє встановлені цілі і стимулює підвищення якості праці, а також для визначення можливості професійного росту і просування по службі. При цьому працівники мають чітко уявляти залежність кар'єри від результатів навчання.

Аналіз наукової літератури дозволяє виділити *особливості мотиваційних концепцій управління персоналом* за сучасних умов господарювання та управління якістю на підприємстві, а саме:

- нині в Україні основою мотивації є *матеріальне стимулювання*: рівень заробітної плати, преміювання за високу якість і штрафні санкції за брак; заходи щодо мотивації працівників також передбачають захист від погіршення матеріального становища, поліпшення умов праці, соціальну взаємодію, поширення акцій підприємства серед працівників;
- все більшого значення набувають більш високі рівні мотивації: *соціальне й моральне захоплення, можливість творчого розвитку*: кожна людина має потребу у змістовній, цікавій, корисній роботі, належних умовах праці, вона прагне до визначеності перспектив свого професійного і творчого зростання; кваліфікований працівник відчуває самоповагу, самотвердження, коли результати його праці оцінюються високо як ним, так і керівництвом;
- велика роль належить *статусній мотивації*, яка є внутрішньою рушійною силою поведінки, пов'язаною з прагненням людини зайняти вищу посаду, виконувати складнішу, відповідальнішу роботу, працювати у більш відповідальній сфері діяльності, яка вважається престижною, суспільне значущою; інший бік статусної мотивації передбачає, що людина прагне до лідерства в колективі, до підвищення неофіційного статусу [7, с. 102].

Для практичного використання цих концепцій необхідно, в першу чергу, визначити роль мотиваційних чинників в системі управління якістю на підприємстві. А. Тельнов, визначивши основні мотиваційні чинники для робітників та керівників, виявив за допомогою експертних оцінок ієрархію мотиваційних потреб для цих категорій персоналу [9, с. 42]. Так, на рис. 1 а), б) зображено ієрархію мотиваційних потреб для робітників та керівників відповідно.

З рисунку бачимо, що у робітників переважають первинні матеріальні потреби, які пов'язані із забезпеченням стабільного місця роботи і гідної оплати праці. Водночас активізуються потреби більш високого рівня: прагнення виконувати цікаву і змістовну роботу, їх приваблює можливість соціальних контактів у процесі роботи, духовного, творчого й морального розвитку. За таких умов працівники вважають сприятливий соціально-психологічний клімат у колективі важливішим за умови праці. Найважливішими мотиваційними чинниками у процесі управління якістю для керівників є: отримання певного впливу на підлеглих і використання наданої їм влади, вираження лідерських якостей, можливість професійного та кар'єрного розвитку, отримання відповідної винагороди за роботу. Необхідною умовою мотивації керівників є співпадання цілей організації з індивідуальними цілями персоналу.

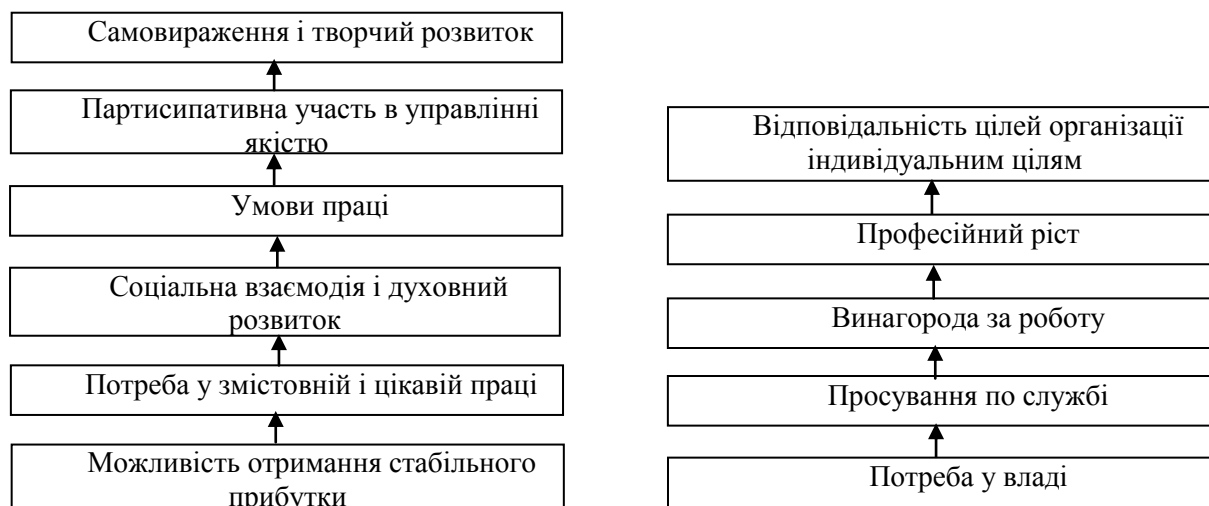


Рис 1. а) Ієрархія мотиваційних потреб для робітників

Рис 1. б) Ієрархія мотиваційних потреб для керівників

Отже, на діяльність працівників впливає багато чинників, але все ж вирішальну роль відіграють мотиви та стимули.

Мотивація робітників створюється за допомогою мотиваційного механізму, що являє собою складну багаторуну систему виробничих відносин, серцевиною якої є відносини розподілу. Останні за умов ринкової економіки відіграють вирішальну роль у створенні ефективної системи виробничих відносин. Виникнення високої енергії трудового ентузіазму відбувається за принципом «мотиваційного кола» [4, с.128] (рис. 2).

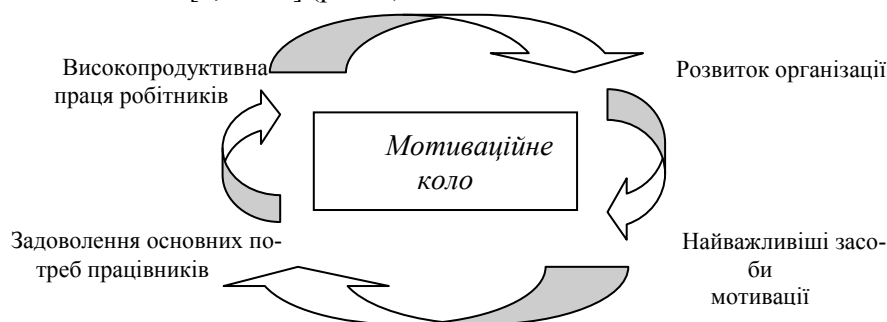


Рис. 2. Мотиваційне коло

Підкреслимо, що саме відносини розподілу (у формі найважливіших засобів мотивації) забезпечують запуск мотиваційного двигуна. Маючи чітку уяву щодо справедливої компенсації за свій труд і володіючи можливістю задоволення основних потреб, робітники одержують достатній імпульс до високопродуктивної праці. Постійне генерування праці такої якості забезпечує і розвиток підприємства і адаптацію його до змін, що відбуваються.

Зазначимо, що розглянута модель розробляється безвідносно умов впровадження на підприємстві принципів системи управління якістю. Враховуючи наведене вище, розглянемо процес формування мотиваційного механізму праці у процесі управління якістю продукції на підприємстві (рис. 3).

З рисунку бачимо: щоб мотивувати працівника до більш якісної праці, слід визначити його основні потреби, для чого використовують методи соціологічних досліджень (опитування, анкетування, інтерв'ю тощо). Наступним етапом є безпосередньо мотивація персоналу до виготовлення високоякісної та конкурентоспроможної продукції (за рахунок матеріальних, соціальних, мораль-

них стимулів тощо). Коли працівник усвідомлює свої потреби, має місце мотивуючий вплив, спрямований на їх задоволення. Працівник формує для себе мету, задля якої і здійснюватиме певні дії. У результаті взаємодії спонукань у вигляді потреб та мети працівника формується мотив, у ролі якого виступають установки, бажання, інстинкти та імпульси працівника. Далі проходить безпосередньо процес діяльності працівника, результат якого залежить від таких чинників як навички та вміння працівника, використання соціальних технологій, тренінг знань, підтримка та ін. У результаті на виході ми отримуємо якість продукції. Після роботи працівник самостійно оцінює роботу та цінність винагороди, отриманої за неї від керівництва.

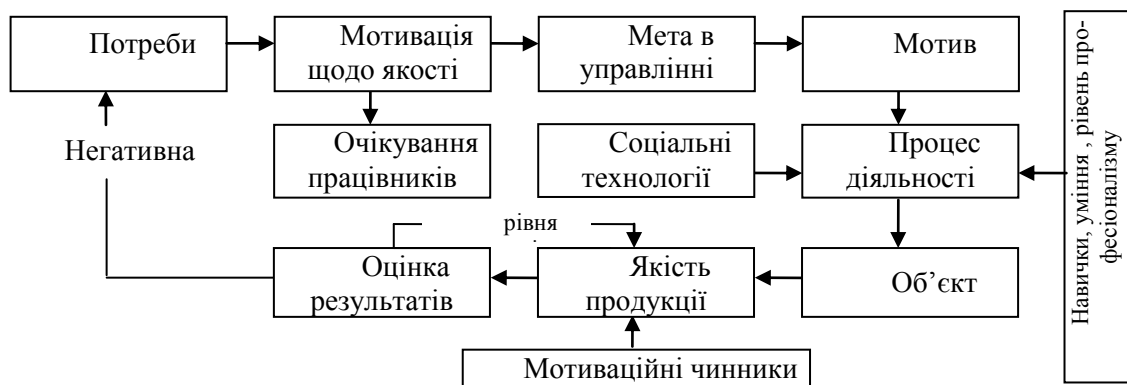


Рис.3. Мотиваційний механізм у системі управління якістю на підприємстві

Дослідження питань, пов'язаних з формуванням мотиваційного механізму праці у системі управління якістю продукції, дає можливість окреслити основні фактори, які впливають на його ефективність та дієвість, зокрема:

- прогнозування та оцінка мотиваційних потреб (чинників), що впливає на вибір та спрямованість мотиваційних зусиль;
- розробка шляхів та методів організації робіт по впровадженню моделі удосконалення основних засобів мотивації безвідносно їх приналежності до тієї чи іншої категорії персоналу;
- розробка заходів та програм з розвитку персоналу щодо основних питань, пов'язаних з впровадженням та додержанням принципів системи управління якістю в усіх сферах діяльності підприємства тощо.

Для ефективного функціонування розглянутого вище мотиваційного механізму праці слід користуватись положеннями міжнародних стандартів ISO серії 9000 нової версії, які ґрунтуються на принципах тотального менеджменту якості і включають залучення персоналу до управління якістю, досконале лідерство, командний підхід під час вирішення проблем тощо.

Таким чином, у статті ми прагнули дослідити проблему формування ефективного мотиваційного механізму праці у системі управління якістю, при якому підприємства були б зацікавлені у підвищенні рівня якості продукції та розвитку підприємства за рахунок розробки дієвих заходів з підвищення рівня мотивації працівників, задоволення потреб персоналу, впровадження удосконаленої моделі основних засобів мотивації, розвитку персоналу.

З викладеного доходимо висновку, що проблематика формування ефективного мотиваційного механізму праці у системі управління якістю продукції на підприємстві потребує подальшого наукового дослідження, розробки та обґрунтування методичних і прикладних рекомендацій щодо впровадження дієвих мотиваційних заходів з метою підвищення рівня якості продукції та конкурентоспроможності підприємства.

Література

1. Державний стандарт України: системи управління якістю (ISO 9000:2000). – К.: Держстандарт України, 2004.
2. Богиня Д.П., Грішнова О.А. Основи економіки праці: Навч. посіб. – К.: Знання-Прес, 2001. – 128 с.
3. Богиня Д.П., Семікіна М.В. Ментальний чинник у сфері праці: проблеми теорії та практики. – К.: Шторм, 2003. – 340 с.
4. Молодцова О.П. Управління якістю програмної продукції: Навч. посібк. - К.: КНЕУ, 2001. – 248 с.

5. Огвоздин В. Ю. Управление качеством: Основы теории и практики: Учеб. пособ. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Дело и сервис, 2002. – 160 с.
6. Петренко В.А., Левченко О.М. Управління якістю на підприємстві: Навч. посіб. - Кіровоград: КДТУ, 2002. – 260 с.
7. Семенова Е. И. Управление качеством. – М.: Колос, 2003. – 184 с.
8. Семикіна М. В., Коваль Л. А. Інноваційна праця в конкурентному середовищі: загальна методологія, мотиваційні основи регулювання. – Кіровоград: Степ, 2002. – 212 с.
9. Тельнов А. Формування мотиваційного механізму якості праці в системі управління якістю інноваційної продукції //Україна: аспекти праці. – 2004. – №2. – С. 38–44.

Мешков В.Д.,

канд. філос. наук, директор Національного інститута соціального аудита

Формирование системы социального аудита в России

Вопросы социальной ответственности бизнеса имеют огромное значение для настоящего и будущего России. Необходимость понимания этого феномена обусловлено тем, что российское бизнес-сообщество представляет весомую силу на современном этапе развития нашего государства. Более того, сегодня российские предприниматели осознают, что в основе долговременного и успешного развития компании должны находиться не только экономические, но и социальные и экологические факторы.

Растущая взаимозависимость между экономикой и социальной сферой, взаимопроникновение «экономического» и «социального», послужили объективной основой появления и развития социального аудита. Социальной ответственностью необходимо управлять, а управлять можно только тем, что подлежит измерению. Качественная реализация планов развития устойчивого и успешного бизнеса предусматривает наличие спланированных и хорошо отлаженных действий руководителей компании и оценку их результативности с помощью социального аудита — своеобразного инструмента управления и оценки. Суть социального аудита сфокусирована на диагностике причин, возникающих на предприятии, отрасли или в регионе проблем, оценке их важности и возможностей разрешения, формулированию конкретных рекомендаций для руководства соответствующих уровней.

С другой стороны, социальный аудит необходимо рассматривать как важнейший инструмент социального партнерства, поскольку именно он — на основе достоверных результатов независимого и прозрачного аудиторского обследования — позволяет осуществлять полноправный диалог социальных партнеров — государства, профсоюзов, бизнеса. А сегодня консолидировать усилия всего общества при решении социально-экономических проблем способна только система социального партнерства.

Проведение социального аудита позволит выявить:

- получить адекватную и объективную информацию об общественных отношениях в соответствующих сферах социоэкономической и экологической жизни общества на всех уровнях;
- вскрыть латентные формы социальной напряженности в национальной экономике и своевременно принять необходимые меры;
- более эффективно регулировать социоэкономические отношения через механизмы системы социального партнерства;
- постоянно проводить изучение, анализ и оценку эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации.

Необходимо отметить, что в настоящее время происходит интенсивный процесс развития социального аудита в странах развитой рыночной экономики. Это характеризуется, в частности, значительным ростом корпораций, организаций, регионов, прибегающим к услугам социального аудита. Происходит формирование правовой базы социального аудита как на национальном, так и на международном уровнях, разрабатываются международные и отраслевые стандарты социальной ответственности. Появился и рынок социального аудита с довольно устойчивыми группами аудиторских агентств и состоявшимися клиентами, спросом и предложением на эти услуги. Социальный аудит признается в качестве самостоятельной профессии, подготовка по которой ведется в системе профессионального образования.

Права, обязанности, ответственность социальных аудиторов и предприятий закреплены в законодательстве практически всех стран. В законодательстве же Российской Федерации в этой части имеется пробел, который наносит ущерб не только развитию нормальных рыночных отношений, но и сдерживает принятие социальными партнерами согласованных мер по развитию человеческих ресурсов и, в конечном счете, по развитию социального прогресса.

Отсутствие широкой практики социального аудита, непонимание, а зачастую и сознательное игнорирование его со стороны руководителей предприятий современной рыночной экономики, правовой вакуум в этой чрезвычайно ответственной и деликатной сфере приводят к негативным последствиям.

Часто встречаются случаи нарушений хозяйственными руководителями, предпринимателями, собственниками и других установленных социальных норм и гарантий. Иногда возникают ситуации, когда спорные вопросы на предприятии заканчиваются забастовками, которые приносят многомиллионные убытки всем сторонам конфликта. Вопросы условий труда, социально-экономического положения трудящихся, занятости, индексации и повышения заработной платы, социальных пособий должны быть постоянно в центре внимания социальных партнеров.

Не случайно в указе Президента РФ В.В. Путина «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации» был обозначен перечень важнейших социально-экономических показателей. Анализ и уровень их достижения будут в центре внимания органов исполнительной власти, бизнес-сообщества, профсоюзов и других общественных организаций. Перечень этих показателей практически полностью совпадает с областью социального аудиторского обследования на уровне субъекта РФ. А отдельные группы показателей или их производные – предмет социального аудиторского обследования в отрасли или на предприятии.

В январе 2007 г. ученый совет Академии труда и социальных отношений (АТиСО) разработал и утвердил Концепцию российской модели социального аудита, в которой понятие «социальный аудит» трактуется как инструмент регулирования социоэкономических отношений посредством добровольного социального диалога всех сторон социального партнерства. По мнению разработчиков Концепции, социальный аудит должен оценивать результаты работы по реализации планов, соглашений и договоров, направленных на повышение удовлетворенности условиями труда и социальной жизнью работников. Социальный аудит является одним из механизмов системы руководства и управления, а также способ мониторинга, предназначенный для наблюдения сферы социоэкономических отношений.

Социоэкономические отношения рассматриваются как совокупность отношений в обществе на той стадии своего развития, когда социальный фактор становится решающим условием воспроизводства человеческих ресурсов, имеющим своей целью устойчивое и долговременное развитие.

Предметом социального аудита является достоверная и объективная социоэкономическая информация, поступающая со всех уровней обследования социоэкономических отношений через анализ существующей нормативно-правовой документации (законы, указы, соглашения, договоры, приказы, положения, инструкции и другие нормативные акты), а также через полевые исследования, опросы, интервью, мониторинг, статистические данные и др.

Объектом социального аудита становятся социоэкономические отношения в контексте разработки, принятия и реализации трех и двусторонних соглашений и коллективных договоров, планов и программ социального развития, действующих на всех уровнях системы социального партнерства и управления социально-экономической сферой.

В рамках реализации концепции Академия в августе 2007 г. учредила Национальный институт социального аудита (НИСА) одной из основных целей деятельности которого является внедрение и развитие национальной модели социального аудита в Российской Федерации.

Этот шаг является вкладом Академии труда и социальных отношений в формирование гражданского общества в России, в дальнейшее совершенствование механизмов социального диалога. Организационно-правовой формой национального института социального института является автономная некоммерческая организация, что позволяет рассматривать НИСА как независимый институт гражданского общества, а не как контрольный профсоюзный орган. Планируется, что НИСА будет заниматься практической реализацией социального аудита, выступит инициатором создания на базе института координирующего и методического центра в области социального аудита. В своей деятельности НИСА планирует организовать постоянно действующие курсы по подготовке и повышению квалификации социальных аудиторов, используя научно-исследовательский потенциал профессорско-преподавательского состава Академии труда и социальных отношений.

Помимо этого АТиСО разработала и передала в Государственную Думу РФ по инициативе Комитета по социальной политике проект федерального закона «О социальном аудите в Российской Федерации». Необходимость принятия данного закона обосновывается такими аргументами:

- социальный аудит, как комплексный институт обследования социальной сферы на макро- и микроуровнях, не имеет конкретного закрепления в Российском законодательстве. Конституция РФ и другие правовые акты, в частности, Федеральный закон «Об аудиторской деятельности», Трудовой кодекс, бюджетный и пенсионный кодексы не содержат правового признака социального аудита в качестве метода регулирования социальных отношений. Более того, реализация конституционного положения о Российской Федерации как социальном государстве во многом обусловлено эффективным функционированием системы социального аудита, что само по себе предполагает собственную правовую основу этой системы;
- интегрированный в систему социального партнерства, социальный аудит в правовом отношении еще в большей степени способствует развитию сотрудничества государства с институтами гражданского общества и, в первую очередь, с профессиональными организациями, объединениями работодателей и органами местного самоуправления.

Свести воедино цели, пути достижения, условия и показатели, требования и методики, меры поощрения и наказания возможно только при условии принятия единого законодательного акта. Таковым может стать Закон РФ «О социальном аудите».

Социальный аудит может быть эффективным инструментом в разработке социальной политики Российского государства, ставшего по Конституции на путь построения социального государства. В этом случае социальный аудит может использоваться государством в целях обеспечения устойчивого и долговременного социального развития. Результаты аудиторского обследования позволяют органам государственной власти и местного самоуправления получить наиболее широкую и достоверную информацию относительно социального климата на всех уровнях хозяйственной деятельности и, соответственно, иметь возможность более целенаправленно и плодотворно воздействовать на всю систему социально-трудовых отношений. Социальный аудит может применяться как инструмент налаживания полноценного диалога и сотрудничества между государством и институтами гражданского общества.

Таким образом, привлечение к социальному аудиту институтов гражданского общества позволяет государству выступать не в качестве контролера, а главным образом, как координатора социально-экономических отношений и тем самым придавать более гибкий характер системе регулирования отношений в социальной сфере.

Принимая во внимание характерные черты и особенности российской модели социального аудита, можно с уверенностью сказать, что социальный аудит в России является эффективным инструментом социального партнерства, позволяющий осуществлять диалог между заинтересованными сторонами на основе достоверных результатов добровольного, независимого и объективного аудиторского обследования, имеющего целью достижение консенсуса в регулировании социально-экономических отношений.

Таким образом, в свете вышеизложенного, можно констатировать, что на сегодняшний день в России создается организационно-практическая база для эффективной реализации Концепции российской модели социального аудита.

Мошенець О.В.,

*аспірантка кафедри економічної теорії
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

Аналіз «провалів» держави у контексті реалізації суспільного вибору в Україні

Одним з найдискусійніших питань в економічній науці залишається питання ролі держави в економічній системі. Маючи багатолітню історію, ця проблема знаходила різноманітні пояснення, суть яких обмежується двома крайніми випадками: від повного ринкового саморегулювання до тотального державного контролю. Однак обидва названі приклади вже виявили свою неефективність на практиці, що змусило науковців звернутись до пошуку оптимальної моделі поєднання державних та ринкових методів регулювання економіки. Головним чином це зумовлено наявністю власних недосконалостей як держави, так і ринку, які економісти звикли називати «провалами». На відміну від провалів держави провали ринку більшою мірою досліджені економічною теорією. Однак, на нашу думку, неринкові провали сьогодні повинні заслуговувати більшої уваги, особливо у контексті пошуку власної моделі розвитку економіки України. «Коли невидима рука ринку працює незадовільно, з'являється бажання звернутись за допомогою до держави (державного сектора економіки). Слід, однак, пам'ятати, що у сфері прийняття і реалізації політичних рішень діють індивіди з егоїстичними інтересами, аналогічними до тих, що властиві продавцям і споживачам на ринку. Їх раціональна поведінка, що реалізує власні інтереси, не обов'язково забезпечує найефективніше функціонування державного сектора» [11].

Теорія «провалів» держави виникла у сучасних демократичних країнах з розвинутою ринковою економікою. Однак, і постсоціалістичні країни у своїй історії також мали досвід існування «провалів» держави і відчули значні втрати від тотального державного регулювання.

Значну увагу проблемам недосконалостей інституту держави присвячують у своїх працях представники теорії суспільного вибору (Дж.Бьюкенен, Дж.Бреннан, Г.Таллок, В.Нісканен), що розглядають гру на політичному ринку за аналогією з вільним конкурентним ринком [1, с. 99]. Проблемам недосконалості державного управління торкаються у своїх працях і вітчизняні дослідники. Так, О.Длугопольський наголошує на ролі інституту держави у формуванні концептуальних основ економіки добробуту [4]. П.Круш та І.Максименко вказують на регулюючу функцію держави та її роль у формуванні ринкового інституційного середовища [5]. В.Мамутов та В.Симоненко дискутують з приводу поєднання державного регулювання і ринкової саморегуляції [7; 10]. Особливу увагу слід приділити одному з нових монографічних досліджень російських учених Т.Бутової та М.Єрохова на тему співіснування влади та бізнесу за сучасних умов. На прикладі Росії автори вказують на нагальну необхідність партнерства приватного та державного секторів задля досягнення високих соціально-економічних результатів [2, с. 6]. Однак, незважаючи на широке поле досліджуваних питань, поза увагою залишається аналіз «провалів» держави за сучасних умов з позиції теорії суспільного вибору. Тому основним завданням цієї статті є спроба проаналізувати сутність та вплив неринкових провалів на реалізацію суспільного вибору в Україні.

Політичний ринок, згідно з теорією суспільного вибору, розглядається по аналогії з товарним, де держава виступає ринком, на якому виборці та політики обмінюються голосами та передвиборними обіцянками. Обидві сторони у процесі обміну максимізують власну корисність – виборці через отримання благ, а політики – через доступ до розподілу ресурсів та місць на ієрархічних сходинках. При цьому діяльність держави, що в ідеалі має бути спрямована на боротьбу з «провалами» ринку, сама виявляється далекою від досконалості. У результаті до «провалів» ринку додаються «провали» держави.

Як вказують П. Круш та І. Максименко, наприкінці 1960-х років традиційна система державного регулювання почала давати збої. «Провали» держави ставали не менш небезпечними, ніж «провали» ринку.

Якщо раніше вважалося, що провали ринку відбуваються на систематичній основі, а «провали» державного регулювання носять випадковий характер, то кризові явища та заходи по їх подо-

ланню, які пропонували органи регулювання, лише поглиблювали ситуацію. Такі джерела «провалів» регулювання як інформаційна асиметрія, проблема стимулів тощо за загальним визнанням мають не менш серйозні наслідки, ніж «провали» ринку, які державне регулювання мало коригувати [5, с. 225]. На думку Нобелівського лауреата Джорджа Стіглера, критерієм ефективності державного регулювання є відсутність «провалів» ринку. За його оцінкою, втрати, спричинені провалами ринку, є набагато меншими ніж втрати від провалів держави, які спричинені недосконалістю економічної політики.

Відповідно до поглядів прихильників теорії суспільного вибору, «провали» держави – це ситуації, коли держава (уряд) неспроможні забезпечити ефективний розподіл і використання суспільних ресурсів з метою ефективної реалізації суспільних економічних інтересів. До «провалів» держави належать [8, с. 472]:

- а) обмеженість інформації необхідної для ухвалення рішень;
- б) недосконалість політичного процесу;
- в) обмеженість контролю за бюрократією;
- г) нездатність держави і осіб, що її представляють, передбачити і ефективно контролювати коротко- і довгострокові наслідки ухвалюваних державних рішень.

Вітчизняна практика підтверджує, що усі перелічені «провали» держави мають місце і в Україні. Хоча, напевно, немає ідеальних країн, де таких «провалів» взагалі не існувало б. Разом з тим, визначальне значення має вплив державних «провалів» на суспільно-економічний розвиток. З позиції представників теорії суспільного вибору, спробуємо пояснити, яким чином «провали» Української держави впливають на розвиток України.

Урядові рішення по аналогії з ринковими нерідко приймаються за умов обмеженої інформації. На відміну від ринку, де пошук інформації може бути пов'язаний з високими витратами (зокрема, трансакційними), обмеженість інформації при прийнятті державних рішень зумовлена наявністю активних лобістських груп та могутнього бюрократичного апарату. Держава, як суб'єкт, що переслідує власні інтереси, на відміну від «ринкового» споживача може бути навіть не зацікавлена в отриманні та використанні повної інформації. Обмеженість інформації, необхідної для ухвалення рішень, доповнюється недосконалістями політичного процесу.

Недосконалість політичного процесу, на думку представників теорії суспільного вибору, має прояв у поєднанні багатьох чинників, таких як: маніпулювання голосами внаслідок недосконалої регламенту, лобізм, логролінг, бюрократія, пошук політичної ренти.

Незважаючи на те, що сьогодні найпоширенішим методом визначення суспільної думки є голосування, теорія суспільного вибору зазначає, що не можна цілковито покладатися на його результати, оскільки вони неабиякою мірою залежать від конкретного регламенту ухвалення рішень. Зокрема, нерідко виникають так звані парадокси голосування – ситуації, коли принцип більшості голосів не забезпечує виявлення дійсних переваг суспільства щодо економічних благ. Як приклад можна навести парадокси Кондорсе (при неповному голосуванні і попарному порівнянні альтернатив) і парадокс багаторівневого делегування голосів.

З вітчизняної практики доречно навести приклад щодо виборів депутатів Верховної Ради України, які здійснюються на пропорційній основі. Пропорційна система має як свої позитивні риси, так і видимі недоліки. З одного боку, пропорційна система забезпечує представленість політичних партій у парламенті згідно переваг населення, а з іншого населення далеко не завжди знає кого воно обирає. Тут варто процитувати слова колишнього голови Центральної виборчої комісії Я. Давидовича, який приводить реальні свідчення негативних сторін пропорційної системи виборів:

«... Нам довелося почути чимало нарікань щодо пропорційної системи виборів. Зокрема, серед її негативів найчастіше називалося голосування за кандидатів у депутати фактично всліпу, оскільки інформації щодо них, крім першої п'ятірки, майже не було. Другим суттєвим недоліком нової виборчої системи багато хто називає неможливість громадян безпосередньо висуватися кандидатом у народні депутати України. Окремою темою дискусії є закриті виборчі списки. Цей аспект виборчої кампанії також має свої плюси і мінуси. З одного боку, в такому разі результати виборів жодним чином не можуть вплинути на черговість кандидатів у виборчому списку, що певною мірою мінімізує відповідальність уже обраних депутатів перед громадянами. З іншого боку, відкриті виборчі списки породжують нестабільність у самих партіях, підвищують конкуренцію між однопартійцями, що може навіть призвести до повного розколу партії. Щоправда, це вже крайнощі, але й таке не можна виключати» [3, с. 17–18].

Недосконалість механізму виборчої системи та парадокси голосування дають можливість не лише пояснити, чому нерідко ухвалюються рішення, що не відповідають економічним інтересам більшості, а й наочно доводять, чому результати голосування піддаються маніпулюванню. Саме тому при розробці регламенту слід уникати впливу кон'юнктурних чинників, що заважають ухваленню справедливих і ефективних законопроектів. Адже демократія не зводиться до процедури голосування, гарантом демократичних рішень повинні бути тверді і стабільні конституційні принципи і закони.

Якщо звернутися до ситуації, яка склалася сьогодні в Україні, то, мабуть, найкраще розглянути маніпуляцію голосами у зв'язку з недосконалістю регламенту на прикладі прийняття законів «пакетом».

Ще одним, не менш важливим «провалом» держави, який є чи не найважливішим напрямом теорії суспільного вибору, є економіка бюрократії – система організацій, що відповідає, як мінімум, двом критеріям: по-перше, не виробляє економічних благ, що мають ціннісну оцінку, і, по-друге, отримує частину доходів з джерел, не пов'язаних з продажем результатів своєї діяльності. Законодавчі органи створюють виконавчі, а вони, у свою чергу, – численний апарат для виконання різноманітних функцій держави. Через своє особливе становище бюрократія не пов'язана безпосередньо з інтересами виборців, оскільки вона обслуговує, перш за все, інтереси різних ешелонів законодавчої і виконавчої гілок влади.

Обмеженість контролю над бюрократією проявляється в тому, що чим більша чисельність державного апарату, тим важче його контролювати. Із зростанням бюрократії розвиваються і негативні сторони управління. Зміцнення бюрократії збільшує неефективність роботи організації.

В Україні вже неодноразово ставилося на обговорення питання щодо зменшення кількості депутатів у парламенті та чиновників у державних адміністраціях. При проведенні опитування це питання знайшло підтримку серед громадян України, але референдум так досі і не був проведений. На нашу думку, політичним силам такий референдум не потрібний. Разом з тим, зменшення бюрократичного апарату дозволило б суттєво зменшити витрати, пов'язані з утриманням чиновників. Так, наприклад, за період з 1997 до 2007 р. сума видатків на здійснення повноважень Верховної Ради України зросла більш як у 12 разів. Крім того, вражає різниця між середньомісячним офіційними видатками на одного депутата Верховної Ради України і середньомісячним доходом українця (Табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка видатків на місяць на одного депутата ВРУ та середньомісячного доходу українця

<i>Рік</i>	<i>Видатки на місяць на одного депутата ВРУ, грн.</i>	<i>Середньомісячний наявний дохід у розрахунку на одного українця, грн.</i>
1997	10851	86,2
2000	19555	162,6
2004	56814	372,4
2005	91093	527,7
2006	112315	657,3
2007	133 334	777,3*

* січень–вересень 2007 р.

Нездатність держави і осіб, що її представляють, передбачити і ефективно контролювати наслідки схвалюваних рішень має безпосередній зв'язок з вже названими «провалами» держави. Однак цей провал, на нашу думку, є одним з найнебезпечніших. В першу чергу причиною цього є наявність часового лагу між прийняттям певного рішення і результатами таких рішень. Враховуючи, що значна кількість політичних заяв в передвиборний період мають популістський характер і здебільшого приймаються в обмежені строки, існує висока ймовірність того, що з часом виникають суперечності як на законодавчому рівні, так і на виконавчому рівні. Крім того, результати таких рішень прямо відображаються на макроекономічних показниках України. У загальному ви-

гляді приклади впливу «провалів» держави на реалізацію суспільного вибору в Україні представлені у табл. 2.

Таблиця 2

Взаємозв'язок провалів держави та реалізації суспільного вибору в Україні

«Провал» держави	Приклади впливу «провалу» на реалізацію суспільного вибору в Україні
Обмеженість інформації, необхідної для ухвалення рішень	Ассиметричність інформації при ухваленні державних рішень часто призводить до ухвалення необ'єктивних рішень і на користь вузьких груп населення
Недосконалість політичного процесу	Недосконалість політичного процесу призводить до викривлення результатів суспільного вибору. Суспільство не отримує те, за що голосує. Групи від влади реалізують лише власні інтереси (наприклад, підтримка через політику власного бізнесу)
Обмеженість контролю за бюрократією	Через відсутність відповідних механізмів, суспільство неспроможне контролювати дії бюрократів. Чинovníки використовують своє становище для отримання різноманітних привілеїв
Нездатність держави і осіб, що її представляють, передбачити і ефективно контролювати наслідки схвалюваних рішень	Передвиборчі обіцянки кандидатів (та їх часткова реалізація) на головні посади в країні призводять до непродуманих рішень. Серед таких – прийняття неузгоджених в законодавчому полі нормативно-правових актів та проблеми, що виникають з механізмами реалізації таких актів на практиці. Підвищення соціальних виплат (як актуальний приклад – грошові виплати вкладникам Ощадбанку) призводить до зростання інфляції

Таким чином, «провали» держави безпосередньо пов'язані з проблемами реалізації суспільного вибору в Україні. Практика доводить, що порушується взаємозв'язок між очікуваними населенням результатами діяльності державних органів і реальними наслідками такої діяльності. Через такі фактори як обмеженість інформації, необхідної для ухвалення державних рішень, недосконалість політичного процесу, обмеженість контролю за бюрократією, а також нездатністю держави та осіб, що її представляють, передбачити і ефективно контролювати короткострокові і довгострокові наслідки схвалюваних державних рішень, відбувається неефективне управління ресурсами, сповільнення темпів економічного росту і втрачається довіра до такого інституту як держава. В таких умовах «провали» держави повинні постати важливою проблемою для подальших наукових досліджень і вироблення механізмів їх усунення.

Література

1. Бреннан Дж., Бьюкенен Дж. Причина правил. Конституционная политическая экономия. Выпуск 9 серии «Этическая экономия: исследование по этике, культуре и философии хозяйства» /Пер. с англ. /Под ред. А.П.Заостровцева. – СПб.: Экономическая школа, 2005. – 272 с.
2. Бутова Т.В., Ерохов М.В. Власть и бизнес в современном обществе. Моногр. – М.: Маросейка, 2007. – 192 с.
3. Давидович Я.В. Поглиблення демократизації виборчих процесів в Україні: Особливості проведення парламентських виборів 2006 року. Виступ на міжнародній науково-практичній конференції 30 жовтня 2006 р., м. Київ // Вісник Центральної виборчої комісії. — 2006. – №4 (6). – С. 16–21.
4. Длугопольський О.В. Роль інституту держави у формуванні концептуальних основ економіки добробуту: теоретико-методологічні підходи //Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. Вып. 31-1. – С. 257–264.
5. Круш П.В., Максименко І.А. Регулююча функція держави та її роль у формуванні ринкового інституційного середовища // Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. Вып. 75. – С. 223–229.
6. Лагутін В. Шкода від монополії і користь від конкуренції: чи все так просто? //Економіка України. – 2007. – №4 (545). – С. 55–61.
7. Мамутов В. Про поєднання держрегулювання і ринкової саморегуляції //Економіка України. – 2006. – №1 (530). – С. 59–65.
8. Нуреев Р.М. Теория общественного выбора. Курс лекций. – М.: ГУ ВШЭ, 2005.
9. Павлишенко М. Про відокремлення влади від бізнесу. //Економіка України. – 2007. – №2 (543). – С. 53–61.
10. Симоненко В. Держава і ринок: шляхи партнерства. //Економіка України. – 2007. – №1 (542). – С. 71–77.
11. 50 лекцій по мікроекономіке //www.economicus.ru.

Нестеренко О.П.,

*канд. екон. наук, доцент, докторант кафедри економічної теорії
Київського Національного університету імені Тараса Шевченка*

Неоліберальна концепція соціально відповідальної держави

Свідома побудова суспільного ладу стала можливою через поєднання традицій класичного лібералізму, ідеї природного економічного порядку та керівної ролі держави. Економічна політика держави повинна гарантувати свободу, під якою розуміється, як не парадоксально, суворий порядок в економічній діяльності, забезпечуваний ринком і вільною конкуренцією. Неоліберальна концепція соціально відповідальної держави закономірно асоціюється з доробком німецького неолібералізму, в якому було створено систематизовану теорію трансформації тоталітарного ладу з центрально-керованою економікою у демократичний лад на основі вільного ринкового господарства з подальшою його орієнтацією на вирішення соціальних завдань. Було розроблено прагматичну й ідеологічно привабливу концепцію соціального ринкового господарства, позбавлену хиб класичної ліберальної моделі й наділену надійними антимонопольними та соціальними стабілізаторами.

Модель держави у теоріях неолібералізму представлена розробками німецьких вчених В. Ойкена [4], А. Мюллер-Армака, Л. Ерхарда [9], австрійського неоліберала Ф. фон Хайєка [5–7] та ін. Серед дослідників творчого доробку європейських неолібералів – багато вітчизняних та російських учених – В. Бодров [1], А. Кредісов, П. Леоненко [2], Б. Зарицький [3], Л. Хайнц [8], Е. Шульц, Г. Бласко. Незважаючи на наявність системного вивчення й аналізу сукупності постулатів неоліберального вчення, деякі питання не здобули належного висвітлення, зокрема відмінності німецького й австрійського неолібералізму у розумінні соціальної справедливості та шляхи імплементації неоліберальної концепції до українських умов, чому й присвячено запропоновану статтю.

Метою цієї статті є виявлення особливостей неоліберальної концепції соціально відповідальної держави у контексті творчого доробку німецької та австрійської шкіл неолібералізму, характеристика потенційних можливостей і шляхів практичної реалізації неоліберальної теорії в Україні.

Сформований соціальний устрій, подібний до німецького, у поствоєнний період і у теперішній час якісно відрізняється від систем інших розвинутих країн, що дозволяє класифікувати його як «соціальне ринкове господарство». У процесі його формування провідну роль відіграла не тільки діяльність економістів-реформаторів, а обґрунтування теоретичних засад та ідейного концепта антитоталітарної еволюції соціально-економічної системи у теорію та практику соціального ринкового господарства.

Більшість існуючих економічних систем належать до «природно зростаючих», тоді як командно-адміністративна економіка і соціальне ринкове господарство є «законодавчо встановленими». Ідею свідомого творення конкурентного ринкового устрою було практично апробовано за умов зруйнованого господарства і фактичної відсутності економічного ладу у поствоєнній Німеччині. Наступним кроком стало вдосконалення запроваджененого ладу, його адаптація до потреб соціальної справедливості. Конкурентний лад (устрій) було збудовано на принципах:

- *індивідуальної свободи*, відповідності ідеалам свободи і гідності людини, реалізація яких забезпечується існуванням приватної власності і господарської незалежності економічних суб'єктів;
- *сильної держави*, яка не втручається безпосередньо у господарські процеси, а створює необхідні правові передумови для їх безперешкодного перебігу. Оскільки такий економічний лад є «законодавчо встановленим», а не раз і назавжди заданим, то для його формування, підтримання і подальшого розвитку необхідна потужна держава;
- *системності у проведенні економічної політики*, яка повинна відповідати концепції економічного реформування і розвитку, орієнтуватися на ієрархію завчасно визначених цілей, не перетворюватися на «політику швидкого реагування», що не створює, а руйнує стабільність.

Українська реальність не дозволяє сліпо копіювати німецький досвід, адже час великою мірою вже втрачено і етапність реформування (запровадження конкурентного порядку як перший етап, згодом – його трансформація на більш складну й досконалу структуру – соціальне ринкове господарство) порушена. Разом з тим становлення конкурентного порядку як форми ринкового господарства, за якої рамкові умови конкуренції створюються державою з метою досягнення максимальної можливої інтенсивності конкуренції й одночасного обмеження дії факторів, які викривляють конкурентні умови, залишається для української економіки актуальним. Одне з найважливіших завдань держави в особі Антимонопольного комітету України, роль якого сьогодні фактично зведена до дорадчого органу, полягає у запобіганні і обмеженні економічної монопольної влади.

Неоліберальна теорія розмежовує два рівні впливу на економічну систему – формоутворюючий та стабілізаційний [4]. Перший, так звана політика ладу – це комплекс довгострокових заходів, спрямованих на становлення і підтримання конкурентних умов господарювання в усіх сферах економіки, створення рамкових умов її функціонування, їх законодавче і правове оформлення, контроль за дотриманням і своєчасне внесення коректив з боку держави. Другий – політика процесу – це комплекс заходів щодо безпосереднього впливу на господарську діяльність через фінансову стабілізацію, структурні й соціальні зрушення, у тому числі коригування ринкового розподілу доходів і вирішення проблеми добробуту (останнє знайшло втілення у теорії соціального ринкового господарства).

Теоретик соціального ринкового господарства А.Мюллер-Армак у книзі «Управління економікою і ринкове господарство» (1947) писав: «Суть соціального ринкового господарства полягає у тому, що принцип свободи ринку поєднується з принципом соціального вирівнювання» [9, с. 103]. Хоча державне втручання в економіку обмежувалось переважно правовим регулюванням або заходами непрямого впливу, однак соціальну сферу охоплювало пряме державне регулювання – була започаткована активна соціальна політика допомоги непрацездатним, сім'ям з дітьми, безробітним, кілька урядових соціальних програм, спрямованих на значний перерозподіл доходів.

Концепція конкурентного ладу ордолібералізму і теорія соціального ринкового господарства мають ідейну спорідненість і спільні риси, проте остання значно модифікувала питання про здійснення соціальної політики й регулювання монополії і конкуренції. Якщо постулат ордолібералізму – антимонопольне конкурентне регулювання автоматично сприяє встановленню соціальної справедливості, то А.Мюллер-Армак проголосив пріоритет активної політики соціальної «компенсації» («вирівнювання»), провідним інструментом якої є прогресивне оподаткування осіб з високими доходами та перерозподіл отриманих коштів на користь малозабезпечених у вигляді бюджетних дотацій на утримання дітей, житлових субсидій, будівництво житла тощо. Інша форма соціальної політики – створення розвинутої системи соціального страхування (з безробіття, втрати працездатності, пенсійного) та формування мережі об'єктів соціальної інфраструктури. Соціальне вирівнювання вирішує проблему значно диференційованого ринкового утворення доходів за допомогою соціальних витрат держави і здійснення податкової політики. Політика перерозподілу доходів покликана нівелювати значні відмінності у розмірі одержуваних доходів, які потенційно могли б стати джерелом соціальної конфронтації у суспільстві.

Німецькі вчені та окремі представники соціал-демократії визнають соціальне ринкове господарство так званим третім шляхом, що однаковою мірою забезпечує економічну свободу і соціальну справедливість, синтезує вільно-ринковий і соціально-обов'язковий суспільні устрої. На думку головного провідника реформ Л. Ерхарда, цільовою настановою соціального ринкового господарства є завдання досягнення високого рівня добробуту для переважної більшості населення за умов економічної свободи на основі конкурентного ладу [9, с.18, 37, 62].

Німецький ордолібералізм («ордо» означає «впорядкування», «кустрій», «лад», «порядок») має своєю соціальною основою потужний і багаточисельний середній клас, орієнтований на певну політичну культуру й етичні ідеали, а саме: повагу до власності, дотримання громадянами моральних і правових норм, принципи змагальництва у суспільному й економічному житті, повагу до законів, чесність, відданість професії, ощадливість, передбачливість. Питання формування потужного середнього класу в Україні, як відомо, залишається невирішеним, а зростаюча соціальна диференціація й нерівність, навпаки, викликає відторгнення вказаних етичних ідеалів, пропагування і реалізацію прямо протилежних цінностей (які, звичайно, не є «цінностями» у традиційному розумінні їх змісту).

Уявлення німецького ордолібералізму про модифікацію функцій ринку та потребу соціального вирівнювання не співпадають з поглядами інших неоліберальних шкіл, зокрема неоавстрійської. Представники останньої не тільки не пропагують втручання держави в економіку з метою підтримання конкурентного ладу, а й ставлять під сумнів необхідність такої мети, як забезпечення соціальної справедливості: «...заклик до «соціальної справедливості» став нині найпоширенішим і найефективнішим аргументом у політичних дискусіях. Майже кожна вимога щодо діяльності уряду висувається від імені тих чи інших груп саме під цим гаслом... Сьогодні, мабуть, немає такого політичного руху чи політичного діяча, які не посилалися б на «соціальну справедливість» на підтримку пропонованих ними конкретних заходів (як це нагадає українську дійсність! – *Авт.*). Хоча це словосполучення, безсумнівно, принагідно допомагало зробити закон більш рівним для всіх, однак те, що вимога справедливості розподілу хоч якось зробила суспільство справедливішим або применшила незадоволення, мабуть, залишається сумнівним» [7: Т.2, с. 97]. Основна теза Ф.фон Хайєка – справедливість повинна реалізовуватись у напрямі забезпечення рівних можливостей, встановлення уніфікованих норм і правил для всіх, а так звана розподільча справедливість підриває первинний зміст цього поняття.

Разом з тим для неоавстрійців, зокрема Хайєка, характерне усвідомлення потреби становлення інституційних основ економічного розвитку на засадах концепції спонтанного порядку. Синтезуючи традиції абстрактного аналізу класичної та неокласичної шкіл, класичну концепцію «мінімальної держави», практику «спостереження» за дією ринкових сил, а не швидкої реакції на відхилення й провали ринку, австрійський неолібералізм все ж визнає необхідність забезпечення захисту з боку держави всіх категорій громадян від «граничної скрути» або «тяжких втрат» у вигляді «гарантованого мінімального прибутку».

Україна, ставши на шлях ринкових перетворень, повинна додержуватись при розробці ідеології трансформаційних процесів та у внутрішній економічній політиці класичних ліберальних настанов щодо поваги до приватної власності й забезпечення рівних можливостей функціонування у переважно конкурентному середовищі, а з іншого боку, – заради власного майбутнього піклуватися про соціальну орієнтованість здійснюваних реформ й бути соціально відповідальною перед власним народом. Досягнення цих двох пріоритетів вимагає проведення зваженої та послідовної економічної політики, спрямованої на захист неоліберальних цінностей, досягнення і підтримання економічної стабільності, а також постійного піклування про підвищення добробуту населення.

Комплекс цілей соціальної орієнтації економічного розвитку передбачає балансування між задоволенням найнеобхідніших, нагальних потреб найбільш нужденних категорій населення та відвертим політичним популізмом щодо намагань забезпечити певний рівень добробуту широким верствам населення, ладним зруйнувати мотивацію громадян.

Реалізація незалежної національної економічної політики України повинна базуватися на критичному переосмисленні та врахуванні теорії і практики соціального ринкового господарства та доробку інших неоліберальних шкіл з метою відновлення системності у проведенні державної економічної політики, становлення ринкових структур, що саморегулюються, реалізації помірної соціальної спрямованості за умов нестабільної ринкової економічної системи.

Література

1. Бодров В.Г. Современный экономический консерватизм: переоценка ценностей или повторение прошлого? – К.: Лыбидь, 1990.
2. Бодров В.Г., Кредисов А.И., Леоненко П.М. Социальное рыночное хозяйство: Навч. посіб. – К.: Либідь, 1995.
3. Зарицкий Б.Е. Л. Эрхард: секреты «экономического чуда». – М.: БЕК, 1997.
4. Ойкен В. Основные принципы экономической политики /Пер. с нем. – М.: Прогресс, 1995.
5. Хайек Ф. Дорога к рабству. – М.: Экономика, 1992.
6. Хайек Ф. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма. – М.: Новости, 1992.
7. Хайек Ф. Право, законодательство та свобода. Нове викладення широких принципів справедливості та політичної економії. В 3 т. /Пер. з англ. – К.: Сфера, 1999-2000.
8. Хайнц Л. Социальная рыночная экономика. Германский путь. – М., 1993.
9. Эрхард Л. Благополучие для всех /Пер. с нем. – М., 1991.

Ніколенко Ю.В.,

докт. екон. наук, професор кафедри економіки Академії муніципального управління

Гуляєва Л.П.,

ст. викладач кафедри фінансів та кредиту АПСВ ФПУ

Суспільна ефективність банківських інститутів як основа соціальної відповідальності банківського бізнесу

Особливістю діяльності банків в Україні є практично відсутність їх конкуренції з іншими фінансовими посередниками. Так, саме банки займають пануюче становище на фінансовому ринку, оскільки на них припадає 89% сукупних активів усіх фінансових посередників, тоді як інші інститути фінансового посередництва практично не знайшли свого розвитку та не мають суттєвого впливу на стан реального сектору економіки [1, с.39]. Відповідно, основне соціально-економічне навантаження щодо грошово-кредитного забезпечення економіки припадає на банки, що визначає надзвичайну актуальність обраної теми дослідження для нашої держави.

Обґрунтування різних теоретичних та практичних аспектів діяльності банківських інститутів знайшли чільне місце у працях як українських учених-економістів (А. Мороза, Б. Івасіва, М. Савлука, І. Лютого, О. Дзюблюка, Л. Примостки та ін.), так і зарубіжних науковців (О. Лаврушина, Я. Сегієнка, Й. Шумпетера, Е. Долана, Дж.М.Кейнса, П. Лоуренса, Р.Левіна та ін.). Однак, проблеми соціальної відповідальності бізнесу, суперечності цілей діяльності банківських установ та суспільства залишаються недостатньо вивченими як вітчизняними, так і зарубіжними дослідниками.

Метою цієї публікації є обґрунтування суспільної ефективності діяльності банків як основи їх соціальної відповідальності. Для досягнення мети ставляться завдання: проаналізувати суспільну ефективність банківського сектора України, виявити основні суперечності, що виникають між банками та суспільством, та знижують соціальну відповідальність банківського бізнесу.

Міжнародний досвід вказує на те, що банківський сектор здатний виступати потужним каталізатором соціально-економічного розвитку держави, причому реалізація позитивного потенціалу банків стає можливою лише за умови досягнення ефективності банківської діяльності. Однак, важливою рисою функціонування банку, є різна спрямованість та почасти, навіть, конфліктність інтересів, і, відповідно, цілей тих економічних суб'єктів, з якими при здійсненні своєї діяльності взаємодіє банк, та потреби й цілі яких він має враховувати. Такими економічними суб'єктами є: власники банку, його клієнти, контрагенти, органи державної влади, працівники банку, інші члени суспільства, кожен з яких зацікавлений у задоволенні своїх індивідуальних потреб.

На рівні суспільства доцільно говорити про соціальну ефективність діяльності банків, яка полягає у їх здатності задовольняти соціальні потреби суспільства. Проте соціальні потреби є надзвичайно суперечливими й включають у себе потреби не лише безпосередніх та потенційних споживачів послуг банків, а й тих суб'єктів, що не є споживачами, однак мають свої вимоги до банківської системи. У зв'язку з цим, повністю урахувати соціальні інтереси суспільства ні на рівні окремого банку, ні на рівні банківської системи стає практично неможливим, що означає необхідність звуження кількості суб'єктів, на потреби яких мають орієнтуватися банки, для забезпечення соціально-економічного розвитку держави.

Власники банку, які не є безпосередніми споживачами послуг, зацікавлені у підвищенні віддачі від інвестованих у банківський бізнес коштів, що має забезпечуватися підтриманням прибутковості діяльності банку та означає досягнення економічної ефективності банку. Однак, економічна ефективність характеризує банк як суб'єкт підприємницької діяльності, зовсім не відображає функціонального призначення банку як інституту ринкової економіки, який створений та функціонує в економіці для забезпечення грошово-кредитних потреб суспільства. А тому, на нашу думку, визначаючи ефективність діяльності банку у зазначеному контексті необхідно з усіх суперечливих соціальних та економічних потреб суспільства за основу ефективності обрати саме ті базові для банків потреби, задоволення яких є безпосереднім призначенням банків. Тому з точки зору активізації позитивної ролі банків у забезпеченні соціально-економічного розвитку України,

вважаємо за необхідне зосередитись на досягненні суспільної ефективності банків, яка на макрорівні виявлятиметься у здатності банків на високому рівні задовольняти потреби суспільства у грошово-кредитному обслуговуванні та виступатиме запорукою підвищення соціальної відповідальності банківського бізнесу.

За останні роки банки України активно нарощують основні показники своєї діяльності, навіть перевищуючи темпи зростання реальної економіки: активи банків за період 2000–2006 рр. збільшилися у 9 разів, сукупний кредитний портфель – у 12,5 раза, обсяг депозитів – майже у 10 разів, власний капітал – у 6,5 раза, тоді як ВВП за аналогічний період збільшився лише утричі [2]. Здійснений авторами аналіз показників суспільної ефективності діяльності банків України, зокрема, за рахунок зростання відношення депозитів, активів, кредитів та капіталу банків до ВВП, зниження частки готівки у грошовій масі, засвідчує про впевнений розвиток та поступове підвищення суспільної ефективності діяльності банків. Але обсяги банківських операцій та їх роль у здійсненні грошово-кредитного обслуговування економіки все ще є недостатніми, спостерігається високий ступінь регіональної незбалансованості банківської діяльності. Так, незважаючи на наявність позитивних тенденцій зниження рівня залежності від готівки (з 86% у 1998 р. до 41% у 2006 р.), цей показник в Україні ще досить високий, тоді як у країнах Єврозони він не перевищує 20% [3, с. 8]. Про незначні обсяги діяльності банків в Україні свідчить і недостатній рівень монетизації економіки (48,41% у 2007 р., тоді як у розвинутих країнах – 55–100%), надзвичайно низька частка депозитів банків відносно ВВП (34% у 2006 р., тоді як у розвинутих країнах – 70–80% [3, с. 8]. Невтішним фактом залишається також відсутність у вітчизняних банках механізмів створення ефективних стимулів для активізації заощадження у населення, чому сприяє високий рівень інфляції, коли реальна процентна ставка являє собою від'ємну величину, а тому не лише не приносить жодного реального доходу вкладникам банків – вона навіть не покриває втрати купівельної спроможності грошової одиниці у зв'язку зі зростанням цін.

Варто враховувати також і те, що трансформаційна діяльність банків завжди пов'язана з поглинанням ними певної частини ресурсів. Зокрема, здійснення посередницької функції вимагає від банків певних витрат на збирання й обробку економічної інформації та витрат на здійснення операційної діяльності. У частину ресурсів, що поглинаються банками (тобто вилучаються з руху по каналу «заощадження» – «інвестиції»), входить також спред між кредитними та депозитними відсотковими ставками, різноманітні комісії та інші платежі клієнтів, у зростанні яких може бути зацікавлений банк, однак, не зацікавлене суспільство. Такі елементи доходів банку можуть бути встановлені на надзвичайно високих рівнях через низький рівень конкуренції на фінансовому ринку, недосконалість законодавчих норм та дій регулюючих органів. Як наслідок, значна частина заощаджень національної економіки „осідатиме” у банківській системі у вигляді власного споживання або неефективних інвестицій. Таким чином, спред можемо інтерпретувати як індикатор суспільної ефективності банківської системи, високий рівень якого заважає розвитку фінансового посередництва, обмежуючи внутрішні джерела інвестицій [4, с. 16], знижуючи соціальну відповідальність банківського бізнесу.

В Україні, порівняно зі зрілим банківським бізнесом країн Заходу та США, значення показника спреду для кредитно-депозитної діяльності банків набагато вище, однак, протягом останніх років сформувалася тенденція до зниження різниці між кредитними та депозитними ставками – з 21,9% у 2000 р. до 7,3 % у 2006 р. [2]. Цей процес може бути розцінений позитивно на макрорівні, оскільки зниження спреду характеризує підвищення суспільної ефективності діяльності банків з точки зору споживачів банківських послуг, проте є негативним для самих банків, бо знижує їх економічну ефективність.

Зазначене пов'язане із дуалістичною природою банків, які з одного боку як суб'єкти господарювання орієнтуються на інтереси своїх власників і зацікавлені у нарощенні спреду, та одночасно, з іншого виступають у якості виробників суспільних благ, що мають працювати з мінімальними витратами і зацікавлені у зниженні спреду. А тому ефективні з точки зору власників банки можуть бути неефективними з точки зору економіки та суспільства [5, с.26]. Отже, в економічній системі формуються об'єктивні економічні причини (економічні інтереси різних учасників економічних відносин), які сприяють різнонаправленості цілей суспільства, банків як суб'єктів господарювання та Центрального банку країни як регулюючого органу і виразника інтересів суспільства. На нашу думку, в Україні такими суперечностями є:

- орієнтація окремої банківської установи на отримання прибутку, а не виконання соціальних функцій у суспільстві;

- зниження ролі депозитного джерела формування ресурсів через орієнтацію банків на міжнародні облігаційні займи як більш дешеве джерело ресурсів, внаслідок чого зростає залежність економіки України від світової економіки, тоді як для формування передумов до збереження стійких темпів економічного зростання є потреба у акумуляції вільних коштів вітчизняних економічних агентів та спрямування їх у інвестиції в економіку України;
- стрімке зростання споживчого кредитування (тільки за 2006 р. удвічі – до 14,66% ВВП), яке банки здійснюють переважно по кредитуванню придбання імпортних товарів, внаслідок чого зростає попит на імпортні товари, а інтереси вітчизняних виробників не ураховуються;
- залучення іноземного капіталу є способом підвищення капіталізації та ефективності діяльності вітчизняних банків, однак, на макроекономічному рівні потенційно може мати негативні наслідки для функціонування економіки;
- внаслідок низької кредитоспроможності вітчизняних підприємств, високих системних ризиків, банки надають перевагу короткостроковому кредитуванню, тоді як економіка потребує масштабних довгострокових фінансових ресурсів для свого подальшого розвитку;
- сама плата за банківські послуги, як і прибуток банків, для споживачів послуг є витратами, які вони прагнуть знизити, тоді як банки орієнтуються на збільшення процентного спреда, процентної маржі.

Нині в Україні не сформовано жодних дієвих механізмів урегулювання існуючих суперечностей. Позиція авторів статті у вирішенні зазначених проблем полягає у необхідності орієнтації економічної політики держави на правовий захист інтересів, прав та обов'язків учасників економічних відносин, стимулюванні розвитку небанківських фінансових установ з метою забезпечення конкуренції на фінансовому ринку. Внаслідок такої політики держави через зростання конкуренції з боку парабанків та інших банківських інститутів, банки для досягнення прибутковості діяльності та підвищення економічної ефективності будуть змушені орієнтуватися на максимальне задоволення потреб споживачів своїх послуг шляхом розширення асортименту послуг, зниження відносних витрат (насамперед, адміністративних) на виробництво своїх послуг, що являтиме собою підвищення суспільної ефективності банківського сектора та сприятиме вирішенню конфлікту інтересів суспільства та банків як суб'єктів господарювання.

За результатами здійсненого дослідження можемо дійти таких висновків: для підвищення соціальної відповідальності банківського бізнесу, насамперед вирішенню конфлікту інтересів суспільства та банків як суб'єктів господарювання, в Україні на рівні держави мають бути забезпечені умови конкуренції на фінансовому ринку, внаслідок чого банківські установи будуть змушені орієнтуватися на максимальне задоволення потреб споживачів своїх послуг (підвищення своєї суспільної ефективності) як єдиний шлях підвищення своєї економічної ефективності.

Література

1. Шитко О. Особливості структури фінансових активів. Досвід США, ЄС та України // Вісник Національного банку України. – 2007. – №11. – С. 34–41.
2. Грошово-кредитна та банківська статистика // Бюлетень НБУ. – 2007. – №4. – С.73–181.
3. Роу Алан та інші. Світовий банк. Україна: фінансовий сектор та економіка. Нові стратегічні завдання. Звіт для публічного обговорення. – К.: Козаки, 2001. – 120 с
4. Карачун О. Проблемы повышения эффективности банковской системы // Банкаўскі веснік. – Май, 2002. – №13. – С.16–20.
5. Карачун О. Методологические подходы к оценке эффективности банков // Банкаўскі веснік. – Жнівень, 2003. – №22. – С.25–31.

*Пацалюк І.О.,**аспірантка**Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана*

Специфіка залучення найманої праці у виробничий процес у трансформаційному періоді

Особливістю переходу до ринкової економіки, тобто до демократичної, соціальної, правової держави, що зазначено у ст. 1 Конституції України, це наявність системної кризи. Її основна сутність полягає у тріадній природі, тобто, охоплення трьох тісно пов'язаних сфер організації суспільства, таких як: економічна, духовна або культурна та політико-правова. Яскраві докази вищезгаданої кризи простежуються за такими наслідками: великої кількості емігрантів, які не мають можливості реалізувати свої професійні навички в Україні з відповідною ефективністю; зниження життєвого рівня основної маси населення, що призводить до розмежування суспільства та різкого виокремлення певних прошарків функціональної еліти і відповідно їх збагачення; тотальний відтік великих грошових мас до закордонних банків, що є також наслідком невпевненості у своєму майбутньому тощо.

За умов обмеженості ресурсної бази вітчизняної економіки та досить складної структури ринку праці на фоні загального прискорення науково-технічного прогресу, глобалізації й інтернаціоналізації ринку, посилення конкуренції, що супроводжується скороченням термінів дії конкурентних переваг і необхідністю поділу ринку на сектори, одним із ключових факторів успіху стає забезпечення робочими місцями конкурентоспроможного населення.

Після розпаду Радянського Союзу перед Україною постала проблема регулювання економічних відносин на новоствореному ринку праці. Провідним фактором ефективності економічних відносин, з огляду на загальний діапазон економіки в цілому, є трудова діяльність людей, а саме – її домінуюча форма вияву, що характеризує прогресивний розвиток ринкових відносин – наймана праця. Це, на жаль, ще не усвідомлено у постсоціалістичній системі суспільно-економічних відносин. Таке неусвідомлення проявляється у пріоритетній сьогодні технократичній системі управління. За своєю природою, провадження якої диктує майже виключне ігнорування первинності людини як головної ланки виробничих відносин суспільства, як основного елементу суспільного виробництва. Таке необ'єктивне відношення стимулює до більш конкретного розгляду обставин, що склалися.

Невід'ємною умовою вирішення цієї проблеми є необхідність активної участі не лише держави, освітніх закладів, центрів зайнятості населення, а й роботодавців, які мають виступати активними суб'єктами процесу залучення оптимальної кількості найманих працівників з відповідним рівнем професійної освіти. З свого боку, держава повинна не тільки створювати умови для отримання професійної освіти, а й сприяти розширенню можливостей реалізації отриманих знань на практиці. Але наразі у країні має місце протилежне явище – попит на представників багатьох професій не задовольняється, а за певними професіями відчувається гострий дефіцит робочої сили. Це пояснюється відсутністю прогнозування потреб ринку праці у працівниках у професійному аспекті, які в Україні не здійснюються з початку 90-х років минулого століття.

В Україні ще не склався дієвий механізм залучення найманих працівників та мотивації їх до ефективної виробничої діяльності. Міністерства та відомства, обтяжені соціальною необхідністю підтримки традиційних виробництв, не мають достатніх коштів для розширення виробництв та забезпечення робочими місцями працездатного населення. Недержавні комерційні структури ще не можуть здійснювати довгострокові проекти, які б забезпечували базові технологічні зміни та можливість залучення до виробничого процесу кадрового складу працівників з відповідною кваліфікацією.

У працях С. Бандура, Д. Богині, Т. Заяць, А. Колота, Е. Лібанової, О. Цимбал, О. Шевченко, В. Савченка розкрито різноманітні аспекти працевлаштування громадян, у тому числі безробітних. Водночас актуальною залишається проблема створення механізму мотивації праці найманих працівників, яка б передбачала залучення їх до розвитку (і особистого, і суспільного) з огляду на активну участь не лише за принципом високооплачуваної роботи, а й за відповідним професійно-кваліфікаційним напрямом, що дає можливість здобути вищий кваліфікаційний рівень.

У вітчизняних здобутках наукових економічних досліджень не приділяється виняткової ролі найманій праці як провідній виробничій силі, основна суть якої полягає у величезному потенціалі високої продуктивності, що стимулює розвиток економіки. Ця проблема ускладнюється через особливість досліджень ринку праці України, який ще перебуває у процесі трансформації економічних відносин. Це обумовлено тим, що характер досліджень на ринку праці має свою специфіку і здебільшого не передбачає отримання абсолютних і точних результатів. Слід зазначити, що дослідженням найманої праці в Україні займається незначна частина науковців.

Але у дослідженнях зарубіжних і вітчизняних науковців економічного спрямування вже давно панує антропосоціальний підхід до розв'язання проблеми ефективності економіки, домінуючими твердженням якої є прихована роль такого вагомого фактора виробництва як наймана праця (трудова діяльність населення) [3, с. 281–282]. Лише правильно організована ця діяльність може бути продуктивною, що в свою чергу спонукатиме до зростання ефективності економіки.

Сутність трансформації економічних відносин, їх прогресивного удосконалення та розвитку з точки зору антропосоціального підходу чітко подано вагомими спеціалістами щодо управління економікою, економічними відносинами та менеджменту Дж. Грейсона та О'Делла К.: «Саме людський потенціал, а не заводи, обладнання та виробничі запаси є основою конкурентоспроможності, економічного зростання та ефективності. Вже час навчитися вимірювати і цінити вартість цього скарбу» [1, с.109–108].

Цікавою є висловлювання відомого в Японії спеціаліста вищого рівня стратегічного мислення, а також і на світовому рівні менеджера-науковця і дослідника Ісікава Каору, який стверджує, що ефективність виробництва при незмінності технологій та сировинної бази залежить не від високорозвинутих технологій та автоматизації виробничого процесу, а від людського фактора, від його ставлення до своєї праці, від вміння управлінського апарату стимулювати підвищення продуктивності найманої праці [4, с. 127–129]. І це стосується не тільки трудового колективу, а й кожного працівника на підприємстві. Японська стратегія є яскравим і переконливим показником ефективного залучення людського фактора як домінанти, щодо розвитку економічних відносин. Стратегія оптимального залучення найманої праці та виважений розподіл як попередніх, так і теперішніх зусиль, результатами яких є впровадження ресурсозберігаючих технологій в інтересах роботодавців створює оптимальний шлях для досягнення цілей підприємств, фірм, організацій.

З огляду вищезазгаданих позицій можна сформулювати схему впливу особистісно-індивідуальних факторів на трудову діяльність найманого працівника та мотивації його ефективної виробничої діяльності (рис. 1).

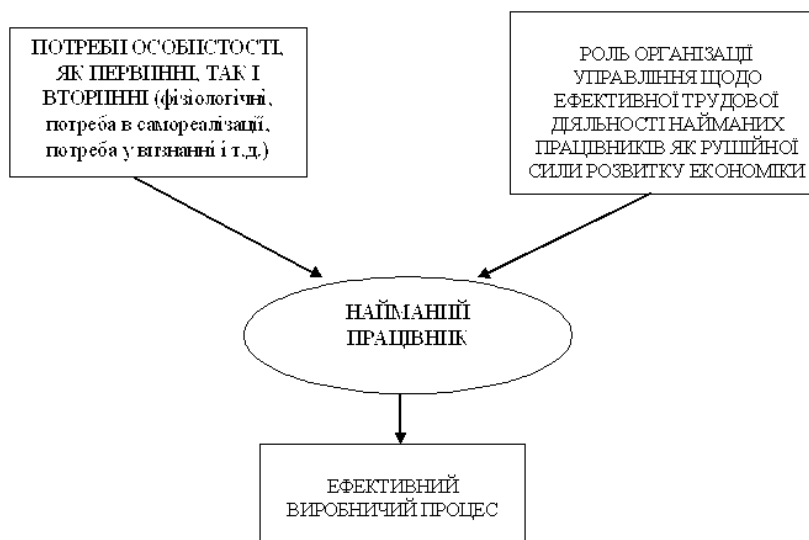


Рис. 1. Схема впливу особистісно-індивідуальних факторів на трудову діяльність найманого працівника та мотивація його ефективної виробничої діяльності

Потрібно не забувати про діалогічність змісту праці та її прив'язки до специфічних характеристик будь-якого індивіда. Саме ця діалогічність активізує та створює умови щодо розвитку усіх особистісних потреб та їх функціональної реалізації, забезпечує переведення власного досвіду у

вартісний вираз та у особисте набуття досвіду, що призводить до підвищення професіоналізму кадрового потенціалу підприємства.

Проте було б некоректним з нашого боку повністю ідеологізувати роль найманої праці у виробництві. Діяльність підприємств, що виробляють блага для задоволення потреб суспільства, рушійною силою якої є людський капітал, змогла б функціонувати без відповідної головної ланки – управляючої системи, яка у своїй діяльності керується не тільки власною зацікавленістю, тобто потребами виробництва, а й спирається на інтереси державної політики. Необхідність активної участі безпосередньо підприємств (роботодавців) та держави у процесі організації економічних відносин і цілеспрямованості політики держави на створення такого економіко-правового поля, яке забезпечувало б реалізацію суспільних потреб населення. Оскільки «потреба особистості – це рушійний чинник виробничої сили суспільства» [6, с. 216–217].

Не менш важливу роль відіграє дуалістичність відносин керівників та трудового колективу, що носить більш локальний характер. Реалізація політики залучення працівників як однієї з основних «провідних» ланок виробництва суттєво змінюється, що впливає на розподіл прав і обов'язків учасників виробничого процесу. Працівник з пасивного виконавця циклів виробничого процесу перетворюється на активного учасника організації власної трудової діяльності, «основним двигуном» якої стає індивідуальний підхід до кожного робітника. А керівник зі статусу управлінця набуває функцій колеги, співавтора, головний обов'язок якого полягає у зорієнтованості працівника у виробничому процесі, приймати адекватні рішення під час провадження професійної діяльності.

Із викладеного вище можна дійти висновку, що усі складові організації економічних відносин як на мікро-, так і на макрорівні, так чи інакше пов'язані з людською діяльністю, учасники якої взаємодіють між собою з метою реалізації процесів обміну та виробництва – це щодо суспільного характеру, та задоволення власних потреб стосовно природи людини як істоти біологічного походження, а також провідної виробничої сили.

З точки зору логіки економіки, яка розвивається, надзвичайно важливого значення набуває ідея, що ефективність розвитку економічних відносин залежить від правильно організації та об'єднання загальних зусиль як держави, так і підприємств (роботодавців) щодо забезпечення відповідних умов працевлаштування та механізму мотивації найманих працівників щодо підвищення продуктивності праці. Саме від якості життя людини та суспільства залежить ефективність функціонування економіки в цілому.

Література

1. Грейсон Дж., О'Делл К. Американский менеджмент на пороге XX ст. – М.: Экономика, 1991. – 352 с.
2. Дмитренко Г.А. Антропосоціальні пріоритети раціонального використання трудових ресурсів в Україні // Наукові доповіді. – К.: РВП СУ НАН України, 2005. – Т. 1. – С. 277-286.
3. Дмитренко Г.А. Формування соціального (громадського) суспільства в Україні на основі антропосоціального підходу // Українські аспекти соціальної роботи: Зб. наук. праць. – К.: МАУП, 2006. – С. 59–78.
4. Исикава Каору. Японские методы управления качеством / Пер. с англ. – М.: Экономика, 1998. – 215 с.
5. Левченко О. Якість трудового потенціалу як визначальна умова конкурентоспроможності робочої сили // Україна: аспекти праці. – 2005. – № 6. – С. 12–16.
6. Цимбал О.І. Особливості використання категорії конкурентоспроможність стосовно робочої сили в умовах функціонування економіки перехідного типу // Зайнятість та ринок праці: Фах. міжвід. наук. зб. – К., 2006. – Вип. 9. – С. 216–227.

Петренко К.В.,

*канд. екон. наук доцент кафедри менеджменту
АПСВ ФПУ*

Соціальна відповідальність у банківській сфері: проблеми та перспективи розвитку

Розвиток українського бізнесу, інтеграція України у світову економічну систему ставить перед українськими компаніями та підприємствами нові завдання, одне з яких пов'язане з корпоративною соціальною відповідальністю. Розвиток ринкових відносин призводить до розуміння, що від бізнесу очікують не тільки якісних послуг, чесної сплати податків, а й участі у вирішенні соціальних проблем. Сьогодні для українського бізнесу – це нова проблема, оскільки за умов перехідної економіки більша увага приділялась стабілізації економіки, а не соціальній відповідальності підприємств у різних секторах економіки. Оскільки через банківську діяльність проходять всі грошові потоки в країні, тому саме цей сектор економіки може істотно впливати та стимулювати її розвиток, інвестуючи кошти, в тому числі й на вирішення соціальних проблем. Проблеми соціального розвитку та відповідальності загострюються настільки швидко, що можуть ставити під загрозу темпи економічного зростання. Саме це зумовлює актуальність цієї публікації.

Важливу роль у дослідженні питань регулювання банківської діяльності та соціальної відповідальності у банківському секторі відіграли такі вітчизняні та зарубіжні фахівці як Володимир Воробей, Андрій Ротовський, Андрій Куліш, Дж. Кейнс, Р. Бернд, Г.Джонсон, Е. Долан, Ф. Мишкін, Е.Карнегі, Д. Грейсон та ін. Однак в Україні цій проблемі з боку науковців ще не приділяється достатня увага.

Метою цієї статті є дослідження факторів, що найбільш суттєво впливають на соціальну відповідальність у банківській сфері.

У міжнародному бізнес-середовищі побутує думка, що принципи соціальної відповідальності є однією із складових успішної стратегії, що зміцнює імідж і репутацію компанії, приваблює клієнтів та утримує найкращих працівників. Саме завдяки співпраці бізнесу і громадських організацій значна частина екологічних, соціальних та демографічних проблем могла б бути успішно вирішеною. Проте основною проблемою є не небажання працювати у цьому напрямі, а підміна терміну «соціальна відповідальність» поняттям «благодійність». Дослідження в сфері соціально-відповідального бізнесу проведене UMG-Research International в Україні на початку 2007 р. засвідчили, що 64% опитаних респондентів розуміють «соціальну відповідальність» як відповідальність бізнесу перед суспільством [1]. Насправді ж, корпоративна соціальна відповідальність (Corporate Social Responsibility) — це відкрита і прозора ділова практика, що базується на етичних цінностях, повазі до своїх працівників, акціонерів, користувачів і на опіці навколишнім середовищем.

Благодійництво – це короткотривала дія на надання матеріальної допомоги, а соціальна відповідальність — це постійна робота на покращення соціальної сфери. Це надання не лише матеріальних, а й моральних благ. Така специфіка розуміння соціальної відповідальності в Україні сприяє тому, що бізнес не усвідомлює себе як окремий соціально-активний клас, що має значний вплив на процеси, що проходять в суспільстві. Крім того, саме суспільство все ще негативно налаштоване у ставленні до бізнесу. До того ж, бізнес не володіє достатнім досвідом діяльності у цій сфері. Соціальна відповідальність бізнесу передбачає відповідальність перед усім суспільством, власними працівниками і державою [2].

Причини, що не дозволяють реалізувати засади соціальної відповідальності в Україні, полягають у:

- слабкій інституалізації бізнесу;
- відсутності сформованого і впливового сектору громадянського суспільства, котрий би просував ідеї соціальної відповідальності і спеціалістів, які професійно б займалися даною проблемою;
- відсутності зацікавленості у цій сфері бізнес-структур, що пов'язано із роллю держави і з проблемами у законодавчій сфері;

- особливості масової свідомості громадян України.

Найбільш позитивними заходами, які б поширювали принципи соціальної відповідальності бізнесу в українському суспільстві, є:

- створення умов, які б сприяли формуванню економічної зацікавленості в дотриманні принципів соціальної відповідальності, коригування законодавчої бази;
- зміна ставлення бізнесу до соціально значущої діяльності як до такої, що є елементом ефективного бізнесу.

Досвід західних компаній, у тому числі фінансових, засвідчує, що соціальна відповідальність корисна усім — компанії, державі, суспільству, тому реалізація цільових соціальних проектів не менш важлива, ніж відрахування до бюджету на соціальні потреби держави.

Багато громадських організацій впроваджують вдалі соціальні проекти, які виконують і без допомоги влади, та які тісно співпрацюють із бізнесом, і реалізують свої проекти. Але сьогодні трансформація економіки України багато у чому залежить від розвитку фінансово-кредитного сектора, оскільки саме у ньому зосереджений значний капітал. Особливість фінансово-кредитних установ, серед яких важливе місце посідають банківські, полягає у тому, що вони виконують спеціфічні функції, які їх відрізняють від інших агентів ринку, а саме:

- організація платіжних операцій;
- фінансування інвестицій та поточних витрат;
- залучення тимчасово вільних коштів;
- проведення операцій з цінними паперами;
- проведення безготівкових платежів;
- кредитування, трастові послуги та ін.

Такий неповний перелік банківських функцій та послуг відображає глибоку інтеграцію банків у суспільне та соціальне життя. Тому банки, як фінансові посередники, відіграють важливу роль у функціонуванні грошового ринку, а через нього — у розвитку ринкової економіки. І саме тому від стабільності банківської системи залежить стабільність економіки країни у цілому. Оскільки банківська діяльність є одним з видів економічної діяльності, яка стимулює та забезпечує рух грошей в обігу, і банки за умов ринкових відносин можуть впливати на економічні процеси, як позитивно, так і негативно, то соціальна відповідальність банківської діяльності є необхідною умовою стабільного функціонування банківської системи та захисту інтересів вкладників.

Взагалі причинами виникнення проблем соціальної відповідальності у банківській сфері були економічні та банківські кризи, тому важливим аргументом на користь регулювання в банківському секторі був і залишається захист інтересів вкладників, що зумовлено соціальними, політичними та економічними причинами.

Серед соціальних причин можна виділити такі: по-перше, не всі вкладники можуть адекватно оцінювати та перевіряти достовірність діяльності банківських інститутів, що зумовлено недостатнім рівнем економічних знань; по-друге, як правило, вкладники працюють з певним банком, при банкрутстві якого вони можуть втратити всі свої заощадження та не зможуть відстоювати свої права, оскільки їх вклади невеликі за розміром, а велика кількість таких вкладників може призвести до відтоку грошових вкладень із банківської системи, що і є економічною причиною. Крім викладеного, постійні зміни у законодавчій базі та нестабільна політична ситуація негативно впливають як на розвиток всієї економіки, так і на банківську діяльність зокрема. Тому, як бачимо, метою забезпечення соціальної відповідальності у банківському секторі є як суспільні інтереси вкладників, так і інтереси держави у забезпеченні стабільної діяльності банківської системи.

Із самого зародження банківської сфери банки завжди були у перших рядах добродійників і меценатів. Сьогодні банки продовжують кращі традиції меценатства і добродійності, спрямовані на підтримку молодого покоління, прагнення зробити свій внесок у підтримку вітчизняної культури, освіти, галузі охорони здоров'я тощо. Це виявляється в тій кількості важливих соціальних ініціатив, які вже впровадили банківські установи (наприклад, реалізація соціальної програми «Здорові діти у щасливій країні», спонсорська участь у фестивалях етно-музики «Країна мрій» тощо) [3].

В Україні, як і у більшості країн світу, банки є найважливішими фінансовими установами у сфері проведення грошово-кредитної політики, надання матеріально-розрахункових послуг. Однак банківська діяльність ризикова, там завжди слід пам'ятати про те, що крах навіть одного банку може спричинити ланцюгову реакцію банкрутств інших аж до настання системної банківської кризи. Питання повернення депозитних вкладів та ступеня свободи діяльності фінансово-

кредитних установ завжди було актуальним для забезпечення нормального функціонування банківської системи країни, оскільки й розвиток і стабільність безпосередньо залежать від довіри вкладників, а, отже, від соціальної відповідальності банківської установи. Чим сильніша банківська система, тим сильніше й суспільство. В Україні більшість банків, які є членами Української Асоціації банків, беруть участь у культурних програмах, стають меценатами. Це хороша тенденція, завдяки якій відношення суспільства до банків змінюється. Адже довіра населення до банків зростає тоді, коли банки роблять щось для населення. Наразі неможливо уявити собі розвинуту країну без банків. Банки, об'єднуючи своїх клієнтів: виробника, продавця і споживача, значною мірою виступають охоронцями комерційної моралі. Вони природно заохочують чесність, пунктуальність, підприємливість і засуджують безпечність, азарт та марнотратство. Від дій банкіра суттєво залежить ступінь благополуччя всіх учасників економічних відносин. У своїй професійній діяльності банки повинні дотримуватись певних етичних, моральних та соціальних принципів, які тісно пов'язані з адміністративними та правовими. Бізнес-етика будь якої фінансової установи, у тому числі і банка, тісно пов'язана із соціальною відповідальністю. Йдеться про певне добровільне реагування цих установ на соціальні проблеми. Соціальна і моральна відповідальність притаманна сучасній моделі бізнесу, але кожен із видів відповідальності має свої критерії та рівні. Ставлення до соціальної відповідальності може бути різним: від сприятливого до ворожого, і саме в банківській сфері оскільки тут задіяні залучені кошти (станом на 1.01.2008р. залучені кошти становлять 279 738 млн. грн., що порівняно з 2006 р. в 1,52 раза вище). Висока соціальна відповідальність, яка включає систему гарантування вкладів (повернення коштів фондом гарантування вкладів фізичних осіб з 31.08.2007 р. становили 50 000 грн.) і участь у соціальних проектах сприяє розвитку установи, і навпаки – нехтування нею звужує можливості її успіху[3, с. 4].

Сьогодні банківський менеджмент несе перед суспільством подвійну відповідальність: юридичну і соціальну. Юридична відповідальність полягає у додержанні конкретних законів і норм регулювання, які визначають, що може, а чого не може робити банк. Юридична відповідальність притаманна банкам, які дотримуються традиційної моделі бізнесу. Соціальна відповідальність передбачає певний рівень добровільного реагування організації на соціальні проблеми. Соціальна і юридична відповідальність притаманна сучасній моделі бізнесу. Ці види відповідальності у банківській діяльності тісно пов'язані мають свої критерії. Саме тому наявність у банках великого корпоративного управління є критично важливою. Корпоративне управління повинно бути спрямоване на захист інтересів вкладників та зведення до мінімуму асиметричності інформованості між органами управління банку, його власниками та клієнтами. Цих цілей, як правило, можна досягти за допомогою схем страхування вкладів, вимог щодо адекватності капіталу, вимог до розкриття інформації (щодо продуктів, послуг та фінансової звітності), систем внутрішнього контролю та наглядом у розумному обсязі.

Слід також врахувати наявність у банківській сфері аргументів за і проти соціальної відповідальності. Аргументи на користь соціальної відповідальності:

- сприятливі для банківського бізнесу довгострокові перспективи, в тому числі додаткове залучення фінансового капіталу на тривалий строк;
- зміна потреб і очікувань широкої громадськості;
- залучення додаткових фінансових ресурсів для надання допомоги у розв'язанні соціальних проблем;
- моральні зобов'язання щодо соціальної відповідальності. Аргументи проти соціальної відповідальності у банківському секторі:
- порушення принципу максимізації прибутку, що є пріоритетним для банківських установ;
- додаткові витрати на соціальну відповідальність (відрахування у фонд гарантування вкладів фізичних осіб, створення додаткових резервних фондів тощо);
- недостатня звітність широкої громадськості;
- недостатня кваліфікація у розв'язанні соціальних проблем.

Тому, наразі, щоб соціальна відповідальність закріпилась у банківському секторі економіки, банкам необхідно:

- цінувати інтереси клієнта як свої власні. Це – запорука успіху та добробуту всіх;
- зберігати банківську таємницю щодо конфіденційних відомостей, довірених йому клієнтами: фізичними особами, компаніями та організаціями;
- дотримуватись принципів юридичної та соціальної відповідальності, щоб не нанести шкоду будь-кому з клієнтів, державі чи суспільству;

- підтримувати традиції національного підприємництва, благодійність та милосердя, інвестуючи кошти, у тому числі у соціальні проекти;
- дотримуватись міжнародних стандартів щодо соціальної відповідальності (SA 8000 – «Соціальна відповідальність») та принципів єдності і солідарності у міжбанківських відносинах. Це добровільний стандарт, розроблений для того, щоб підприємства могли підтвердити використання соціально-відповідальних підходів у своєму бізнесі. Його основна мета – забезпечення етичного походження товарів та послуг. Він може застосовуватися для будь-якої організації, будь-якої величини, в усіх галузях по всьому світу, незалежно від культурних та географічних кордонів.

Література

1. Ротовський А. Український бізнес в пошуках соціальної вигоди //«Commerse». – 2007. – № 14. – Липень-серпень.
2. Куліш А. Соціальна відповідальність бізнесу в банківській сфері у запитаннях і відповідях. — К., 2007.
3. www.aub.com.ua
4. www.gcgf.org

Петрова Т.П.,

*аспірантка кафедри управління
Королевського інституту управління, економіки і соціології*

Некоторые аспекты комплексной оценки результативности социальной ответственности современного бизнеса

Социально ориентированное управление является одной из наиболее актуальных тенденций развития современного бизнеса. Российская Федерация является социальным государством, в котором права и свободы человека считаются высшей ценностью [1].

На сегодняшний день в практике российского бизнеса не существует единого инструмента оценки результативности социальной ответственности. Поскольку социальная ответственность является многогранной проблемой, охватывающей различные сферы управленческой деятельности, для оценки результативности целесообразно применение комплексного подхода.

Процесс оценки результативности состоит из семи основных этапов:

1. Определение ключевых стратегических целей и задач развития бизнеса. Согласно ст. 50 Гражданского Кодекса РФ, основной целью деятельности коммерческой организации является извлечение прибыли [2]. Следовательно, повышение экономической эффективности является проявлением социальной ответственности бизнеса по отношению к акционерам и владельцам.
2. Выявление ключевых сфер социально ответственного поведения организации.
3. Ранжирование ключевых сфер по степени их приоритетности для стратегического развития организации.
4. Составление перечня планируемых социальных проектов и их реализация.
5. Анализ соотношения целей и задач социально ответственной деятельности с полученными результатами.
6. Выявление наиболее результативных направлений социально ответственного поведения бизнеса.
7. Выработка рекомендаций по повышению эффективности и результативности социальной политики организации.

На **Этапе 1** определяются стратегические цели и задачи развития бизнеса в определённый период.

Выполнение **Этапа 2** зависит от характерных особенностей развития бизнеса, от той отрасли экономики, в которой данный бизнес существует.

Обобщённый список ключевых сфер социально ответственного поведения включает:

- взаимодействие с государством, органами власти различных уровней (в зависимости от территории присутствия бизнеса);
- природоохранную деятельность;

- взаимодействие с населением территорий присутствия бизнеса, с общественными организациями;
- взаимодействие со средства массовой информации;
- взаимодействие с бизнес — партнёрами;
- взаимодействие с потребителями товаров и услуг;
- взаимодействие с наёмными работниками.

На **Этапе 3** первостепенное значение приобретает важность реализации добровольных социально значимых проектов, превышающих требования законодательства. В частности, для организаций, направленных на привлечение и удержание наиболее квалифицированных кадров, обеспечивающих повышение эффективности деятельности, целесообразно предоставление различных бенефитов (повышение квалификации; обеспечение питанием; компенсация затрат на транспорт, телефон, Интернет; дополнительное медицинское обслуживание; предоставление условий для занятий спортом, укрепления здоровья; особые условия кредитования и др.). Для организаций, заинтересованных в получении государственных заказов и гармонизации взаимоотношений с органами власти различных уровней необходимо участие в социально значимых мероприятиях, инициированных этими органами.

Таким образом, повышения эффективности оценки социальной ответственности, при ранжировании рекомендуется определить экспертным путём для каждой группы влияния индекс значимости I от 0 до 3, где 3 – индекс наибольшей приоритетности данной сферы для бизнеса.

В качестве примера рассмотрим две коммерческие организации.

Бизнес 1. Крупный бизнес по производству продуктов питания. Ранжированный список групп влияния будет выглядеть так: FAEGCBD, при этом группам присвоены следующие индексы: $I(F)=3$, $I(A)=3$, $I(E)=2$, $I(G)=2$, $I(C)=2$, $I(B)=1$, $I(D)=1$. Приоритетная роль принадлежит интересам потребителей продукции и органам местной власти. Влияние производства на экологию незначительно.

Бизнес 2. Нефтедобывающий бизнес. Ранжированный список: AGCBDFE, при этом: $I(A)=3$, $I(G)=3$, $I(C)=3$, $I(B)=2$, $I(D)=2$, $I(F)=1$, $I(E)=1$. Особое значение специалисты присваивают органам власти, наёмным работникам и населению территорий присутствия компании.

На **Этапе 4** составляется сводный список социально значимых проектов, проводится сопоставление представленных проектов целям и задачам развития бизнеса, а также оценка предполагаемых затрат. На этом этапе используются данные, полученные в процессе реализации Этапа 3. Индекс значимости ключевых сфер социальной ответственности позволяет повысить эффективность процесса принятия управленческих решений.

Этап 5 направлен на выявление результативности социальной ответственности. Достижение целей и задач рекомендуется оценить специалистам по шкале от 1 до 10, где 10 – оценка, обозначающая наиболее полную степень соответствия.

На *Этапе 6* оценка результативности реализации социальных проектов умножается на индекс значимости. Выявляются наиболее результативные направления социальной деятельности бизнеса. Для повышения эффективности оценки рекомендуется использовать также метод эталона. Составление таблицы эталонных результатов социальной ответственности осуществляется по такой формуле:

$$P(X)_{\text{эт}} = D(X)_{\text{max}} I(X) \quad (1)$$

$P(X)_{\text{эт}}$ – эталонный результат реализации социального проекта X ,

$D(X)_{\text{max}}$ – максимальная оценка достижения цели проекта X ,

$I(X)$ – индекс значимости, присвоенный проекту X в зависимости от его принадлежности к определённой сфере социальной ответственности.

Результат достижения цели проекта с учётом индекса значимости вычисляется по формуле:

$$P(X)_p = D(X)_p \cdot I(X) \quad (2)$$

$P(X)_p$ – оценка реально полученного результата реализации проекта X ,

$D(X)_p$ – оценка достижения цели проекта X ,

$I(X)$ – индекс значимости проекта X .

В Таблице в качестве примера рассмотрен случай, при котором Бизнес 1 и Бизнес 2 получили одинаковые результаты при реализации одинакового количества различных социальных проектов. Полученные результаты рассмотрены в сравнении с применением различных методов оценки.

Для каждого реализованного социального проекта можно получить коэффициент результативности по формуле:

$$K(X) = P(X)_p / P(X)_{эт} \cdot 100\% \quad (3)$$

$K(X)$ – коэффициент результативности социального проекта X ,
 $P(X)_p$ – оценка реально полученного результата реализации проекта X ,
 $P(X)_{эт}$ – эталонная оценка результативности реализации проекта X .

Полученный коэффициент позволяет получить наиболее полное представление о результативности реализации как отдельных проектов, так и социальной ответственности бизнеса в целом.

Таблица

Преимущества комплексного подхода к оценке результативности социальной ответственности бизнеса

		Эталонная оценка с учётом индекса значимости $I(X)$		Оценка достижения целей проекта $D(X)_p$		Оценка с учётом индекса значимости $P(X)_p$	
		Бизнес 1	Бизнес 2	Бизнес 1	Бизнес 2	Бизнес 1	Бизнес 2
	Проект 1	30	30	9	9	27	27
	Проект 2	30	30	8	8	24	24
	Проект 3	30	30	10	10	30	30
	Проект 1	10	20	8	8	8	16
	Проект 2	10	20	8	8	8	16
	Проект 3	10	20	9	9	9	18
	Проект 1	20	30	10	10	20	30
	Проект 2	20	30	8	8	16	24
	Проект 3	20	30	9	9	18	27
	Проект 1	10	20	9	9	9	18
	Проект 2	10	20	7	7	7	14
	Проект 3	10	20	8	8	8	16
	Проект 1	20	10	6	6	12	6
	Проект 2	20	10	10	10	20	10
	Проект 3	20	10	6	6	12	6
	Проект 1	30	10	8	8	24	8
	Проект 2	30	10	9	9	27	9
	Проект 3	30	10	4	4	12	4
	Проект 1	20	30	7	7	14	21
	Проект 2	20	30	9	9	18	27
	Проект 3	20	30	10	10	20	30
ИТОГО		420	450	172	172	343	381

По данным таблицы видно, что эталонная оценка социальной ответственности Бизнеса 2 выше, чем у Бизнеса 1, следовательно, требовалось достижение более высоких целей. Кроме того, комплексная оценка показывает, что итоговый результат социально ответственной деятельности Бизнеса 2 выше, чем у Бизнеса 1. Коэффициент итоговой результативности для Бизнеса 1 составляет 81,66%, для Бизнеса 2 этот показатель равен 84,66%. Достаточно низкий результат достижения целей Проекта 3 сферы F (4 балла) для Бизнеса 2 менее существенен, поскольку взаимоотношение с потребителями товаров и услуг не относится к приоритетной сфере социальной ответственности данного бизнеса.

На **Этапе 7** формируются рекомендации, выявляются наиболее результативные проекты, а также проводится анализ низкой результативности проектов в наиболее значимых сферах социальной ответственности. По данным таблицы, для Бизнеса 2 природоохранная деятельность и взаимодействие со СМИ требуют дополнительных мер по повышению эффективности.

Предложенная методика комплексной является новым шагом на пути развития системы управления социальной ответственностью бизнеса, позволяющим получить более детальное представление о значимости социальной ответственности для повышения экономической эффективности бизнеса.

Література

1. Конституция Российской Федерации. – М.: Юридическая литература, 1997. – 64с.
2. Гражданский кодекс РФ. – Ч. 1 от 30.11.1994 г. №51-ФЗ
3. Доклад о социальных инвестициях в России. – М.: Ассоциация менеджеров России, 2004.
4. Долгушкин Н.К., Краснов А.В., Рак Н.Г. Концепция социально ориентированной региональной экономики сельского хозяйства. – М.: ФГНУ «Росинформагротех», 2007.
5. Оценка влияния программ корпоративной социальной ответственности на имидж компании /Под ред. С.Е. Литовченко, В.А. Евсеева, И.С. Жукова, Я.В. Семёнова, П.А. Чувиляева. – М.: Ассоциация менеджеров, 2006.

Попова В.В.,

*канд. екон. наук, доцент кафедры менеджменту ім. проф. Й.С. Завадського
Національного аграрного університету*

*Інструментарій організаційно-економічного механізму
управління розвитком національної
макросистеми*

У сучасній Україні, незважаючи на рішучі кроки до принципово нових інституціонально-господарських умов, ось уже більш як півтора десятиріччя виконання вимоги досягнення стану стабільного розвитку суспільства поки що має переважно декларативний характер. Аналіз складових української економіки (структури, джерел формування і розподілу ВВП, характеру експортно-імпорتنних операцій, ефективності промислового виробництва, стану споживчого сектору) засвідчив, що виявлені диспропорції і перекося спричинені глибокими історичними коренями теоретико-методологічних підходів до розробки і запровадження інструментарію організаційно-економічного механізму управління розвитком національної макросистеми [1].

У досвіді світової економіки постановка питання про правомірний ступінь втручання держави у діяльність незалежних суб'єктів господарювання не є принципово новим явищем. Чисельні теоретичні обґрунтування джерел недосконалості ринкових регуляторів надали західні вчені-економісти ще у 30-х роках минулого століття. Кілька десятиліть практики становлення господарських систем у США і Західній Європі довели неспроможність виключно ринкових регуляторів сформувати досконалі господарські пропорції і структуру національного господарства [2]. В Україні до фактичної відсутності внутрішніх ринкових регуляторів і постійних проявів господарських проблем макроекономічного рівня, що мають глибокі історичні корені, додався зовнішній деструктивний вплив, що призвело до найгіршого з 24 інституціонально-господарських шляхів формування ВВП, котрий супроводжується стани перманентної системної кризи [3].

Наша стаття присвячена дослідженню, співставленню та оцінці інструментарію організаційно-економічного механізму управління розвитком у різних системах господарювання.

За роки становлення незалежної національної економіки, успадкований від СРСР економічний потенціал України скоротився майже на половину. Слід зазначити принципову відмінність джерел минулих і сучасних макроекономічних диспропорцій, які за своєю суттю прямо протилежні. Якщо в СРСР деструктивні зміни відбувалися за умов тотального урядового контролю діяльності господарських суб'єктів, то в Україні перших років незалежності спостерігається повна відсутність цілеспрямованого державного регулюючого впливу на функціонування виробничого і споживчого секторів економіки. Для виходу на шлях формування системи державного регулювання України у межах зазначених орієнтирів потрібно подолання інституціональних протиріч залишкового характеру. Йдеться про національний досвід гальмуючого тиску «економічної диктатури» Держплану СРСР, суб'єкти, об'єкти, способи і методи прояву якої радикально різняться від тих, котрі використовуються в ринковій (змішаній) економіці (табл.1).

Таблиця 1

Інституціональні відмінності систем державного регулювання

Елементи	Командно-розподільча економіка	Змішана економіка
Суб'єкти	Держплан	Підприємство, галузь
Об'єкти	Підприємство	Види діяльності, галузі економіки, промислові регіони
Методи	Командні	Економічні, донорські, протекціоністські
Способи	Прямий вплив	Функціональний вплив

Уряд будь-якої країни у складні періоди, наприклад, післявоєнного занепаду, економічних криз, переходу від одного інституціонального устрою до іншого, підсилює свою розподільчу функцію і контроль ринкових регуляторів. Регулююча функція держави не обмежується вимогами подолання ринкового хаосу заходами організації соціального забезпечення, формуванням загальнонаціональної інформаційної і транспортної інфраструктури, усуненням джерел несприятливої для розвитку ринкової кон'юнктури. У просуванні від однієї крайньої позиції економічної політики (командно-розподільча економіка) до іншої (змішана економіка) потрібні науково обгрунтовані концептуальні орієнтири, система яких підпорядкована необхідності виходу на стійкий тренд макроекономічного розвитку. Задача полягає у логічному розміщенні пріоритетів встановлення планових орієнтирів з обранням відповідних інструментів впливу і використанням адекватних механізмів координації (табл. 2).

Таблиця 2

Інструментарій регулювання економічної діяльності суб'єктів підприємництва

№ з/п	Командно-розподільча економіка	Змішана економіка
1.	Загальний обсяг реалізованої продукції	Контракти, квоти і ліцензії
2.	Випуск найважливіших видів продукції у натуральному вираженні	Формування структури економіки за галузевими пріоритетами
3.	Загальний фонд заробітної плати	Мінімальна погодинна заробітна плата
4.	Нормування прибутку	Ринкові регулятори
5.	Нормування рентабельності	Обмеження рентабельності
6.	Платежі до бюджету	Податкові регулятори
7.	Пряме асигнування з бюджету	Державні дотації, податкові пільги і пільгові кредити
8.	Загальний обсяг централізованих капіталовкладень	Стимулювання інвестиційної діяльності
9.	Планове освоєння нових видів продукції	Підтримка наукових досліджень та розробок
10.	Регламентування матеріально-технічного забезпечення виробництва	Вільний вибір постачальників
11.	Завдання зі зростання продуктивності праці	Нарощування ефективності виробництва в умовах конкуренції
12.	Встановлення фіксованих цін	Регулювання цін і цінова підтримка
13.	Адміністративне виключення конкуренції	Протекціоністська, антидемпінгова та антимонопольна політика
14.	Монополія держави на зовнішню торгівлю	Стимулювання і регулювання експорту
15.	Госпрозрахунок і соцзмагання	Вільна конкуренція

За сучасних умов радикальних перетворень національної економіки лідируюче місце у науковій і господарській проблематиці має вирішення питань пошуку джерел і раціонального розподілу інвестиційних надходжень, неузгодженість яких є однією з основних причин виникнення економічних циклів і криз. За умов командно-розподільчої економіки, нормативний підхід до інвестування зі слабкою залежністю від результатів господарської діяльності повністю усуває можливість виникнення ситуації як надвиробництва, так і банкрутства, у будь-якій галузі. Однак, централізоване планування капітальних вкладень, незважаючи на тотальний контроль у процесі їх освоєння, також призводить до марних витрат через відсутність мотивації до ощадливого і раціонального їх використання на рівні підприємства.

Проміжне положення між цими двома крайностями займає індикативне планування розвитку економіки з прогнозним регулюванням зміни попиту. Такий досвід планомірного і цілеспрямо-

ваного регулювання ринковими процесами накопичений у розвинутих країнах, а найбільш успішні системи базуються на досвіді Радянського Союзу і напрацьовані у Франції та Японії. На відміну від системи централізованого директивного планування такі плани не є примусово обов'язковими і державою не переслідується мета знищення підприємницької ініціативи. Їх використання дозволяє запровадити плановий елемент у стихію ринку і у такий спосіб знизити відхилення від поступального тренду макроекономічного розвитку національної економіки.

За такого підходу до планування задача держави полягає не у тому, щоб формувати і контролювати виробничо-комерційні зв'язки між підприємствами і перерозподіляти ресурси у натурально-речовинній формі, а у тому, щоб утримувати відносну макроекономічну стабільність, яка втілюється в розробці відповідних механізмів і заходів державного регулювання. Аналітичне переосмислення успадкованого досвіду командно-розподільного управління і закордонної практики реалізації ринкового регулювання дозволяє позначити перспективні орієнтири системного державного регулювання української економіки.

Логіці розробки і реалізації системи галузевих пріоритетів підпорядковані спрямованість і послідовність державного регулюючого впливу. На урядовому рівні з залученням наукових кадрів визначаються ті галузі, що мають стратегічне значення для створення умов випереджального нарощування результативності національної макросистеми. Відповідно до загальної стратегії розвитку національної макросистеми і на конкретний часовий період визначаються інфраструктурні елементи взаємодії ринкових суб'єктів і механізмів державного регулювання.

Як основні засоби підтримки індикативних параметрів, використовуються система оподаткування і державне фінансування локального цільового характеру. Коли економічні позиції підприємств і галузей міцнішають, елементи безпосереднього державного втручання (пряме фінансування, індивідуальні податкові пільги) у їх діяльність відходять на другий план з переносом акцентів на розширення масштабів індикативного регулювання.

Для входження в стабільну систему індикативного планування за сучасного стану української економіки потрібна розробка і реалізація радикальних інституціонально-господарських перетворень, які можуть бути виконані на рівні Центру стабілізації економіки і Консультаційної ради з проблем національної галузевої реструктуризації. Ціль таких органів полягає у концентрації інтелектуальних ресурсів, фінансових засобів і робочої сили на відновленні не тільки життєво важливих галузей економіки, а й усієї виробничо-споживчої інфраструктури країни. Конкретизація дій цих органів здійснюється на рівні відповідних міністерств у межах галузевих центрів.

Організаційно-економічний механізм управління розвитком національної макросистеми передбачає досягнення високого рівня макроекономічної результативності і вимагає виконання умов принципового характеру, а саме:

- розробки політики створення держави зі стійкими параметрами макроекономічного розвитку з формуванням інституціонально-господарського устрою, спрямованого на постійне напрацювання способів адекватної і своєчасної реакції на зовнішні і внутрішні виклики;
- забезпечення своєчасних прогресивних зрушень у промисловій структурі, підпорядкованих виконанню задачі формування основ індикативного планування з орієнтацією на систему галузевих пріоритетів;
- вирішення першочергової задачі завершення етапу переходу виробничого сектора на нові умови господарювання і виходу на цільові орієнтири результативності з переорієнтацією, скороченням чи ліквідацією тих депресивних галузей, що не співвідносяться зі стратегією загальнодержавної промислової політики;
- активного підключення до регулюючого впливу державних органів ринкових механізмів з вирішенням питань підвищення продуктивності праці і конкурентоспроможності продукції;
- зміни форм і характеру втручання держави в діяльність приватних підприємств і компаній з чіткими межами досягнення цільових настанов на стимулювання їх виробничо-інвестиційної активності.

Література

1. Попова В.В., Попов В.Ю. Реалії і перспективи економічного зростання в Україні // Економіка України. — 2005. — №6. — С. 23–39; Попова В.В., Попов В.Ю. Підсумки та напрями інвестиційної політики в Україні // Економіка України. — 2007. — №5. — С. 35–42; Попова В.В. Динаміка структури ВВП в Україні // Статистика України. — 2006. — №1. — С.35–41; Попова В.В. Міжгалузеві орієнтири формування ВВП в Україні // Статистика України. — 2007. — №3. — С. 44–50; Попова В.В. Оцінка якісних параметрів формування ВВП // Фінанси України. — 2005. —

- №12. — С. 95-103; Попова В.В. Оцінка розвитку макроекономічних систем на підставі показника ВВП // Фінанси України. — 2006. — №6. — С.77-85.
2. Афталион А. Периодические кризисы перепроизводства: В 2 т. — М.-Л., 1930. — Т. 1, 2; Гэлбрейт Дж.К. Экономические теории и цели общества. — М.: Экономика, 1976. — 317 с.; Кейнс Дж, М. Общая теория занятости, процента и денег Кондратьев Н.Д. Основные проблемы экономической статики и динамики. — М.: Наука, 1991. — 567 с.; Милль Дж. С. Основы политической экономии: Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1980. — 496 с.; Митчелл У.К. Экономические циклы. Проблема и ее постановка. — М.-Л.: ГИЗ, 1930. — 451 с.; Хансен Э. Экономические циклы и национальный доход. — М.: Экономика, 1997. — Т. 2. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Общ. ред. А.Г. Милейковского. — М.: Прогресс, 1982. — 456 с.
 3. Попова В.В. Інституціонально-господарські орієнтири формування ВВП // Економіка України. — 2006. — №2. — С. 27-33.

Попов В.Ю.,

*канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту ім. проф. Й.С.Завадського
Національного аграрного університету*

Соціально-економічні функції держави у транзитивній економіці

Однією із складових реформування національної економіки є визначення ролі та місця держави у соціально-економічних процесах. Цілі розробки та впровадження ефективної регуляторної політики зосереджені на необхідності досягнення рівня розвинутих країн, з врахуванням особливостей розвитку та напрямку транзиту сучасної України. Вирішення питання ускладнюється тим, що досвід розпочатого два-три століття тому процесу формування ринкової економіки, досі не дає чіткої відповіді на принципове питання оптимального запровадження механізмів жорсткого державного управління. Достеменно відомо тільки те, що функціонування ринку при повному невтручанні держави в економічні процеси (*Laissez faire*) не здатне забезпечити рівних соціальних можливостей. Транзит економіки України має таку саму мету, але здійснюється за протилежного спрямування: перехід до ринкових відносин пролягає через подолання вад безпосереднього державного управління виключно всіма соціально-економічними процесами.

Вирішенню питань визначення ролі і місця держави присвячено багато праць як вітчизняних науковців, так і закордонних. Ці проблеми досліджують В.Геєць, Б.Кваснюк, Е.Лібанова, О. Осауленко, В.Новицький, В.Іноземцев, Дж.Стігліц, В.Фішер, та ін. Але проблеми транзиту від адміністративно-командної економіки до ринкової є настільки унікальними, що дослідження ролі держави у цьому процесі все ще не дають однозначних відповідей.

Загальновідомими економічними функціями держави є забезпечення правового підґрунтя та соціального клімату, які сприяють ефективному функціонуванню економіки: підтримка конкуренції, перерозподіл доходів та матеріальних благ, регулювання розподілу ресурсів для забезпечення суспільними виробами, корегування побічних ефектів, стабілізація економіки [1, с. 200]. Велику роль відіграє держава у визначенні умов конкуренції, функціонуванні цивілізованого ринку, розробці та запровадженні антимонопольної політики [2], фіскально-грошовій політиці та міжнародному обміні [3, розд.10, 14, 19, 21], у формуванні та забезпеченні збалансованого державного бюджету та стабільному економічному зростанні [4, розд.7, 15].

В Україні восьмий рік поспіль відбувається економічне зростання, а національна економіка демонструє позитивні темпи приросту ВВП. Але це відбувається на тлі «... найбільш суттєвих соціальних диспропорцій, накопичених за попередні роки: масової бідності, небаченого майнового розшарування суспільства, безробіття, злиденності умов життя технічної та творчої інтелігенції, працівників бюджетної сфери, пенсіонерів, інвалідів. Ці ганебні для європейської держави явища відбувалися на тлі асоціальної поведінки бізнес-еліти – масового вивозу капіталу, поширення непрозорої приватизації державного майна, корупції, зрощування влади і бізнесу та отримання необґрунтованих податкових пільг, привласнення бюджетних коштів, контрабанди, використання монопольного становища на ринках тощо» [5, с. 78]. Тобто, проблеми ролі держави у транзитивній економіці ускладнюються тим, що потрібне подолання відриву результатів економічного розвитку від реального добробуту громадян [6]. Специфіка економічного зростання в Україні (переважно за рахунок валового прибутку, змішаного доходу в доходній частині формування ВВП, видобувних

галузей та первинної обробки сировини за видами економічної діяльності, експортно-імпортного сальдо у витратній частині ВВП) сприяє формуванню такого макросоціального профілю, який не відповідає статусу розвинутих країн Західної Європи [7].

У статті досліджуються економічні функції держави та цілі регуляторної політики зіставленням різних систем господарювання та обґрунтовується необхідність спрямування транзиту національної економіки.

Нові економічні умови господарювання в Україні висувають високі вимоги до держави, адже розвиток руху національного господарства від адміністративно-командної економіки до сучасного цивілізованого ринку пов'язаний з суттєвими змінами. Роками напрацьовані функції держави в частині регуляторної політики, притаманні ринковій економіці і спрямовані на забезпечення найбільш бажаних соціальних результатів – підвищення життєвого рівня та добробуту населення, зменшення злиденності, безробіття та майнового розшарування, за окреслених вище умов транзиту потребують суттєвої модифікації.

Принципової відмінності між економічними функціями держави за різних умов господарювання майже не існує, але механізми та методи їх запровадження, цілі регуляторної політики та її інструменти докорінно відрізняються (табл.). За різних умов господарювання, форм власності та координаційних механізмів, застосовуються різні засоби впливу, а регуляторна політика переслідує дещо відмінні цілі. У ринковій економіці (змішаній) при розробці регуляторної політики велику роль відіграють механізми бюджетно-податкової та кредитно-грошової політики та антимонопольне законодавство у межах відповідної антимонопольної політики. Адміністративно-командне управління, яке довгі роки експлуатувалося в Україні, переслідувало принципово відмінні цілі та було побудоване на інших засадах, а тому і таких механізмів у ньому не могло бути апіорі.

Таблиця

Економічні функції держави та цілі регуляторної політики за різних координаційних механізмів та форм власності

№ з/п	Економічні функції	Цілі регуляторної політики:	
		В адміністративно-командній економіці	У ринковій (змішаній) економіці
1.	Забезпечення правової бази	Створення підґрунтя для безперешкодного функціонування виключно державної (частково колгоспно-кооперативної) форми власності на засоби виробництва	Забезпечення повного права приватної власності, який складає 11 елементів (володіння, використання, управління, на дохід, відчуження, безпечність, передачу нащадкам тощо)
2.	Забезпечення правової бази	Створення підґрунтя для безперешкодного функціонування виключно державної (частково колгоспно-кооперативної) форми власності на засоби виробництва	Забезпечення повного права приватної власності, який складає 11 елементів (володіння, використання, управління, на дохід, відчуження, безпечність, передачу нащадкам тощо)
3.	Створення соціального клімату	Панування соціального утримання, відсутність економічних стимулів та мотивів до трудової діяльності, егалітарна та патерналістська психологія переважної більшості	Зменшення розшарування суспільства за доходами за рахунок фіскальної політики, законодавчого фіксування мінімальної погодинної оплати праці, зменшення безробіття
4.	Підтримка конкуренції	Заохочення соціалістичного змагання за відсутності конкуренції та високого ступеня державної монополії на галузевому рівні	Розробка антимонопольних законів та заходів (контролювання цін, обсягів виробництва і продажу, ринкових бар'єрів, якості товарів, тощо)
5.	Перерозподіл доходів та матеріальних благ	Безпосередній перерозподіл доходів державою, з дотацією збиткових підприємств та галузей	Опосередкований перерозподіл доходів та матеріальних благ механізмами бюджетно-податкової та грошово-кредитної політики
6.	Регулювання розподілу ресурсів	Централізований державний розподіл ресурсів відповідними інституціями (Держплан, міністерства, відомства, тощо)	Розподіл ресурсів переважно ринковими механізмами на засадах ефективності використання (ціна, затрати на виробництво, конкурентоспроможність продукції)

7.	Стабілізація економіки	Планування розвитку національного господарства на основі довгострокових планів за принципом «від досягнутого»	Опосередкований вплив на інвестиційну активність підприємств – стримування в періоди економічного піднесення та заохочення в періоди депресії
----	------------------------	---	---

Враховуючи спадщину десятиріччями набуваних координаційних механізмів, інституційних структур та законодавства, світогляду більшості управлінців, а також повну відсутність механізмів регулювання, притаманних ринковій економіці, соціальна відповідальність держави перед суспільством у частині забезпечення рівних можливостей у освіті, охороні здоров'я та захисті навколишнього середовища значно посилюється. Форсована приватизація, лібералізація зовнішньої торгівлі та цін автоматично не створили механізмів та регуляторів цивілізованої ринкової економіки, а тільки призвели до значного розшарування суспільства за доходами. Відсутність контролю з боку суспільства та відповідного законодавства спровокували високу монополізацію та зухвалу цінову поведінку за високого ступеня морального і фізичного зносу обладнання та значного скорочення робочих місць. Нерозвинутість кредитних ринків, нездоланні бар'єри входження в бізнес спричинили високий ступінь безробіття та витіснили значну частку економічно активного населення поза межі національних кордонів України.

Для успішного розвитку країни потрібна наявність фінансових ресурсів в достатній кількості, людський капітал, який має високий рівень освіти та підприємницькі навички, а також відповідні національні інститути. З цього Україні в спадщину від Радянського Союзу залишилась лише відносно конкурентоспроможна система освіти. Підтвердженням тому є попит на вітчизняних спеціалістів (програмістів, інженерів, лікарів, вчителів, будівників) за кордоном. Така ситуація була результатом створення всім рівних умов та можливостей доступу до якісної безкоштовної освіти попереднього періоду.

Докорінна зміна ситуації за умов сьогодення (значне майнове розшарування та різні початкові можливості) за одне-два покоління здатна звести нанівець результати десятиріччями створеної системи підготовки кадрів. Це може призвести до того, що домашні господарства з середніми або низькими доходами без можливості залучення кредитних ресурсів не зможуть забезпечити потенційно високі прибутки від своїх ферм та підприємств, норма прибутку на вкладений капітал яких значно менше від більш заможних. Як наслідок, найбільш здібні діти з малозабезпечених родин не матимуть можливості отримання відповідної освіти та навичок, які дозволять максимізувати власний економічний добробут у майбутньому, створити міцний середній клас та забезпечити сталі темпи економічного зростання країни у цілому.

Особливості історичного минулого України полягають у тому, що висока монополізація промисловості та обмежений доступ до володіння нею партійної номенклатури при відсутності відповідної регуляторної політики та антимонопольного законодавства, спричинили такий розподіл ресурсів та результатів економічної діяльності, який призвів до розшарування суспільства за доходами 1:30 [8], і балансування більшості українців на межі бідності та навіть злиденності [9]. Невелика верства середнього класу, залежний від великого бізнесу, неспроможний контролювати діяльність держави та зробити її суспільно свідомою.

Нерівність можливостей породжує негативні економічні наслідки, які у поєднанні з нерозвинутими ринками (грошовим, ресурсним та товарним) та неефективним державним управлінням призводять до гальмування економічного зростання країни, що, в свою чергу, перешкоджає зменшенню бідності, злиденності та значного розшарування суспільства. Результатом нестабільної економічної ситуації є перманентні соціально-політичні кризи та потрясіння в суспільстві.

Для усунення наслідків недосконалості ринку, політика тотальної централізованої підтримки незахищених верств населення має заміщуватись запровадженням системи регуляторних заходів стимулювання економічно виправданої трудової діяльності. У транзитивній економіці повинні бути підсилені соціальні функції держави в частині заходів бюджетно-кредитної політики, спрямованих на відстеження і відповідне забезпечення рівних можливостей доступу до освіти, охорони здоров'я та захисту навколишнього середовища.

Література

1. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика: Пер. с англ. – В. 2-х т. – Т.2. — М.: Республика, 1992. – 400 с.
2. Віскозі, В. Кіп та ін. Економічна теорія регулювання та антимонопольна політика: Пер.з англ. – К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2004. – 1047 с.

3. Хейне Пол. Экономический образ мышления /Пер.с англ.– М.: Изд-во «Новости», 1991. – 704 с.
4. Мэнкью Н.Г. Принципы макроэкономики. 4-е изд./ Пер.с англ. – СПб.: Питер, 2008. – 544 с.
5. Послання Президента України до Верховної Ради України про внутрішнє і зовнішнє становище України у 2005 році. — К.: Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України, 2005. – 182 с.
6. Там само.
7. Попов В.Ю. Соціально-економічні наслідки інвестиційної політики в Україні // Формування ринкових відносин в Україні: 36. наук. праць (НДЕІ). Вип. 9 (76)/ Наук. ред. І.К.Бондар. – К., 2007. — С. 88–93.
8. Папієв М. Світовий досвід застосування соціальних стандартів //Економіка України. – 2004. – № 1. – С. 4, 5.
9. Мочерний С. Національний та економічний суверенітет країни //Економіка України. – 2005. – № 10. – С. 4–13.

Потанчук Г.Ю.,

*аспірант кафедри економічної теорії
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

Реформування сектора державної власності у контексті соціальної відповідальності держави

Термін «соціальна відповідальність» сьогодні широко використовується теоретиками та практиками при дослідженні приватного, зокрема корпоративного, сектора вітчизняної економіки. З одного боку, це відповідає стадії розвитку відносин власності у країнах з розвинутою ринковою економікою. З іншого, – питання ролі державної власності у підвищенні рівня соціально-економічного розвитку згаданих вище країни стає все більш актуальним.

В Україні сьогодні значна частка підприємств все ще залишається у власності держави, визначити точну їх вартість неможливо з причини відсутності офіційної статистики. Те ж саме стосується і долі підприємств державного сектору у ВВП країни. Відсутність звітної дисципліни, а також тісне переплетіння державних підприємств з приватними господарськими структурами ускладнюють аналіз цієї проблеми.

Проте, держава наразі залишається активним суб'єктом економічних відносин, що виявляється, перш за все, безпосередньо у функціонуванні її власного економічного базису – державної власності, та її взаємодії з приватним сектором економіки. Специфічною рисою держави, як такого суб'єкта, є її визначальна роль у підвищенні життєвого рівня не лише населення, зайнятого на державних підприємствах, а й решти громадян країни.

До різноманітних аспектів проблеми соціальної відповідальності держави в контексті реформування відносин власності в Україні звертаються провідні вітчизняні науковці: А. Чухно, П. Єщенко, В. Мандибура, І. Жадан, О. Канов, М. Чечетов, А. Гальчинський та ін. Проте аналіз та пошук шляхів вдосконалення вище зазначеної проблеми не може мати завершення, оскільки відносини власності є такими, що динамічно розвиваються відповідно до вимог побудови ринкової економіки в країні. До того ж, вкрай важливо сьогодні, коли пік приватизації вже минув, поглиблювати розуміння понятійного змісту системи відносин, які охоплюються поняттям «державна власність», оцінювати якісний зміст процесів, які відбуваються в сфері трансформації сектора державної власності та прямо чи опосередковано впливають на соціально-економічні умови в країні та життєвий рівень населення зокрема. Ця стаття є першою із серії досліджень цієї проблематики, що окреслює загальні напрями та наводить аргументи, що підтверджують актуальність обраних напрямів.

Насамперед визначимо основні особливості державної власності, які підтверджують її статус складного та системного об'єкта дослідження.

1. Державний сектор є механізмом державного регулювання економіки, який дозволяє нівелювати вади ринку через застосування інститутів державного підприємництва та корпоративної участі у діяльності суб'єктів господарювання.

2. Держава не має можливості відмовитися від неефективних виробництв, оскільки керується не стільки мотивами комерційного характеру, скільки соціальними потребами суспільства, щодо якого вона має обов'язки, які і визначають її функції.

3. Державні підприємства – це потужне джерело утворення приватного сектора.

4. Державний сектор здійснює відчутний внесок в економіку країни — усередненою оцінкою (з огляду на зазначену вище проблему відсутності адекватної статистики) долі державного сектора у ВВП країни є приблизно 25 %).

5. Суттєвою перевагою державного сектора економіки перед приватним може бути *здатність держави концентрувати значні ресурси* у загальнонаціональному масштабі, необхідні для реалізації соціальних проектів уряду; направляти їх на розвиток матеріально-технічної та науково-дослідної складових економіки країни. Завдяки зазначеній перевазі, держава може впливати на галузеву структуру економіки, оптимізуючи її відповідно до потреб ринку. При цьому цей сектор економіки не бере участі у ринкових перетвореннях.

6. Державні підприємства у країнах з розвинутою ринковою економікою є дієвим інструментом держави для проведення цінової політики у певній галузі, політики заробітної плати та соціального захисту найманих працівників по країні у цілому, регулювання фінансових відносин, здійснення антимонопольних заходів тощо.

Отже, державний сектор, як це має місце у країнах з розвинутою ринковою економікою, повинен бути тим специфічним механізмом, який держава використовує для виконання своїх політичних, економічних, соціальних, екологічних, культурних та просвітницьких функцій. При цьому міра можливої та необхідної поведінки держави, як специфічного суб'єкта права власності, має бути покладена в основу визначення організаційних форм та правових засад реалізації державою її функцій власника [10].

Соціальна відповідальність держави як суб'єкта підприємництва, полягає насамперед у відкритості державного сектора для громадянського контролю, що б зробило неможливими зловживання, розкрадання державного майна та безкарність осіб, які відповідають за стратегічне та оперативне функціонування згаданих підприємств. Згідно зі статистикою Фонду державного майна України, отриманої внаслідок проведення інвентаризації об'єктів державної власності на рівні юридичних осіб, станом на 08.11.2007 р. кількість підприємств, по яких державні установи не прозвітували, становить 81 [3]. Зазначимо, що управління об'єктами державної власності сьогодні є досить розпорошеним – лише серед тих, хто прозвітував на вказану вище дату, 92 становлять міністерства та органи державного управління зі спеціальним статусом, а також 31 державна адміністрація. За таких умов здійснювати адекватний вимогам ринку та міжнародних організацій контроль за діяльністю управляючих органів практично неможливий.

Іншим актуальним аспектом соціальної відповідальності держави як власника, є регулювання рівня заробітної плати у розрізі підприємств різних форм власності та галузей економіки. Незважаючи на збереження в 2007 р. тенденції до збільшення частки заробітної плати у структурі доходів населення (за 11 місяців 2007 р. вона становить 42,6 %), частка працівників, яким нарахована заробітна плата нижче прожиткового мінімуму у I півріччі 2007 р. становила 19,1 % [2]. До того ж, одним із пріоритетів соціальної відповідальності держави у «зарплатному» напрямі повинно стати вирівнювання рівня заробітної плати за видами економічної діяльності. Це зумовлено значною диференціацією рівня оплати праці за видами економічної діяльності – найбільший зиск від економічного зростання минулого року, за даними Держкомстату, отримали 10 % населення із найвищими доходами: у середньому за першу половину 2007 р. їх надходження збільшилися в номінальному вимірі на 24 %, тоді як доходи решти населення зросли на 16–17 % [2].

Щодо побудови оптимальної структури економіки держава шляхом трансформації сектору суспільної власності може і повинна впливати на розподіл ресурсів між основними галузями. Так, у структурному поділі основними рушіями зростання ВВП України у 2007 р. слід вважати прискорення темпів зростання в переробній промисловості, додана вартість в якій за 11 місяців попереднього року збільшилася на 12,9 %, у будівництві (11,3 %) та оптовій і роздрібній торгівлі (17,4 %) [2]. Зазначимо, що в Україні, як країні із потенційно потужними позиціями у галузі сільського господарства, у 2007 р. суттєво погіршилося становище у згаданому секторі (спад дорівнював 5,2 %). Сповільнився ріст у добувній промисловості, виробництві та розподілі електроенергії, газу та води, транспортній галузі. Отже, з наведених даних бачимо, що спаду зазнали підприємства, переважна більшість яких належить до об'єктів державної власності.

Соціальна «безвідповідальність» держави, згідно з визначеною нами схемою основних напрямів діяльності держави у розрізі її основних особливостей, проявляється також і у невиваженості політики регулювання інвестицій в економіку країни. Так, структура інвестиційних витрат залишається малоєфективною та не орієнтованою на реалізацію стратегічних пріоритетів економічного розвитку. «Структура інвестиційної динаміки спрямована, насамперед, на консервацію наявної неефективної структури промисловості України», – зазначено у «Експертній доповіді» [2],

підготовленої фахівцями Національного інституту стратегічних досліджень за результатами розв'язку економіки країни у 2007 р. У цьому контексті можна згадати праці А. Гальчинського «Власність, яка вона є. Чи зможемо подолати глибоку реформованість?» семирічної давнини, де науковець наголошував на існуванні в Україні «віртуального перерозподілу власності». Так, інвестиції у перманентний перерозподіл власності, на думку А. Гальчинського, приносять у багато разів більші прибутки (доходи), ніж господарська діяльність. «Джерелом зазначених доходів є, як правило, не розширення та вдосконалення основних фондів, а їх фактичне «проїдання», – наголошено у доповіді. У процесі цього «віртуального перерозподілу» власності відбувається звужене відтворення ресурсної бази, а отже, й суспільного багатства у цілому. А останнє саме і є сферою соціальної відповідальності держави, зокрема у галузі трансформації відносин власності (роздержавлення, приватизації, реприватизації тощо).

На підтвердження викладеного вище, зазначимо, що основна маса приросту ВВП у 2007 р. була забезпечена металургією та харчовою промисловістю (69,9 та 44,1 % відповідно). Отже, високотехнологічні та наукомісткі виробництва знову не отримали належного фінансування, що у поточному році визначатиме експортний потенціал України як сировинно-орієнтований. Зазначене є додатковим ризиком у контексті приєднання України до СОТ.

Певним зрушенням у позитивний бік у цьому питанні можна вважати прийняте наприкінці грудня 2007 р. розпорядження Кабінету Міністрів України [9], яке забороняє відчуження об'єктів державної власності (крім державного майна, яке відчужується відповідно до законодавства про приватизацію), вносити їх до статутного фонду суб'єктів господарювання, передачу у комунальну власність, укладення нових договорів оренди об'єктів державної власності тощо.

Згідно з результатами проведених в Україні досліджень, більш як третина комерційних організацій не бере безпосередньої участі у підтримці соціального розвитку [8]. За даними дослідження проекту AISEC, найменша поінформованість про соціальну відповідальність вітчизняного бізнесу характерна для підприємств транспорту та тих, що надають побутові і комунальні послуги – 52,9 і 57,5 % відповідно. Найбільше інформовані про концепцію соціально відповідального бізнесу компанії фінансового сектора (94 %), виробництва промислових товарів (84,5 %) і торгівлі (83,2 %) [8].

Значні відмінності за згаданим параметром спостерігаються на регіональному рівні. У Києві та Київській області поінформованість про соціальну відповідальність продемонструвало 90,7 % опитаних компаній, то у Львові та області – тільки 62,9 %, а у Донецьку й області – 61,5 % компаній [8]. За таких умов, підвищується виховна роль державного сектора економіки у підвищенні загальнонаціонального рівня соціальної відповідальності підприємців усіх форм власності.

Отже, соціальна відповідальність держави за сучасних умов не обмежується самим лише сектором державних підприємств, а вимагає вирішення широкого кола питань, кожне з яких є об'єктом нашого окремого дослідження.

Література

1. Чухно А.А. Твори: У 3 т. /НАН України, Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Наук.-дослід. фін. ін-т при М-ві фін. України. – Т. 1: Становлення і розвиток ринкової економіки. – К., 2006. – 592 с.
2. Експертна доповідь: «Україна в 2007 році: внутрішнє і зовнішнє становище та перспективи розвитку» /www.niss.gov.ua/ – Офіційний сайт Національного інституту стратегічних досліджень.
3. www.spfu.gov.ua/ – Офіційний сайт Фонду державного майна України.
4. Єщенко П.С., Палкін Ю.І. Сучасна економіка: Навч. посіб. – К.: Вища школа, 2005. – 327 с.: іл.
5. Канов О. Моделі розвитку державної власності: історичний досвід ХХ ст. // Економіка України. – 2004. – № 4. – С. 72–79.
6. Четов М. Жадан І. Концептуальні засади управління об'єктами державної власності // Економіка України. – 2005. – № 2. – С. 20–31.
7. Державна програма приватизації на 2008-2010 рр. / www.spfu.gov.ua.
8. В.Жук. Напрями підвищення соціальної відповідальності бізнесу на місцевому рівні /www.niss.gov.ua/Monitor/November/13.htm.
9. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 грудня 2007 р. № 1231-р Київ «Деякі питання розпорядження об'єктами державної власності».
10. Четов М. Трансформація відносин власності в Україні правовий аспект // Економіка України. – 2004. – № 9. – С. 4–13.

Прокопенко О.П.,

аспірантка

Науково-дослідного економічного інституту

Ефективність соціальної політики за умов трансформації. Інвестиційний аспект

Україна, як і інші країни Європи, переживає період радикальних змін, пов'язаних насамперед з трансформацією всіх сфер соціального життя. В зв'язку з цим набуває особливого значення ефективність соціальної політики держави, адже соціально-економічні потреби є найважливішою ланкою відтворювального процесу, що викликає необхідність асигнувань великих і постійно зростаючих витрат суспільних ресурсів на розвиток галузей соціальної сфери. Одним із джерел фінансування соціальних програм є інвестиції, а тому активізація інвестиційної діяльності в Україні є вагомим чинником у вирішенні основних соціальних завдань.

Питанням розробки та вдосконалення механізму державної соціальної політики, а також побудови ефективних моделей соціально-економічного розвитку присвячено праці таких вчених: І. Петрова, Г.О. Харламова, О.В. Пирог, С. Дрогунцов, Д. Полозенко, А.А. Даниленко, М.М. Недашківський, В. Приймак, Г. Щокін.

Слід також зазначити, що проблеми залучення інвестицій в економіку держави широко дискутуються в наукових працях провідних учених України та світу. Зокрема заслуговують на увагу дослідження О.В. Гаврилюка, М.С. Герасимчука, У. Шарпа, Д. Бейлі, Г. Александера та ін.

Метою цієї статті є узагальнення теоретико-методологічних засад залучення інвестицій в економіку країни та визначення механізму їх впливу на розвиток соціальної сфери.

Успіх економічних реформ за умов трансформації залежить від проведення зваженої соціальної політики. Протягом останніх років в Україні відбулися певні позитивні зрушення у вирішенні соціальних проблем, але основні проблеми так і залишаються невирішеними. Так, не забезпечено належного рівня захисту базових пріоритетів, насамперед у сфері освіти, охорони здоров'я і надання соціальної допомоги, соціального захисту та зайнятості населення. Такий стан соціальної сфери обумовлюється насамперед дією загальноекономічних чинників, а саме: недоліками у реформуванні вітчизняного промислового виробництва, значною тінізацією економіки, низькою інвестиційною активністю країни, недосконалістю законодавчої бази та недостатнім рівнем державного регулювання соціальних та економічних процесів.

Отже, соціальна політика держави має носити активний характер. На сьогоднішній день моносуб'єктність держави у виконанні соціальних програм гальмує розвиток соціальної сфери. А.В. Сивак у своїх працях підкреслює необхідність залучення суб'єктів господарювання різних форм власності до вирішення соціальних проблем, причому регламентуючи їх діяльність як суб'єктів соціальної держави [1, с. 174]. Це дасть змогу країні досягти ефективного фінансування соціальних програм і зростання суспільного добробуту.

Вирішення соціальних проблем залежить від багатьох чинників, серед яких провідну роль відіграють інвестиції як складова фінансової стратегії країни.

Інвестиції є найбільш важливим і дефіцитним ресурсом, що дозволяє вдосконалити виробництво, створити додаткові робочі місця, що в остаточному підсумку сприяє зростанню рівня зайнятості населення і відповідно підвищенню якості їх життя. Адже без поліпшення життєвого рівня населення неможливо сформувати надійну соціальну базу розвитку економіки на шляхах ринкових реформ.

Ефективне інвестування соціальних програм стимулює оздоровлення та подальше зростання національної економіки через сприяння додатковому зростанню ВВП, фонду оплати праці, розмірів пенсійних виплат, створенню нових робочих місць тощо.

Як вказує міжнародний досвід, ті країни, яким вдалось залучити значні обсяги інвестицій у соціальну сферу, успішно досягають значних темпів соціально-економічного розвитку. На жаль, в Україні частка інвестицій, спрямованих у соціальну сферу, досить незначна 143,4 % (табл. 1). Це пов'язано із великим строком їх окупності, недосконалістю законодавчої бази у сфері інвестування соціальної інфраструктури та негативним інвестиційним кліматом у державі [2].

Таблиця 1

Інвестиції в основний капітал за видами економічної діяльності

	Освоєно (використано) інвестицій в основний капітал				Темп зростання (спадання) %
	січень-вересень 2007 року тис. грн.	у % до загального обсягу	січень-вересень 2006 року тис. грн.	у % до загального обсягу	
Всього	102125393	100,0	68201421	100,0	149,7
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	5014877	4,9	3830968	4,9	130,9
Рибальство та рибне господарство	7960	0,1	27570	0,1	-28,9
Промисловість	39017534	38,2	26183824	38,2	149,0
Будівництво	3823520	3,7	3154749	3,7	121,2
Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	8217914	8,0	4917967	8,0	167,1
Діяльність готелів та ресторанів	1071556	1,0	681635	1,0	157,2
Діяльність транспорту та зв'язку	17363946	17,0	12746720	17,0	136,2
Фінансова діяльність	2205048	2,2	1228161	2,2	179,5
Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям	21059642	20,6	12503612	20,6	168,4
Державне управління	653374	0,6	353651	0,6	184,8
Освіта	713733	0,7	528192	0,7	135,1
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	1057063	1,0	873837	1,0	121,0
Надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури та спорту	1919226	1,9	1170331	1,9	164,0
Всього по соціальній сфері	3690022	3,6	2572360	3,6	143,4

*За даними бюлетенів Держкомстату України

Проблема інвестиційного забезпечення є однією із найскладніших для України. Її вирішення за умов дефіциту власних фінансових ресурсів неможливе без залучення іноземних інвестицій. Використання їх в економіці країни повинне здійснюватися на основі принципів соціально-економічної ефективності, екологічної і економічної безпеки, взаємовигідності та підтримки пріоритетності державної структурної і відтворювальної політики.

В Україні зростання прямих іноземних інвестицій відбулося тільки за останні роки: якщо у 2002 р. приріст інвестицій становив лише 916.6 млн. доларів США, то вже наприкінці вересня 2007 р. він становив 5238.8 млн. доларів США, що на 35.8 % більше як у 2002 р. [3].

Як видно із даних табл. 2, пік інвестиційної активності припав на 2005 р. – 7843,1 млн. доларів США, що пояснюється сталим економічним розвитком країни, стабільністю нормативно-правової бази та сприятливими політичними умовами.

Одним із факторів, що дестабілізують залучення інвестицій, є недосконалість законодавства України, зокрема законодавчої бази соціальної сфери, яка є надто складною. Чинні сьогодні 46 законодавчих актів щорічно поповнюються новими положеннями та уточненнями. Окремі закони взагалі не розглядаються, цим самим ускладнюючи розподіл коштів на соціальну допомогу та розвиток соціальної інфраструктури.

Хочеться також наголосити і на тому факті, що в організації соціального режиму інвестиційної діяльності, функціонування якого потребує участі багатьох відомств, немає координаційної ланки. А тому, на нашу думку, необхідно на законодавчому рівні створити єдину установу, яка б поєднала у собі функції таких структур як: Фонд сприяння інвестиціям і приватизації, Асоціація спеціальних економічних зон та інших органів виконавчої влади загальної, функціональної та галузевої компетенції, що займаються питаннями інвестиційної діяльності.

Таблиця 2

Приріст прямих іноземних інвестицій

Рік	Млн. доларів США	У % до відповідного періоду попереднього року	На одну особу (доларів США нарастаючим підсумком)
2002	916,6	134,7	144,0
2003	1322,6	144,3	142,6
2004	2252,6	170,3	191,4
2005	7843,1	348,3	359,9
2006	4295,9	54,8	454,6
січень – вересень 2007	5238,8	170,5	576,2

* За даними бюлетенів Держкомстату України

Отже, інвестиції для України за умов інтеграції до світової економіки мають такі позитивні аспекти:

1. Політичний аспект – підвищення політичної довіри до країни, встановлення й розширення політичних зв'язків.
2. Економічний аспект – економічне зростання за рахунок розвитку й інтенсифікації процесів у галузях народного господарства.
3. Соціальний аспект – підвищення рівня добробуту, соціальної захищеності громадян країни, збільшення рівня зайнятості за рахунок створення нових робочих місць.
4. Правовий аспект – можливість розвитку та вдосконалення вже існуючого нормативно-правового поля відповідно до світових стандартів, взаємодія з міжнародними системами.
5. Культурний аспект – взаємне збагачення культури, можливість популяризації своїх традицій, звичаїв, релігії.
6. Науковий аспект – стимулювання інвестицій в наукові проекти дозволить науковцям країни вдосконалити або продовжити свої дослідження, що призведе до скорочення періоду наукового просування країни в процесі інтеграції національних знань.
7. Технічний аспект – поліпшення технічного стану народного господарства, підвищення його продуктивності й потужності.
8. Технологічний аспект – можливість одержання нових високих передових технологій, які є екологічно небезпечними.
9. Екологічний аспект – зниження негативного впливу на навколишнє середовище та здоров'я населення за рахунок використання новітніх технологій і передового устаткування.
10. Загальний аспект – наближення до групи розвинутих країн, поліпшення іміджу держави, підвищення конкурентоспроможності країни, можливість міжнародного співробітництва [4, с. 58].

Отже, Україні сьогодні безперечно потрібні певні перетворення в соціальній сфері, зокрема:

- реформування законодавчо-нормативної бази та її наближення до міжнародних стандартів, відповідно до Європейської соціальної хартії, рішень ООН, конвенції МОП, інших міжнародних норм;
- підвищення життєвого рівня населення, розвитку трудового потенціалу та покращення якості соціального захисту громадян;
- поєднання інвестиційної політики з соціальною політикою, що дасть можливість нормалізувати рух інвестицій по всіх програмах соціального розвитку;
- вдосконалення механізму залучення інвестицій, як внутрішніх, так і зовнішніх, для фінансування соціальної інфраструктури.

Література

1. Сивак А.В. Соціальна держава: від декларацій до втілення // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 3(57). – С. 174
2. Інвестиції в основний капітал за видами економічної діяльності // www.ukrstat.gov.ua
3. Приріст прямих іноземних інвестицій // ukrstat.gov.ua
4. Вайцеховська В.В. Іноземне інвестування в умовах інтеграції у світову економіку // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 8(62). – С. 58.
5. Машталер Т.В., Волошук О.О. Актуальні проблеми соціальної політики та шляхи їх вирішення // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 5(23). – С. 67–69.

Прокопенко А.Л.,

канд. філос. наук, директор Інституту процесів соціального розвитку

Розвиток людського капіталу як форма соціальної відповідальності бізнесу та ключовий фактор лідерства у глобальній економіці

Соціальна відповідальність бізнесу – це діяльність, яка робить сучасний бізнес успішним, та визначає його стійке зростання в майбутньому. Соціальна відповідальність бізнесу – це вклад компанії в економічний, соціальний, культурний розвиток суспільства, що покращує життя людей. Це свідомий та добровільний вибір компанії, який не нав'язується формальними правилами. Сьогодні вже очевидно, що для того, щоб досягти успіху бізнес має базуватись насамперед на етиці відповідальності.

Серед основних напрямів соціальної відповідальності бізнесу (підтримки місцевих громад, захисту навколишнього середовища, ресурсозбереження, етичного ведення бізнесу) виділяється, на нашу думку, найперспективніший напрям – розвиток людини та освіта.

Сучасна конкурентоспроможність бізнесу, що будується, в першу чергу, на ефективності особистості – її знаннях, управлінських якостях, творчості та здатності генерувати нові рішення – визначає новий тип господарства в якому людина є безпосередньою продуктивною силою. Сьогодні відбувається перехід до економіки людських здібностей, в якій людський капітал стає основною та рушійною силою все більш прибуткового та різноманітного виробництва, яке, що важливо, стає все менш матеріало- та енергоємним.

Отже, людський капітал є одним з ключових активів бізнесу, який здатен визначати його конкурентоспроможність в довгостроковій перспективі. Під людським капіталом ми розуміємо сукупність знань, професійних навичок, ціннісних установок, мотивацій та потенцій, що закладена в людині, та використовується нею під час професійної діяльності. Значення людського капіталу та інвестицій у нього в світі щорічно зростає, і ця тенденція зберігатиметься і надалі.

З того моменту, як сучасне господарство почало перетворюватись на економіку, в якій успіх виробничої діяльності залежить від освіти людей, стало зрозуміло, що співробітників необхідно довго і якісно навчати. Інвестиції у людину стали одним з пріоритетних напрямів роботи сучасних корпорацій.

Програми по розвитку соціального капіталу є важливими, оскільки вони забезпечують виконання таких функцій:

- забезпечують високі стандарти виконання професійних завдань;
- посилюють та готують працівників до виконання нових завдань;
- зберігають та розвивають знання та навички;
- готують майбутніх лідерів;
- створюють атмосферу, що стимулює творче мислення та нові рішення;
- підтримують корпоративну культуру;
- мотивують співробітників та створюють конкурентні переваги для компанії.

Розвиток людського капіталу формує інтелектуально-розвинуті трудові ресурси, які окрім професійної підготовки, демонструватимуть успішні риси особистості та, що важливо, здатні приймати правильні рішення за менший час.

Домінуючою стає концепція безперервної освіти. Безперервна освіта – забезпечує постійне підвищення кваліфікації людини, що важливо у сучасних динамічних умовах. Як пише Ф. Фукуяма: «...соціальна нерівність у сучасній Америці головним чином визначається рівнем отриманої освіти» [1].

Поєднання бізнесу та освіти є важливою умовою ефективного функціонування обох сфер. Синергія, що з'являється при взаємодії освіти з сучасними технологіями, та постійна модернізація

цих технологій, що є результатом освіти, визначає контури конкурентоспроможності суспільства. Принцип цієї тенденції – це формування стійких зв'язків, що проявляється в концентрації підприємств у центрах з високим науковим та освітнім потенціалом, та, відповідно, поява освітніх установ, що пов'язані з великими компаніями. Як приклад наведемо Стенфордський університет – основну установу, яка готує фахівців для Силіконової долини – центру світової ІТ-індустрії. Більша частина професорів та викладачів одночасно є консультантами та практиками, що працюють з компаніями Силіконової долини.

Іншим напрямом є організація навчальних центрів та корпоративних університетів, яка стала обов'язковим атрибутом діяльності багатьох компаній. Причини появи таких центрів пояснюються небажанням компанії втрачати прибутки внаслідок децентралізованої, або самостійної підготовки кадрів по ходу виробничої практики – втрати від професійно неготового працівника в компанії перевищують витрати на його професійну підготовку. Інвестиції у людський капітал включають як формальну освіту, так і професійну підготовку в ході виробничої діяльності. Поділ на спеціальні та загальні інвестиції у людський капітал запровадив ще один із засновників теорії людського капіталу, лауреат Нобелівської премії, Г. Бекер [2]. У результаті загальних інвестицій людина набуває знань, що можуть бути використані не в одній, а в різних компаніях; спеціальні ж інвестиції формують знання, що можуть використовуватись за умов лише конкретної компанії.

Більшість корпоративних навчальних центрів не може самостійно забезпечити теоретичну складову підготовки висококваліфікованих спеціалістів. Як правило, ця проблема вирішується взаємодією з вищими навчальними закладами, або бізнес-школами (залежно від профілю навчальних програм).

Успіх в сьогоденній економіці визначається людським капіталом та якістю трудових ресурсів, тому конкуренція між компаніями виникає не тільки у боротьбі за споживача, але також у боротьбі за якісні трудові ресурси. Великі компанії розробляють цілі програми, які здатні забезпечити прихід та лояльність висококваліфікованих працівників. Як стверджують останні аналітичні матеріали журналу Fortune, на ринку високооплачуваних цінних кадрів гроші виявляються не головним фактором у визначенні місця роботи. Компанії формують нові мотиваційні програми – основу яких становить освіта працівників, курси підвищення кваліфікації, медичні страховки, фітнес-центри та можливість брати оплачувані творчі відпустки тривалістю до 1 року. Лідером останнього рейтингу Fortune стала корпорація Google. Компанія, капіталізація, якої динамічно зростає, найбільш цінним своїм активом вважає колектив працівників. Серед соціальних інновацій Google: безкоштовна хімічтка, медична страховка, дитячий садок, харчування від кращих шеф-кухарів, опціональна програма доступна для кожного співробітника. Робочий процес вибудований таким чином, щоб максимально сприяти творчій реалізації співробітника: вільний графік, максимальний захист від стресів та свобода ідей (співробітник має можливість самостійно обирати спосіб вирішення виробничого завдання, а цінність співробітника визначається результатами роботи). Компанія стимулює інновації та завжди вітає всі нові пропозиції співробітників.

Базою для формування людського капіталу є гроші, необхідні для інвестицій у здобуття освіти. Сьогодні все більш явною стає і інша тенденція – людський та соціальний капітал здійснює все більший вплив на економічні результати. Вплив соціальної діяльності, позитивно впливає на економічні показники компаній, що впроваджують цю практику, так і всього суспільства.

Успішний розвиток системи освіти у рамках України неможливий без активної участі бізнесу. Сам бізнес також зацікавлений у розвитку освіти, адже в кінцевому рахунку – саме бізнес є основним споживачем продуктів освіти – співробітників, які сьогодні є головним активом компанії. Тому, бізнес обов'язково має брати участь у розробці сучасних стандартів освіти, і таким чином впливати на якість навчальних програм та освіти в цілому – цю функцію можуть виконувати і окремі потужні компанії, але частіше це завдання для бізнес-асоціацій галузі або індустрії. Такий підхід також поєднує соціальну відповідальність бізнесу перед суспільством та ефективно досягнення бізнес цілей.

Ще одною стороною соціальної відповідальності бізнесу є фінансування освіти, особливо в тих галузях, які потребують оновлення навчально-технічної бази. У наших умовах – головне завдання держави – забезпечити умови в яких реалізація соціальних та освітніх програм буде вигідним для бізнесу.

Розвиток людського капіталу, можна розглядати як таку форму соціальної відповідальності, яка спрямована на довгостроковий розвиток бізнесу та зростання його вартості, через ефективне управління не фінансовими ризиками, доступ до множини джерел інформації, здатність швидко реагувати на кризи та адаптуватись до нових умов, через можливість залучати та утримувати цінних співробітників та розвиток творчого мислення, яке стимулює інновації та надвисокі прибутки.

Література

1. Фукуяма Ф. Великий разрыв /Пер. с англ.; под общ. ред. А.В. Александровой). – М.: Изд-во АСТ, 2003. – 476 с.
2. Becker, Gary S. Human capital: theoretical and empirical analysis, with special reference to education. – N.Y., 1964.

Романова Л.В.,

*докт. екон. наук, професор кафедри маркетингу
АПСВ ФПУ*

Корпоративна соціальна відповідальність за умов глобалізації економіки: культурний контекст

Бізнес здійснює економічну діяльність у суспільному середовищі і для забезпечення її ефективності держава створює відповідні умови. Але метою цієї діяльності є не лише задоволення власних бізнесових інтересів, а також забезпечення якості життя суспільства у цілому. Бізнес повинен не лише отримувати від суспільства, а й віддавати. Необхідність утримання бюджетних організацій; зростання масштабів діяльності підприємств, що створюють не завжди комфортні умови проживання людей; недосконалість і несправедливість розподілу того багатства, яке дане Богом, природою; порушення екології; наявність у суспільстві громадян з проблемами здоров'я, соціальна нерівність, невідповідність у часі життя людини і підприємства – ці та інші фактори обумовлюють необхідність бізнесу нести соціальну відповідальність перед суспільством. Актуальність цієї теми є беззаперечною, тому що соціальні проблеми постійно зростають, а віддача бізнесу є не завжди адекватною. Сьогодні в Україні правильно декларується теза про те, що бізнес приносить користь суспільству за рахунок створення робочих місць, сплати податків. Однак, він має нести відповідальність за суспільну користь, підпорядкування своєї діяльності етичним нормам поведінки, приборкання своїх власних інтересів і влади у випадках, коли це посягає на добробут суспільства і свободу особистості.

У літературі проводяться дослідження цієї проблеми. Зокрема, даються визначення соціальної відповідальності, її складові, оцінка, наслідки. Однак практично немає єдиного визначення, особливо, мало уваги відводиться значенню культурного фактора в економіці, і, відповідно у проблемі соціальної відповідальності. Відповідальність менеджменту перед суспільством полягає у тому, «...щоб зробити власним інтересом те, що первісно є суспільним благом» (П. Друкер).

Для досягнення цього необхідно зрозуміти, що відповідальність бізнесу залежить від: системи і структури цінностей у суспільстві та організації; методів досягнення та реалізації цілей; показників наслідків впливу методів реалізації цілей на організацію у цілому та її складові. Тому ми поставили за мету дослідити роль культурної складової при вивченні проблеми соціальної відповідальності бізнесу.

Існує кілька визначень соціальної відповідальності. Відповідно бізнес-словника соціальна відповідальність – це свідоме відношення суб'єкта соціальної діяльності до вимог соціальної необхідності, громадянського обов'язку, соціальних завдань, норм і цінностей, розуміння наслідків здійснюваної діяльності для певних соціальних груп і осіб, для соціального прогресу суспільства [1]. Зарубіжний менеджмент визначає його як обов'язок керівництва організації здійснювати такі дії, що приводять до зростання рівня благополуччя і відповідають інтересам як суспільства, так і самої компанії Для оцінки корпоративної соціальної відповідальності існує ряд

моделей, одна із яких передбачає чотири критерії: економічний, юридичний, етичний та прийняття на себе відповідальності [2].

Економічна відповідальність компанії передбачає відповідальність за виробництво товарів і послуг з метою отримання і підвищення прибутку. Ця цільова установка запропонована Мільтоном Фрідманом. І хоча у розвинутих країнах Європи і Америки давно відмовилися від неї, в Україні вона є домінуючою.

Юридична відповідальність передбачає досягнення цілей бізнесу лише у рамках закону. Це є також проблематичною сферою в Україні.

Етична відповідальність. Етика бізнесу є специфічною «практичною філософією», що ґрунтується на принципах моральної культури як такої і трансформує її на культуру виробництва та обміну, «мобілізує» культурно-творчу роботу діячів підприємницького процесу — керівника, топ-менеджера, експерта, маркетолога [3]. Слід згодитися, що найнебезпечнішим для суспільства на етапі його системної трансформації є розпад духовного середовища. На місці системи попередніх переконань формується стан своєрідного світоглядного «вакууму». Суспільство дедалі частіше стикається з феноменом збайдужнілої людини, її дедалі більшої відчуженості від трансформаційних перетворень, духовного скепсису. Вихід із такої кризової ситуації, — у відродженні слідування моральним цінностям, нормам та ідеалам, усвідомлення того, що процес «раціоналізації» та «модернізації» життя суспільства, зокрема, його економічної сфери, не має торкатися законів моральності[4].

Прийняття на себе відповідальності. Визнається вищим критерієм соціальної відповідальності компанії, оскільки виходить за рамки очікувань суспільства. Як правило її пов'язують з доброчинністю. В Україні прийнятий Закон України «Про благодійництво та благодійні організації», де благодійництво визначається як добровільна безкорислива пожертва фізичних та юридичних осіб у поданні набувачам матеріальної, фінансової, організаційної та іншої благодійної допомоги і не передбачає одержання прибутків від цієї діяльності. До благодійників відносяться фізичні та юридичні особи. Цим законом меценатство та спонсорство визначаються специфічними формами благодійності. Під меценатством розуміється благодійна діяльність фізичних осіб. Щодо спонсорства, то його визначають як діяльність фізичних і юридичних осіб з метою популяризації свого імені, свого знака для товарів і послуг. Але в Україні спонсорство відносити до благодійності, на нашу думку, некоректно через комерціалізацію мети.

Слід згодитися з тим, що меценатство є діяльністю, спрямованою на майбутнє. Однак не лише у контексті того, що збудовані школи, лікарні, театри, музеї, університети тощо залишаться нащадкам як пам'ять про імена меценатів, але найголовніше — на очищення своєї душі та свого роду. Нерозвинутість меценатства пояснюється тим, що вкрадених грошей, як доводять дослідження вчених, не вкладають у соціальну сферу, не дають бідним. Багаті не знають і не хочуть знати, що багатство дається для того, щоб допомагати бідним удосконалювати свою душу

Реалізація концепції соціальної відповідальності передбачає задоволення потреб споживачів за рахунок високої якості товарів та послуг, потреб і інтересів персоналу, обсяг соціального пакету для найманих працівників, сприяння їх розвитку, коректну поведінку на ринку, охорону навколишнього середовища, визнання принципу розумної достатності, забезпечення прибутковості і зростання корпорації, добродійство [5; 6].

Аналіз стану з реалізацією соціальної відповідальності на практиці засвідчує, що в Україні ще потрібно багато працювати у цьому напрямі. Зокрема, простежується велика різниця в заробітній платі. Наприклад, в Австрії середня вартість 1 робочої години є вищою порівняно з Україною у 10 разів, але товари коштують значно дешевше. Для придбання пральної машини в Україні потрібно відпрацювати 309 год., тоді як в Австрії — лише 20 [7].

Несплата податків, низька якість товарів та послуг, жадоба до наживи і багатства, руйнація екологічного середовища, — ці та інші факти вказують на необхідність кардинальної зміни ситуації. Особливо турбує падіння морального і духовного рівня населення, що супроводжується, в тому числі, алкоголізмом. Причина в тому, що свобода без святості означає рабство залежності від гріха. Вихід ми вбачаємо в необхідності підвищення культурного рівня нації. Адже сучасне розуміння соціальної відповідальності передбачає досягнення комерційного успіху шляхами, що ґрунтуються на етичних нормах і повазі до людей, спільнот і навколишньому середовищу [8].

Сучасна соціально філософська література феномен культури розглядає досить широко і одним із його аспектів є культура підприємництва, від якої залежить рівень не лише ринкових економічних відносин, а й розвитку суспільства [3].

Сьогодні культура набуває все більшого значення в світовому економічному розвитку. Є навіть точка зору про те, що зіткнення цивілізацій буде пов'язане не з ідеологією, а саме з культурою. Незважаючи на процес конвергенції культури у глобальному масштабі, важливість культурних відмінностей зростатиме. Ми підтримуємо точку зору про те, що культура найбільше проявляється в економічній діяльності. Ще Адам Сміт говорив, що економічне життя неможливо зрозуміти окремо від культури.

Звідси є помилковою думка, що економіка є самостійною сферою і управляється лише своїми особливими законами і відділена від іншої частини суспільства. І проблема глобальної конкуренції як політичної, так і економічної, формуватиметься саме у термінах культури, зокрема довіри. Френсіс Фукуяма визначає довіру як очікування членів спільноти, що інші її члени поведуть себе більш менш передбачувано, чесно, з розумінням потреб інших членів на основі загальноприйнятих норм: фундаментальні цінності як віра у Бога, справедливість, чесність та кодекси поведінки [9]. Тому підтримуємо позицію Ю. Тарана, що за низького рівня довіри до державних та соціальних інститутів активність громадян на публічному рівні, скрізь, де фактично має діяти правове поле, – перш за все, у політиці та економіці, – виявляється нульовою.

Ф.Фукуяма визначає довіру вторинно до соціального капіталу, під яким розуміє загальноприйняті норми і цінності, які дозволяють об'єднуватися людям у великі групи і співробітничати. Це забезпечує також і реалізацію бізнесом його значних соціальних можливостей — соціалізацію учасників, у тому числі й вирішення першочергових проблем населення на рівні місцевих громад.

Кожна людина є істотою соціальною, прагне до свободи, вищою ступінню якої є взаємозалежність, тобто, життя в колективі є внутрішньою потребою всього ества людини. І вищими потребами людей, як відомо, є самоствердження і визнання, а значить, слава є двигуном прогресу в усіх сферах: міжнародній, державній, політичній, економічній. Матеріальні блага є важливими, адже на них формуються потреби вищого рівня. Таким чином, робиться висновок про те, що матеріальні потреби та визнання як раціональні мотиви є силами історичного прогресу. Однак, раціоналізм – це сфера, що позбавляє людину совісті і страху смерті. Тому в передових країнах сьогодні робиться акцент на моралі, культурі, що, зокрема, визначає, за Т. Вебленом, яку власність доцільно виставляти на всезагальний огляд.

Культура має пронизувати всі сфери нашого суспільства, починаючи із виховання в сім'ї, обов'язкового вивчення в школах, вузах моральних цінностей та культури поведінки. І, звичайно, потрібно формувати корпоративну культуру, для чого потрібне, як вважає президент ЗАТ «Центр 1000 послуг», внутрішнє духовне зростання співробітників [10]. Погану корпоративну культуру порівнюють з радіацією — її не видно, але вона вбиває. Важливість значення корпоративної культури в США пояснюється наступним. Ще на початку ХХ ст. один із керівників корпорації писав, що гігантизм витравив із корпорації людське взаєморозуміння, симпатію, контакти і природні людські відносини. [11]. І не зважаючи на проведену роботу, опитування в 2004 р. засвідчило, що через падіння продуктивності праці саме через байдужості персоналу економіка США недоотримує близько 300 млрд. доларів щорічно [12]. При цьому підбір кадрів та мотивація співробітників є досить важливою умовою, але недостатньою. Ефективність компанії радикально підвищиться лише тоді, коли співробітники розумітимуть та поділятимуть її цілі і цінності. Досягається це, насамперед, за рахунок корпоративної культури. І чим ефективніша та сильніша внутрішня культура фірми, тим вищий моральний стан і добра воля співробітників, їх зацікавленість та продуктивність. Структурно корпоративна культура має включати ряд складових, зокрема, філософію підприємства, етичні кодекси та стандарти, соціально-психологічну та культуру внутрішніх комунікацій, культуру, пов'язану з подіями та зовнішньої ідентифікації [13].

На основі проведених досліджень можна дійти висновку про те, що саме культура є важливою складовою, від якої залежить ступінь та масштаби соціальної відповідальності, і, відповідно, якість життя.

Література

1. www. Businessvoc. Ru – бизнес – словарь.
2. Дафт Р.Л. Менеджмент. – СПб.: Изд-во «Питер», 2000. – 832с.
3. Сапожник Г. Етика бізнесу як соціоморальна праксеологія.. Мультиверсум. Філософський альманах. — К.: Центр духовної культури, 2005. — № 49.
4. Северин Л. Взаємозв'язок моралі та економіки у вимірах сучасного світу (в контексті ідеї сталого світу). Філософський альманах. — К.: Центр духовної культури. — 2006. — № 54.
5. Нагорнова Н. Украинский бизнес может быть социально активным //Деловая неделя. – 2004. – 10–16 июня.
6. Міжнародний менеджмент: Навч посіб. /За ред. проф.О.Б. Чернеги.- К.: Центр. навч. літ, 2006.- 592с
7. Стефан Шертинг. Забытые потребители. Стратегия маркетинга (июль 2007г.). – М., 2005.
8. Алексева А. Вирус ответственности //Компаньон. – 2008. – № 3. – Январь.
9. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию /Пер. с англ. – М.: АСТ, 2006. – 730 с.
10. Матеріали конференції «Корпоративна культура 2007: чужі тут не ходять»-management.com.ua.
11. Бакан Джоэл. Корпорация: паталогическая погоня за прибылью /Пер.с англ. – М.:ООО «И.Д. Вильямс», 2007. — 288 с.
12. Создание бренда изнутри путем вовлечения сотрудников www.advertologu.ru
13. Дж.О Шонесси. Конкурентный маркетинг: Стратегический подход /Пер.с англ.; под ред. Д.О. Ямпольской. — СПб.: Питер, 2002. — 864 с.

Рудакевич М.І.,

доктор наук з державного управління, професор кафедри ділової комунікації та організаційної поведінки Тернопільського національного економічного університету

Рудакевич О.О.,

Тернопільський національний економічний університет

Корпоративна етика і соціальна відповідальність в утвердженні моральної економічної практики

Активізація уваги вітчизняних науковців і практиків до соціокультурних чинників бізнесу, зокрема соціальної відповідальності зумовлена ростом усвідомлення суспільством негативних суспільних і екологічних наслідків становлення ринкової конкурентної економіки, інтеграцією у міжнародну економіку і потребою утвердження в управлінні бізнесом засад соціального менеджменту тощо [3; 7–9].

Метою цієї розвідки є аналіз сучасних підходів до проблеми соціальної відповідальності та її співвідношення з корпоративною етикою.

Економічне правило підприємницької діяльності, яке відображає її соціальне призначення, вимагає від суб'єкта економічної діяльності отримання високого прибутку. Що стосується його соціальної поведінки, дотримання моральних цінностей і норм, то цей аспект тривалий час не вважався важливим: «справа бізнесу – це бізнес», а не благодійництво, не соціальне забезпечення і, звичайно ж не захист моралі [2]. Така точка зору побутувала в країнах з нині розвинутою ринковою економікою на етапі її становлення. Це не означало заперечення доброчинності в принципі. Вважалось обов'язком заможної людини поставити свій капітал на службу суспільним інтересам однак, допомога не повинна мати характер благодійництва. «Ні людині, ні суспільству не можна постійно допомагати (жертвуючи на благодійництво), допомога повинна носити характер співробітництва, взаємодії» [6, с. 260].

Аналіз зарубіжного досвіду вказав на те, що ідея «соціальної відповідальності» підприємства, яка вважається попередницею ділової (підприємницької) етики, почала розвиватися в США на початку минулого сторіччя як раціональна концепція утвердження моральних засад в економічній практиці. Вимога соціальної відповідальності бізнесу була першим етапом на шляху «подолання міфу про аморальність бізнесу», який був широко розповсюджений у бізнесових колах, а поняття «етика бізнесу» сприймалося як суперечливість у термінах [2;6].

Як відомо, процес розвитку ринку зумовив несприятливий вплив на оточуюче середовище, на життя людей у цілому, що обумовило широкі суспільні протести. Тому бізнес, щоб довести свою легітимність і захистити себе від нападок з боку спільноти змушений був визнати соціальну відповідальність. Під тиском громадськості компанії почали здійснювати і рекламувати доброчинні акції, пожертви, заходи із захисту довкілля, забезпечення належних умов праці, її справедливої оплати тощо.

Орієнтація на етичне регулювання бізнесу в США можна пояснити двома об'єктивними обставинами. По-перше, для економічного успіху підприємства більш важливе значення має те, як воно веде свої справи, тобто етичний рівень, на якому підтримуються його відносини із споживачами, персоналом, іншими підприємствами. Тому наступним кроком у розвитку моральної економічної практики в США стала розробка загального контексту, в якому діяльність бізнесу оцінювалася б з точки зору етики. Так виникла ділова етика, як один із напрямів регулювання підприємницької діяльності і основа етики бізнесу. Вона покликана регулювати моральні, етично-правові та договірно-правові відносини між економічними суб'єктами ринку та індивідуальну етику менеджменту. До її основних завдань належать: виконання норм і правил державного регулювання бізнесу та етики бізнесу; забезпечення законності бізнесу судовою системою, яка служить гарантією стабільності ділових відносин; регулювання відносин бізнесу із споживачами, із суспільством, які носять, насамперед, морально-етичний характер.

З точки зору ділової етики, соціальна відповідальність є показником моральності відносин підприємства із суспільством, а також власним персоналом. Вона виявляється в основних вимогах ділової етики: вірність слову, відповідальність і наполегливість у виконанні договірних зобов'язань, дотримання правил ринкових відносин і законодавства, відкритість для суспільства інформації про діяльність, ділові принципи і моральні цінності тощо. Утвердженню цих вимог в економічну практику сприяло законодавче регулювання окремих питань ведення бізнесу в середині країни і за її межами, зокрема, Закон «Про іноземну корупційну практику», який наклав на підприємства юридичну відповідальність за хабар (1977 р.). У 1998 р. подібні закони були прийняті у країнах Європейського Союзу [1, с.10].

По-друге, досвід вказав на те, що бізнес, як і будь-який інший вид суспільно корисної діяльності, може ефективно функціонувати лише за наявності морально-правових передумов. Це – сукупність правових і етичних норм та правил, які визначають ділову поведінку окремої фірми у національному і міжнародному масштабі, відносини між суб'єктами бізнесу, ними і державними органами, які здійснюють регулювання підприємницької діяльності, судовими органами, споживачами продукції, суспільством у цілому тощо. Їх виникнення – наслідок широкого суспільного руху за моральність бізнесу і влади, який виник у США у 80-х роках минулого сторіччя [2, с.31].

Суспільство зажадало від держави боротьби з корупцією, відповідальності за обмеження монополізму, забезпечення відкритого доступу на ринок, контролю над негативними проявами ринку тощо. У коледжах і університетах почали викладатися спеціальні курси, розроблялися підручники, створювалися професійні товариства і журнали (*Journal of Business Ethics*, 1982; *Business Ethics Quarterly*, 1991; *Business and Professional Ethics Journal*, 1981). Реакцією компанії стало введення кодексів етичної поведінки корпорацій, впровадження внутрішніх етичних правил і процедур, інших заходів, які розвинулися в корпоративну етику. Влада, у свою чергу, запровадила заходи з правового регулювання цих проблем, законодавчо закріпила «рамковий порядок» ринкової економіки і конкуренції, а також стимули етичної поведінку корпорацій [2, с.702].

Уже наприкінці 80-х років журнал «Форчун» констатував, що майже 80% із 500 найбільших компаній прийняли кодекси етичної поведінки, відкрили «гарячі лінії» для прийняття скарг, пов'язаних із проблемами моральності, створили на рівні ради директорів спеціальні комітети з етики, ввели в практику навчання працівників із дотримання етичних норм тощо. Фактом стала інституціоналізація корпоративної етики [2, с.12].

Корпоративна етика, що відображає моральну відповідальність корпорації, включає не лише основні цінності, а й три загальних обов'язки, які мають внутрішній і зовнішній аспекти.

1. Не наносити шкоди всім, на кого впливає діяльність корпорації, насамперед, людині, до якої вона зобов'язана ставитися як до найвищої цінності. Це – її моральний мінімум, як і будь-якого іншого елемента суспільства (у тому числі окремої особи, і корпорації). Він поширюється на всі аспекти діяльності організації, а також на ставленні до персоналу, населення території, де вона розташована, до клієнтів, суспільства у цілому, а також на позицію корпорації стосовно захисту оточуючого середовища життєдіяльності людини (природного і соціального).

2. Не підривати свободи вільної конкуренції і цінності цієї системи, оскільки її цілісність і гармонійність зумовлює стан ринкової економіки і чесної конкуренції між її суб'єктами. Ця вимога визначає поведінку корпорації, не лише обов'язку не допускати хабарництва, а й не брати участі у монополістичній практиці тощо.

3. Дотримання добровільно укладених контрактів і чесність їх виконання. Контракти – кровоносні судини системи вільного підприємництва. Сторони, які укладають контракти, розраховують на чесність і надійність своїх партнерів. Це стосується і правдивості реклами, забезпечення високої якості товарів і послуг, а у випадку невиконання умов контракту - справедливої компенсації збитків. Підсилює етичне дотримання контрактів законодавчо закріплене примусове виконання контрактів.

Перелічені обов'язки закладається в стратегію корпорації у формі моральних вимог:

- до керівництва – бути взірцем моральної поведінки для колективу, відповідальність за стратегію, відповідність рішень моральним правилам і нормам закону та відповідальність за їх виконання, стиль діяльності, добір кадрів, моральний клімат у колективі, належні і справедливі умови праці та її оцінки, відкритість інформації для персоналу тощо;
- до персоналу – добросовісне виконання роботи, на яку він був найнятий, лояльність до корпорації, моральна відповідальність перед населенням тощо;
- щодо партнерів – чесність контрактів і їх виконання;
- щодо конкурентів – чесна і справедлива конкуренція;

- щодо споживачів – чесність, яка виявляється в безпечності товару, його стандартизації, безумовній гарантії якості, належному інформуванні про споживчі якості товару (послуг), справедлива ціна, відшкодування фінансових і моральних збитків тощо;
- щодо суспільства у цілому: а) щодо середовища – не забруднювати атмосферу, водні басейни, утилізувати відходи без шкоди для людей, відновлювати при потребі землю до суспільно визначеного рівня тощо; б) щодо безпечних умов проживання на території, яка піддається впливу виробничою діяльністю (фізичні, хімічні, біологічні, соціальні); в) щодо населення – морально зважувати наслідки (звівши до мінімуму його втрати), які випливають із розташування, відкриття, закриття підприємства, особливо у невеликих населених пунктах з однопрофільним виробництвом; г) взаємодіяти з місцевою владою у цілеспрямованому і відкритому вирішенні життєво важливих проблем підприємства і персоналу тощо.

Отже, соціальна відповідальність є моральним обов'язком корпорації. Але, оскільки вона несе відповідальність перед великою кількістю суб'єктів («стейкхолдерів»), це означає, що моральна відповідальність за якість трудового життя персоналу, за бережливе ставлення до оточуючого середовища та задоволення інтересів споживачів не може бути нижчою, за обов'язок примножувати прибутки. Тому фірма, яка прагне функціонувати морально, змушена впроваджувати корпоративну етику [2].

У Європі ідея «соціальної відповідальності» набула поширення в 70-х роках минулого сторіччя з метою усунути небажані побічні явища впливу інтенсивного економічного зростання на суспільний розвиток практики ринкової економіки і нічим не обмеженої конкуренції. «На підприємства було направлена нормативна програмна вимога: приділити більше уваги інтересам держави і взяти на себе відповідальність понад забезпечення власне економічного успіху» [6, с.326]. Досягнення ефективності лише в економічній перспективі було визнано недостатньо для легітимації бізнесу.

Європейський підхід менеджменту до вирішення назрілих проблем полягав у прийнятті підприємствами соціальних програм. «Давоським маніфестом» 1973 р. проголошено, що: «...професійним завданням керівництва підприємства є служіння клієнтам, співробітникам, кредиторам і суспільству та приведення до компромісу їх суперечливих інтересів» [6, с. 327]. Підприємці виявили готовність нести відповідальність за задоволення інтересів різних суспільних груп, які часто суперечать їх власним цілям (див. табл. 1).

Таблиця 1

№ з/п	Соціальна ініціатива/програма
1.	Корпоративна філантропія у формі підтримки соціально важливих подій / об'єктів
2.	Гранти / кредити на благодійні цілі
3.	Фінансова і матеріальна допомога
4.	Стипендіальні програми
5.	Стажування /освітні програми
6.	Робота в асоціаціях із законодавчими ініціативами
7.	Партнерські проекти із владою, ОГС/НУО, навчальними закладами
8.	Волонтерська діяльність (добровільні безкоштовні роботи за фахом силами працівників організації)
9.	Розкриття інформації про склад продукції, яку підприємство пропонує
10.	Етичні підходи до взаємодії із зовнішнім середовищем – ЗМІ, споживачами, органами влади, партнерами.

Якщо згрупувати принципи корпоративної соціальної відповідальності, які використовуються в європейській практиці, то виявляється, що вони у цілому відповідають глобальній етичній діловій практиці, розглянутій на прикладі США, яка унормовує основну суперечність між моральною свідомістю підприємця та внутрішньою логікою підприємницької діяльності [3–5;7–9]. На це вказує і Глобальний договір ООН «Цілі розвитку тисячоліття» (1999 р.), який розглядає відповідальність бізнесу в таких основних сферах: права людини, трудові відносини, навколишнє середовище та боротьба з корупцією [10].

Однак, діюча концепція КСВ має, на нашу думку, суттєві недоліки, які не дозволяють розглядати її як раціональну концепцію впровадження підприємствами економічних моральних стандартів і розвитку громадянського суспільства. Проте, на етапі становлення ринкової економіки вона може зіграти певну роль у розвитку соціальної відповідальності великого бізнесу. По-перше, вона не враховує ситуацію конкурентної боротьби за умов становлення ринкової економіки. По-друге, у морально конфліктній ситуації, коли зорієнтована на прибуток підприємництва діяльність стикається з недосконалим законодавством, підприємець поставлений перед вибором між власними інтересами і вимогою добросовісної дії. Вирішення цієї дилеми лежить у законодавчому врегулюванні конкурентної боротьби (рамковому порядку, єдиному для всіх гравців), яке у нас відсутнє.

По-третє, бізнес не може брати на себе відповідальність за здійснення програм соціального забезпечення чи перерозподіл доходів. Це – соціальне призначення і відповідальність іншої сторони відносин – соціальної держави хоч, безперечно, у їх вирішенні на добровільних началах можуть брати й підприємці. Лише за такої умови можливе взаємне розуміння і довіра у суспільстві, які сприятимуть становленню цивілізованої ринкової економіки і ефективного бізнесу.

Тому, з точки зору етики соціальна відповідальність підприємства повинна розглядатися в контексті «взаємних суб'єкт-суб'єктних відносин» як концепція діалогічної взаємодії з суб'єктами громадянського суспільства. Відповідаючи на запити всіх, кого торкається його діяльність, кожне підприємство має моральне і повинно мати юридичне право вимагати відповіді на свої запитання. Це означає, що громадянське суспільство і соціальна держава, на яку конституцією покладено соціальну відповідальність за утвердження в суспільстві справедливості та зростання добробуту, повинні реалізувати свою частку соціальної відповідальності за утвердження соціально відповідального бізнесу і моральної економіки з допомогою зустрічних дій: ініціювання створення справедливої законодавчої бази економічної діяльності, інститутів, стимулів, форм контролю тощо. В іншому випадку заклики до індивідуальної соціальної відповідальності підприємств є вимогами «доброзичливої, добре поінформованої і натхненної хорошими намірами тиранії» [6, с.262].

Таким чином, розвиток бажаного типу економічних відносин під силу лише широкій соціально-професійній взаємодії підприємців, держави і громадянського суспільства, яка ґрунтується на соціальній відповідальності кожного з суб'єктів, яка унормовується морально-етичними і правовими засобами. Вступ України до СОТ поставив на порядок денний саме таку вимогу. Вона визнана світовою спільнотою і закріплена в документах ООН, ЄС, МОП, ОЄСР, Міжнародної торгової палати, Інституту соціальної та етичної відповідальності, МОС тощо [1].

Література

1. Герчикова И.Н. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики. – М., 2002.
2. Де Джордж Ричард Т. Деловая этика / Пер. с англ. Р.И. Столлера. – М., 2003.
3. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: експертна думка. – К., 2007.
4. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для Вашої компанії та суспільства. – К., 2005.
5. Меморандум «О принципах корпоративной социальной ответственности». Комитет Менеджеров по корпоративной ответственности. – М., 2006.
6. Политическая и экономическая этика / Пер. с нем. С.Курбатовой, К. Костюка. – М., 2001.
7. Полищук Л. Бизнесмены и филантропы. – Pro et Contra. – М., 2006. – Т.10. – С.63-64.
8. Соціальна відповідальність бізнесу: принципи системної дії. Форум соціальної відповідальності бізнесу України. – К., 2006.
9. Соціальна відповідальність українського бізнесу. Результати опитування ПРООН. – К., 2005.
10. <http://www.un.org.ua> –Представництво ООН в Україні.

Садєков А.А.,

*докт. екон. наук, професор, проректор з наукової роботи
Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*

Косова Т.Д.,

*докт. екон. наук, професор кафедри контролю та аналізу господарської діяльності
Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*

Формування пріоритетів розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні

На сучасному етапі розвитку ідея соціально відповідального бізнесу у контексті дотримання принципів Глобального договору ООН (права людини, трудові відносини, навколишнє середовище, боротьба з корупцією) набирає у нашій країні все більшої популярності. Але слід зазначити, що закладені в угоді стандарти не започатковують сам процес, а лише змінюють принципи і форми його протікання: від державних імперативів і самоініціатив бізнес-структур у соціальній сфері реалізується перехід до добровільності приєднання до угоди ООН під суспільним контролем взятих зобов'язань.

Глобальний Договір ООН — добровільна ініціатива, яка була започаткована Генеральним Секретарем ООН у січні 1999 р. Сьогодні існує більше ніж 2 400 компаній, що стали учасниками Глобального Договору, та 47 його національних мереж [1].

Глобальний Договір є добровільною ініціативою, що діє за структурою мережі та передбачає участь різних сторін: Організації Об'єднаних Націй, уряду країни, компаній, працівників, громадських організацій. Презентація ініціативи Глобального Договору ООН в Україні відбулася у грудні 2005 р. під час Форуму соціальної відповідальності бізнесу, який сформувався як рух і представляє вільну асоціативну форму об'єднання на базі формату добродійної установи. Метою організаційної побудови Форуму у майбутньому є створення всеукраїнської асоціації соціально відповідального бізнесу.

Форум – це консультативно-менеджерський центр, який співробітничав з великим бізнесом, міжнародними і вітчизняними доброчинними ресурсними фондами, урядом, парламентом, міністерствами і відомствами, органами влади у регіонах, громадськими організаціями тощо. Головне завдання Форуму — сприяння реалізації стандартів соціально відповідального бізнесу, інтеграція інтересів суб'єктів соціальних ініціатив і бізнесу в конкретних соціальних проектах. Першочергові пріоритетні завдання Форуму на п'ять років [2]:

- сформувати в усіх верств населення, насамперед у підприємців та представників влади, розуміння значення поняття «соціально відповідальний бізнес» та його ролі для розвитку суспільства;
- активізувати мотиваційний механізм переходу на соціально відповідальну позицію для розвитку конкурентоспроможності власного бізнесу;
- організувати систему постійного діалогу соціально відповідального бізнесу та влади на всіх рівнях та у всіх регіонах України;
- розбудувати механізм підтримки соціально відповідального бізнесу.

Членами Ради є керівники провідних українських та міжнародних бізнес-структур, які на практиці реалізують принципи соціально відповідального діяння у своїх організаціях та у соціумі, мають авторитет саме як діячі у сфері благодійництва та соціально спрямованого менеджменту [3].

Експертною радою Форуму розроблено документ «Соціально відповідальний бізнес: принципи системної дії», що містить методологію соціально дії та оприлюднення інформації, предметом якої є економічна, екологічна та соціальна результативність організації. Такий підхід надає організації такі переваги: ведення ефективного менеджменту, вирішення поточних проблем, діалог з інвесторами, споживачами, формування стратегічного зв'язку розрізнених та ізольованих функцій корпорації, можливість виявлення потенційних проблем галузі тощо [4].

Станом на 14.06.2007 р. до Глобального договору ООН приєдналося 75 українських підприємств, повний перелік яких наведено на Глобальному сайті ООН [5]. У липні 2007 р. у Женеві відбувся саміт Глобального договору ООН щодо соціальної відповідальності світового бізнесу, участь у якому взяло понад 90 країн. Для України цей саміт став першим, честь представляти яку отримали такі бізнес-структури: група компаній «Фокстрот», корпорація СКМ, Донбаська паливно-енергетична компанія, Інститут транспорту нафти та компанія «Гештальт консалтинг груп» [6].

В основі моделей функціонування підписантів договору лежить принцип постійного вдосконалення для досягнення кращих у світі показників за умов безперервного змагання і підвищення вимог до функціонування бізнес-структур. На початковому етапі вони встановлюють певну мінімальну планку, але потім в організації починається безперервний цикл удосконалення «плануй — виконуй — перевіряй — дій». Концепція результатів носить комплексний характер і тому стимулює всеосяжну оцінку ролі даного підприємства в соціальному контексті.

Участь у Глобальному Договорі має такі переваги для українських компаній, зокрема:

- можливість демонстрації лідерських якостей шляхом запровадження універсальних принципів та відповідального корпоративного громадянства;
- підвищення суспільної довіри, що є важливою запорукою успіху бізнес діяльності;
- можливість обміну ефективними методиками, практиками та досвідом;
- налагодження та побудова відносин з іншими компаніями, урядовими структурами, трудовими, неурядовими та міжнародними організаціями;
- можливість співробітництва та впровадження проектів з агенціями ООН та громадськими організаціями, спрямованих на підтримку цілей глобального розвитку;
- покращення якості управління компанією або виробництвом, підвищення морального духу працівників, ефективності роботи;
- отримання публічного визнання та покращення репутації.

З початку заснування Форум соціальної відповідальності бізнесу організував кілька всеукраїнських заходів з метою просування своїх ідей. Разом з мережею регіональних прес-клубів Українського освітнього центру реформ реалізується всеукраїнська інформаційно-просвітницька програма «Соціальна відповідальність в банківській сфері». Круглі столи на цю тематику, в яких взяли участь представники провідних банків, влада, громадських організацій і журналісти регіону, пройшли у Харкові, Львові, Сімферополі, Чернігові, Одесі, Донецьку.

На круглому столі відбувалася презентація книги «Соціальна відповідальність в банківській сфері у запитаннях і відповідях» [7]. Мета книги — підвищити рівень обізнаності суспільства у сфері соціальної відповідальності банків, проаналізувати український і зарубіжний досвід, надати конкретні поради і рекомендації з розробки, планування і реалізації корпоративних соціальних програм. У книзі висвітлено приклади соціально відповідальної діяльності банку «Надра» в економічній, екологічній і соціальній сферах. Докладну інформацію про принципи соціальної відповідальності банку і конкретні проекти наведено також на офіційному сайті банку [8].

Широке інформування банком «Надра» суспільства про отримані результати є реалізацією політики Бюро Глобального договору ООН, започаткованої у січні 2003 р. відносно повідомлень про досягнутий прогрес. Вона спонукає учасників щорічно інформувати зацікавлені сторони про прогрес у запровадженні в життя принципів «Глобального договору», використовуючи для цього свої щорічні фінансові звіти, доповіді з питань стійкості, інші важливі публіковані доповіді, веб-сайти і/або інші канали комунікації.

Однією з головних переваг «Глобального договору» є його добровільний характер і визнання в ньому важливості процесу постійного вдосконалення. Проте добровільний підхід втрачає свою ефективність і довіру, якщо не може демонструвати прогрес. Повідомлення про досягнутий прогрес повинні включати такі три елементи:

- заява про незмінну підтримку «Глобального договору», що міститься в супровідному листі, заяві або посланні головного адміністративного керівника, голови або іншої старшої посадової особи;
- опис практичних заходів, прийнятих учасниками протягом попереднього фінансового року для запровадження в життя принципів «Глобального договору»;
- визначення результатів або очікуваних результатів з використанням у максимально можливому ступені системи показників розробленої в рамках Глобальної ініціативи звітності.

На підставі проведеного дослідження зроблено висновки:

1. Глобальний Договір є добровільною ініціативою, що діє за структурою мережі, яка в умовах України представлена Форумом соціальної відповідальності бізнесу — вільною асоціативною формою об'єднання. Він має керівні органи (Вищу координаційну раду та Вищу дорадчу раду), робочий орган – Експертну раду, яка розробила принципи соціальної відповідальності бізнесу.

2. Протягом останнього року спостерігається активний процес підписання українськими підприємствами Глобального договору ООН, у 2007 р. Україна була вперше (серед 90 країн світу) представлена на щорічному саміті ООН у Женеві щодо соціальної відповідальності світового бізнесу. В основі моделей функціонування підписантів договору лежить принцип постійного вдосконалення для досягнення кращих у світі показників за умов безперервного змагання і підвищення вимог до функціонування бізнес-структур.

3. Соціальна відповідальність бізнесу розглядається як належне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

4. Пріоритетом для сучасних умов України є впровадження концепції сталого розвитку як знаходження балансу між потребами нинішнього покоління у сприятливому навколишньому середовищі, економічному та соціальному добробуті без заподіяння шкоди задоволенню аналогічних потреб майбутніми поколіннями. Це сприятиме поміж іншим зміцненню екологічної безпеки, фінансового стану організацій — підписантів Глобального договору і підтримці його на певному рівні з метою запобігання екологічних катастроф, банкрутства підприємств, банків тощо.

Література

1. Глобальний сайт ООН/ Режим доступу: <http://www.un.org.ua/ua/globalcompact/>
2. Робота Форуму // Режим доступу: <http://www.pr-liga.org.ua/2/57>
3. Склад Вищої координаційної Ради Форуму соціально відповідального бізнесу України // <http://www.pr-liga.org.ua/2/6>
4. Соціальна відповідальність бізнесу: принципи системної дії: http://www.pr-liga.org.ua/docs/rekomend_new1.doc
5. Повний список підписантів Глобального Договору в Україні // Режим доступу: http://www.un.org.ua/files/gc_members.pdf
6. Вітчизняна п'ятірка успішних та відповідальних на саміті Глобального договору ООН // Голос України. – Режим доступу: <http://www.golos.com.ua/article/1184160100.html>
7. Куліш А. Соціальна відповідальність бізнесу в банківській сфері у запитаннях і відповідях. — К., 2007. –80 с.
8. Соціальна відповідальність // Режим доступу: <http://nadra.com.ua/rus/social>

Соколик М.П.,

канд. екон. наук, старший науковий співробітник
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

Регулювання мінімальних соціальних стандартів і його наслідки в Україні

Одним із пріоритетів соціальної політики є забезпечення зростання реальної заробітної плати. Основними факторами, що на неї впливають, є її величина, що досягнута на цей час, продуктивність праці, рівень мінімальної заробітної плати, ціна на робочу силу на ринку праці, рівень інфляції.

Мінімальна заробітна плата є регулюючим державою фактором, що поступово зростає в Україні. Якщо у 2005 р. мінімальна заробітна плата становила 75 % прожиткового мінімуму для працездатних, у 2006 р. — 79 %, то під кінець 2007 р. таке співвідношення становило 81 %. У 2008 р. співвідношення між середньозваженою мінімальною заробітною платою і прожитковим мінімумом дорівнюватиме 84,3 %. Короткострокову мету щодо її наближення до прожиткового мінімуму, як це передбачено Законом України від 14.12.2006 р. № 406-V, можливо реалізувати лише з 1.01.2009 р.

В економіці України модель формування заробітної плати є менеджерською, оскільки апарату управління належить пріоритет у питанні визначення заробітної плати працівникам, а профспілкам і громадським організаціям відводиться дорадча функція. Останнє свідчить про недостатній розвиток громадянського суспільства, що згідно політологічного підходу характеризується державною системою демократичного типу, що захищає основні права і свободи особи. За іншим соціологічним підходом громадянське суспільство передбачає утворення незалежних від держави різноманітних за формою і цілями асоціацій і груп, тобто воно є багатомірною і самоорганізованою системою між індивідами.

Громадські організації активно розвиваються при переході до соціально ринкової економіки внаслідок підвищення ролі соціально психологічних, культурних, економічних і політичних факторів при зміні у мотиваціях трудової і суспільної діяльності громадян. Їх розвиток демонструє обмежені можливості держави у соціальній сфері, оскільки вона задовольняє потреби населення у суспільних благах на стандартному середньому рівні. Некомерційні громадські організації є інструментом компенсації незадовільних ринкових відносин, що пов'язані з дефіцитом окремих послуг, які сприяють примноженню освітнього, наукового і духовного потенціалу суспільства [1–3].

За сучасних умов регулювання мінімальних соціальних стандартів є переважно функцією держави, оскільки інші учасники соціально-трудового процесу практично не виступають з пропозиціями по підвищенню заробітної плати, обмежуючись обговоренням ініціатив, висунутих урядом і управліннями.

Значне зростання реальної середньомісячної заробітної плати із середньорічним темпом 18,2 % за 2001–2007 рр. забезпечило зростання частки працівників із заробітною платою, вищою за 2000 грн., до 22 % у грудні 2007 р. і, відповідно, зменшення частки працівників із заробітною платою, меншою за прожитковий мінімум для працівників, до 15,5 %. Середньомісячна заробітна плата в Україні у 2007 р. до сплати податку з доходу фізичних осіб становила 1351 грн. Вона перевищувала мінімальну (що змінювалася від 400 до 460 грн.) втичі, а максимальну (що за даними ДПА України була виплачена у 2006 р. 1150 високооплачуваним працівникам) – у 1513 разів.

У 2005–2007 рр. заробітну плату, нижчу за середню, отримувало близько 70 % всіх працівників. Медіанна заробітна плата, від величини якої нижчу і вищу заробітну плату отримувала половина працівників, залишалася нижчою за середню і знаходилася у межах від 1,6 до двох прожиткових мінімумів для працездатної особи. Вона дорівнювала у грудні 2007 р. 1155 грн. при прожитковому мінімумі для працездатного 568 грн. на місяць. Найпоширенішою заробітною платою в Україні залишається заробітна плата, що трохи вища за 1000 грн. (табл. 1).

Таблиця 1
Розподіл кількості працівників за розмірами нарахованої заробітної плати та видами економічної діяльності у грудні 2005–2007 рр.

Показник	Кількість працівників	У тому числі працівників, середньомісячна заробітна плата яких*:				
		< МЗП	< ПМ	> ПМ < 2-х ПМ	> 2-х ПМ	із них > 2 тис. грн.
У грудні 2005 р.:		МЗП= 332грн., ПМ =453 грн., СМЗП=1020 грн., МД=706,2 грн.				
Всього по економіці	100	10,7	26,5	36,4	37,1	7,8
У грудні 2006 р.:		МЗП= 400 грн., ПМ =505 грн., СМЗП=1277 грн., МД=886,5 грн.				
Всього по економіці	100	7,6	18,3	38,1	43,6	13,1
У грудні 2007 р.:		МЗП= 460 грн., ПМ =568 грн., СМЗП=1675 грн., МД=1155,3 грн.				
Всього по економіці	100	5,5	15,5	33,4	51,1	22,4

Джерело: Розраховано за даними Держкомстату України для кількості працівників у 2005 р. 10671 тис., у 2006 р. — 10825,7 тис. і у 2007 р. — 10936,8 тис. осіб.

Примітка: МЗП — мінімальна заробітна плата, ПМ — прожитковий мінімум, СМЗП — середньомісячна заробітна плата, МД — медіанний дохід у грудні 2005–2007 рр.

Заробітна плата разом із доходами від підприємницької діяльності і від продажу населенням сільськогосподарської продукції у структурі сукупних доходів домашнього господарства займає 60 %, у структурі грошових доходів – 67 % (за даними Держкомстату України про доходи домашніх господарств у III квартал 2007 р.). Споживчі сукупні витрати у цей час становили у середньому для домогосподарства 89, 4 % (у тому числі 52,7 % — витрати на продовольчі товари, 20,1 % — непродовольчі товари, 16,6 % — на послуги: із них оплата житла, використання води, електроенергії, газу та інших видів палива – 9,4 %) загальних доходів, тобто заробітна плата разом з виплаченими пенсіями у структурі бюджету домашнього господарства майже повністю використовувалася у 70–80 % домогосподарств для забезпечення поточних споживчих потреб.

Середньомісячна заробітна плата в Україні низька і вона, незважаючи на її зростання, водночас суттєво не впливає на зниження бідності в Україні. Доходи у формі оплати праці, пенсій, що залежать від соціальних нарахувань на фонд заробітної плати, і доходів з інших джерел, включаючи легальні, напівлегальні та тіньові доходи, забезпечують у домашніх господарствах середній дохід на особу трохи вищий за прожитковий мінімум.

Національна межа бідності в Україні прийнята на рівні 75 % медіанного сукупного доходу домашнього господарства у розрахунку на особу. При зростанні реальних наявних доходів рівень бідності в Україні за національною межею бідності зберігався у 2000–2007 рр. на рівні 27–28 % населення, із них дуже бідними є 15–16 %, а злиденними 8–9 % населення (табл. 2).

Таблиця 2
Доход, прожитковий мінімум, критерій бідності та частка населення із відповідними доходами у 1999–2007 рр.

Показник	19	20	20	20	20	20	20	20	2007
	99	00	01	02	03	04	05	06	(I півріччя)
Сукупний дохід на особу, грн.									
Середній дохід	15 3,8	19 6,1	22 2,4	24 2,9	28 1,2	34 4,9	47 1,0	55 4,9	657,3
Медіанний дохід	12 6,3	16 8,2	18 9,1	20 6,9	23 8,2	29 3,4	39 5,9	46 5,7	584,8
Критерій бідності	94 ,7	12 6,2	14 1,8	15 5,1	17 8,7	22 0,0	29 6,9	34 9,3	438,6
Прожитковий мінімум	21 0,7	27 0,1	31 1,3	34 2	34 2	36 2	42 3	47 2	525
Частка населення (%) з середньодушовим сукупним доходом на особу нижчим									
середнього доходу	61 ,3	61 ,9	62 ,1	62 ,7	63 ,8	62 ,4	62 ,7	6 3,5	61,8
медіанного доходу	50	50	50	50	50	50	50	5 0	50
критерія бідності	32 ,9	27 ,4	28 ,6	28 ,1	27 ,8	27 ,8	28 ,5	2 8,3	27,7
прожиткового мінімуму	82 ,1	80 ,2	82 ,7	83 ,3	76 ,2	65 ,6	55 ,3	5 0,9	38,6

Джерело: За даними Держкомстату України про обстеження доходів і витрат домашніх господарств.

Примітка: критерій бідності дорівнює 75 % медіанного сукупного доходу.

Сукупні доходи (витрати) за останні роки для 50–55 % населення України є нижчими за прожитковий мінімум на особу, незважаючи на зниження частки населення за цим показником у I півріччі 2007 р. до 40 %. Прожитковий мінімум реально зростає низькими темпами в середньому 1,1 % щорічно у 2001–2007 рр., що практично означає його майже незмінну купівельну спроможність при зростанні середнього доходу на особу. Частка населення, що мають доходи, нижчі за середній рівень і критерій бідності, майже не змінювалася впродовж 2000–2007 рр. Якщо враховувати високі темпи зростання реальної середньомісячної заробітної плати і реальних наявних доходів населення при збереженні значної частки населення і працівників із низькими доходами, то допускаємо, що реальні темпи зростання забезпечено високими темпами зростання високооплачуваних працівників.

Заробітна плата в Україні є дуже низькою, її не можна використовувати для порівняння життєвого рівня в Україні з рівнем у передових країнах Заходу, США, користуючись тільки курсом долара до гривни, оскільки при такому співставленні не враховується як структура формування доходів і витрат домашнього господарства, так і структура, і динаміка цін на товари і послуги в Україні. Зберігаються значні відмінності у визначенні місячної і погодинної мінімальної заробітної плати, способи її уточнення і відхилення як на державному, так і регіональному рівнях [4].

Основним пріоритетом соціальної політики на середньострокову перспективу повинно стати зростання заробітної плати вдвічі–втричі порівняно із сучасним її рівнем. Основними параметрами, що впливають на зростання середньомісячної заробітної плати, є початковий рівень заробітної плати, від якого проектується таке зростання, продуктивність праці і мінімальна заробітна плата. Остання є регулюючим державою параметром. Якщо виходити із поміркованих темпів зростання ВВП та індексу споживчих цін і незначного зростання зайнятих в економіці та необхідності досягнути і забезпечувати мінімальну заробітну плату на рівні прожиткового мінімуму, то, за нашими оцінками, за базовим сценарієм розвитку економіки України середньомісячна заробітна плата у 2010 р. дорівнюватиме 2400 грн., у 2015 р. – до 4300–4500 грн., тобто у середньостроковій перспективі можливо досягти зростання середньомісячної заробітної плати вдвічі–втричі порівняно з середньою у 2007 р. при умові стабільного розвитку економіки.

Щоб не продукувати інфляцію, поступове реальне зростання середньомісячної заробітної плати повинно супроводжуватися заходами по її реформуванню на основі формування накопичувального пенсійного фонду, ширшого залучення працівників до добровільного пенсійного страхування, запровадження медичного страхування, удосконалення оподаткування заробітної плати і доходів домашніх господарств (внаслідок зростання податкової соціальної пільги до рівня мінімальної заробітної плати для низькооплачуваних працівників, введення податку на нерухомість, оподаткування приросту депозитів), переходу до бездотаційної оплати населенням за користування житлом і комунальних послуг за ринковими цінами.

1. Відповідно до прийнятого за основу Проекту Закону України «Про запровадження накопичувальної системи загальнообов'язкового державного пенсійного страхування» (№ 2854 від 24.04.2007 р.), починаючи з 2009 р., страхові внески до Накопичувального фонду повинні нараховуватися на заробітну плату (поточний дохід) застрахованих осіб у системі загальнообов'язкового державного пенсійного страхування у розмірах: у 2009 р. – 2 %, у 2010 р. – 3, у 2011 р. – 4, у 2012 р. – 5, у 2013 р. – 6, а починаючи з 2014 р., – по 7 %. Щоб не зменшувати реальну заробітну плату працівникам, необхідно перерозподілити витрати для майбутнього пенсійного забезпечення між роботодавцем і працівником: відповідно повинні зменшуватися відрахування до Пенсійного фонду на солідарних засадах порівняно з 32 % існуючими тепер, що при вилученні їх із поточних надходжень до Пенсійного фонду України може призвести до дефіциту в його бюджеті для поточних пенсійних виплат. Можливо доцільним стане збільшення частки відрахувань від заробітної плати до Накопичувального фонду для забезпечення із цього джерела вищого, ніж 30 % рівня пенсії від заробітної плати (якщо реальна процентна ставка на заощадженні кошти буде нижчою 3,5 %); для 40 % рівня пенсії від заробітної плати при 7 % відрахувань реальна процентна ставка на заощадженні кошти повинна дорівнювати 4,5–5,0 %.

2. Зростання заробітної плати, що вища за 10 %, необхідно супроводжувати відрахуваннями на медичне страхування працівників у межах 5–7 %, що тепер запроваджено у високорентабельних організаціях і на підприємствах і є певним стимулом до збереження стабільного складу працівників і забезпечення їх витрат на лікування і медичне обслуговування.

3. При зростанні заробітної плати у межах 15–20 % доцільно запроваджувати податок на нерухомість і землю у межах 0,5–1 % від їх оціночної ринкової вартості, передбачивши на перших етапах його застосування соціально допустимий розмір житла, що не оподатковуватиметься.

Оподаткування заробітної плати повинно передбачати податкову соціальну пільгу на рівні прожиткового мінімуму (або мінімальної заробітної плати), оскільки корегування податкової соціальної пільги у 2006 р. до 50 % мінімальної заробітної плати і збереження її надалі для працівників, середньомісячна заробітна плата яких нижча за прожитковий мінімум з коефіцієнтом 1,4, у 2006 р. привело до зростання надходжень від оподаткування заробітної плати низькооплачуваних працівників на 1,5 млрд грн., у 2007 р. – на 2 млрд. грн. порівняно з тими надходженнями, якщо соціальна податкова пільга у ці роки зберігалася б на рівні мінімальної заробітної плати. Єдина шкала оподаткування доходів фізичних осіб на рівні 15 % поточного доходу також потребує зміни, враховуючи значну диференціацію в оплаті праці [5]. Реформування податкової системи спрямоване на перерозподіл навантаження на доходи між працівником і бізнесом внаслідок підвищення значення податку на поточний дохід і заробітну плату працівника у надходженнях до місцевих бюджетів.

4. При зростанні заробітної плати на 25 % доцільно було б перейти на ринкові ціни в оплаті житла, комунальних послуг, зберігаючи адресні житлові субсидії тільки для найбільш вразливих верств населення.

5. Політику зростання заробітної плати необхідно продовжувати й надалі, щоб забезпечувати схильність населення до заощаджень, а також широке використання кредитів серед зростаючої кількості населення для задоволення своїх потреб. Водночас використання останніх пов'язане з певними ризиками.

Зростання індексу споживчих цін на споживчому ринку України у 2007 р. супроводжувалося зростанням обсягів кредитів для населення, спрямуванням платоспроможного попиту населення на імпорتنі товари. Кредити, що надаються фізичним особам зростають, але при меншій схильності населення до заощаджень, не дивлячись на їх зростання. Якщо у 2006 р. різниця між депозитами і кредитами фізичних осіб складала 26 % від їх депозитів у банках, то у 2007 р. тільки 10 %. При нарощуванні кредитів і нижчих темпах наявних доходів і заробітної плати у 2008 р. може створитися ризикова ситуація щодо повернення кредитів як фізичними особами, так і юридичними, оскільки кредити останніх майже у два рази перевищують залишки коштів на депозитах юридичних осіб. Ситуація із наданням без застави і не поверненням кредитів фізичними особами знижує схильність населення до заощаджень і задоволення потреб домашніх господарств у товарах довгострокового користування і послугах, тобто значний обсяг наданих кредитів фізичним особам при високих процентних ставках на кредити також приведе до деформацій на споживчому ринку.

У зв'язку із поширеним наданням кредитів населенню у сучасній економічній літературі використовується поняття «соціальних грошей», що певною мірою пов'язано із розширенням споживчого попиту і забезпеченням вищого рівня потреб населення (у якісному житті, освіті, доступу до сучасних інформаційних технологій і системи зв'язку), під гарантію очікуваного зростання заробітної плати працівників, їх трудової активності, і зростання на цій основі довіри між агентами ринку в умовах стабільного економічного зростання. Такий підхід до реформування соціально-трудова відносин приведе до зміни способу життя і задоволення потреб населення на споживчому ринку [6–7].

Проведення економічної політики на стримування темпів зростання доходів населення є недоцільним. Вона повинна реалізовуватися у площині зростання середньомісячної заробітної плати як основного пріоритету соціальної політики з одночасним реформуванням пенсійного забезпечення, медичного страхування, податкової системи і у напрямі забезпечення зростаючих потреб населення, формування раціональнішої структури витрат домашніх господарств.

Література

1. Шлихтер А. «Третий сектор» (некоммерческий) и гражданское общество США //Мировая экономика и международные отношения. — 2006. — № 12. — С. 31–39.
2. Шлихтер А. Некоммерческий сектор США: ресурсы, области деятельности и эффективности //Мировая экономика и международные отношения. — 2006. — № 8. — С. 89–97.
3. Капелюшников Р. Механизмы формирования заработной платы в российской промышленности //Вопросы экономики. — 2004. — № 4. — С. 66–90.
4. <http://www.eiro.eurofound.eu.int/2005/07/study/tn0507101s.html>

5. Соколик М.П., Півень М.П. Короткостроковий прогноз податкових надходжень з доходів фізичних осіб в Україні // Економіка і прогнозування. – 2006. — № 4. — С. 108–122.
6. Васильчук Ю. Воздействие семьи на динамику рыночной экономики // Мировая экономика и международные отношения. — 2007. — № 1. — С. 36–41.
7. Василевский Э. Информационные технологии: масштабы и эффективность использования // Мировая экономика и международные отношения. — 2006.- № 5. — С. 3–9.

Талавиря М.П.,

*канд. екон. наук, доцент кафедри державного управління
Національного аграрного університету*

Регіональні особливості розміщення та міграції сільського населення в Україні

Проаналізуємо регіональні особливості розміщення та міграції сільської робочої сили. Індекс людського розвитку пов'язаний з кількома соціально-економічними змінними, використовуючи які, можна пояснити причини загальної та зовнішньої міграції сільського населення. Наші дослідження вказують на те, що очікувана тривалість життя, ВВП на душу населення, соціальне оточення, рівень безробіття та умови проживання є найбільш впливовими на рівень міграції населення.

Загально визнано, що людський потенціал є одним із основних стратегічних ресурсів, однією з найбільших рушійних сил економічного зростання країни. Людський потенціал – це основний стратегічний ресурс і одна з головних рушійних сил економічного росту в будь-якій країні. Крім того, специфічні особливості розподілу працездатного населення та міграції можуть значно вплинути на стійкість розвитку областей, які звичайно відрізняються по показниках соціально-економічного розвитку. Регіони України не є винятками, оскільки тут спостерігається істотна різниця в розміщенні та міграції трудових ресурсів у сільській місцевості протягом перехідного періоду.

Регіональна диференціація рівня розвитку людського капіталу викликана різницею у демографічних тенденціях, зайнятості населення, ринку праці, освітньої кваліфікації, рівня фінансового добробуту, розвитку соціальної інфраструктури та ін.

Розглянемо які фактори впливають на розміщення та міграцію сільського працездатного населення в областях України і можливість використання заходів для розвитку сільських територій у регіонах держави.

Природним є той факт, що соціально-економічні процеси у територіально й адміністративно розподілених областях збігаються із загальними економічними тенденціями на національному рівні, щоправда з урахуванням певних регіональних особливостей. За минулих 15 років соціально-економічний розвиток країни може бути умовно поділено на дві основні стадії: період тривалої економічної кризи (1991–2000 рр.) і період відновлення економіки (з 2001 р. і дотепер). Кожна із цих стадій характеризується певними аспектами, тенденціями й проблемами соціально-економічного розвитку областей (Варналій, 2005) [9]. Наше дослідження головним чином фокусуватиметься на другій стадії.

У контексті низьких зарплат і високого рівня безробіття в межах України, трудова міграція стала масовим явищем наприкінці 1990-х. Відкритість кордонів створила можливості для українців поліпшити якість життя через трудову міграцію [1].

Дослідженням встановлено, що сільські або збіднілі міські райони є основними постачальниками трудових мігрантів до великих міст. Східні області (Харківська, Дніпропетровська), а також міста Київ та Севастополь відчувають на собі найбільший приплив внутрішніх мігрантів. Саме тут осідає близько 80% з них. Ці області є більш урбанізованими (понад 75 % населення проживає у містах). З іншого боку, східні області – Донецька та Луганська – де приблизно 90% населення проживає у містах – є лідерами за показниками зовнішньої міграції. Головною причиною цього є погіршення життєвих умов та, викликана закриттям шахт у цих індустріальних регіонах. Понад 40 % населення живуть у сільських районах на Кіровоградщині (центр), Херсонщині (південь), Чернігівщині (північ) та в окремих західних областях України (Тернопільська, Вінниць-

ка, Рівненська, Хмельницька та Житомирська). Внутрішня міграція з цих областей становить дві третини від загальної по Україні [5, 6].

Щодо зовнішньої міграції, то найбільша кількість громадян України виїжджає до країн Європейського Союзу. Протягом 1990-х та початку 2000-х років економічна та політична нестабільність в Україні спричинили зростання еміграції, особливо до сусідніх країн – Польщі та Угорщини, а також до інших держав, таких як Португалія, Туреччина, Ізраїль, Росія та Канада. За окремими оцінками від 2 до 5 млн. українських громадян наразі працюють за кордоном, але переважна більшість із них незаконно. Основними сферами зайнятості наших співвітчизників є будівництво, сфера послуг, домашнє господарство, і сільському господарстві (Малиновська, 2004) [8].

Офіційні дані щодо зовнішньої міграції зазвичай дещо недооцінюють реальну величину цього явища, вказуючи, що у середньому понад 140 тис. українців виїхали із країни щороку між 1995 і 2001 рр. У 2002 і 2003 рр. еміграція уповільнилась і становила 34 і 24 тис. осіб, відповідно. У 2005 р. кількість емігрантів становила приблизно 20 тис. (Держкомстат, 2005). Українські посольства повідомляють, що 300 тис. українців працюють у Польщі, 200 тис. – в Італії, приблизно 200 тис. – у Чеській Республіці, 150 тис. – у Португалії, 100 тис. – в Іспанії, 35 тис. – у Туреччині, і 20 тис. – у США. Найбільша чисельність українських робітників за кордоном, близько 1 млн. перебуває у Російській Федерації. З 1992 р. 232 072 осіб іммігрували з України до США. У віковому контексті мігранти у віці 40 років або вище мають тенденцію мігрувати до Російської Федерації й інші держави СНД, у той час як молодші мігранти рухаються в Європу й інші західні країни. Чернігівська, Рівненська, Волинська – це області, з яких виїхало найбільше людей у співвідношенні до їх чисельності населення, тоді як Закарпатська та Луганська області займають близько 28 % від загального числа офіційних мігрантів [4].

Інтегральний показник стану людського капіталу – індекс людського розвитку (ІЛР), запропонований Організацією Об'єднаних Націй. ІЛР враховує такі фактори розвитку людського капіталу як демографія, умови ринку праці, соціальна підтримка, умови навколишнього середовища, якість освіти, забезпеченість житлом тощо.

Як визначено відповідно до Програми Розвитку Організації Об'єднаних Націй, ІЛР – сумарний показник ступеня людського розвитку, який складається з трьох основних показників виміру людського розвитку (ПРООН, 2006):

- тривалість життя та охорона здоров'я, освіта, відповідний життєвий рівень.

Вимір кожного із факторів вмонтовано у відповідні змінні. Складові індексу повинні бути обчислені для кожного з факторів, перш, ніж розраховувати ІЛР. Для їх обчислення необхідно визначити мінімальні та максимальні значення кожного із складових даних показників.

Розрахунок кожного з факторів виражений у коефіцієнтах між 0 і 1, застосовуючи таку загальну формулу:

$$\text{Індекс} = (\text{фактичне значення} - \text{мінімальне значення}) / (\text{максимальне значення} - \text{мінімальне значення}).$$

ІЛР таким чином обчислене як просте середнє значення індексів (ПРООН, 2006).

Для перетворення змінної, скажімо x , на коефіцієнт між 0 і 1 (який дозволяє привести різні індексам до спільного значення), нами використана наступна формула:

$$x\text{-індекс} = \frac{x - \min(x)}{\max(x) - \min(x)},$$

де $\max(x)$ і $\min(x)$ є найнижчими й найвищими показниками, змінна x – фактичне значення для кожного окремого регіону.

Індекс людського розвитку (ІЛР) являє собою середнє значення таких трьох загальних індексів:

$$\square \text{Індекс тривалості життя} = \frac{LE - 25}{85 - 25};$$

$$\square \text{Індекс освіти} = \frac{2}{3} xALI + \frac{1}{3} xGEI;$$

$$\frac{ALR - 0}{100 - 0}$$

□ Індекс освіченості дорослого населення (ALI) = $\frac{ALR - 0}{100 - 0}$;

$$\frac{CGER - 0}{100 - 0}$$

□ Загальний Рівень Освіти (GER) = $\frac{CGER - 0}{100 - 0}$;

$$\frac{\log(GDPpc) - \log(100)}{\log(46000) - \log(100)}$$

Індекс ВВП = $\frac{\log(GDPpc) - \log(100)}{\log(46000) - \log(100)}$,

де *LE* – очікувана тривалість життя; *ALR* – показник освіченості дорослого населення; *CGER* – загальний рівень освіти; *GDPpc* - валовий внутрішній продукт на душу в PPP в USD.

Загальний рівень освіти (*CGER*) або загальний індекс вступу до вищих навчальних закладів (*GEI*) є статистичним показником, який використовується в освітній галузі. *CGER* характеризує загальний рівень середньої та вищої освіти серед жителів кожного окремого регіону. Розрахунки проведені шляхом відношення загальної кількості студентів, зареєстрованих на кожному освітньому рівні (незалежно від віку) до населення вікової групи, що зареєстрована на даному рівні на початку навчального року.

Загальний рівень освіти (*CGER*) включає всі три освітніх рівні. Серед інших показників, використаних у розрахунках, *CGER* займає третину в оцінці компонента освіти, у той час як показник освіченості дорослого населення – дві третини. На другій стадії емпіричного аналізу ми характеризуємо фактори, що впливають на рівень внутрішньої й зовнішньої міграції на основі індексів, що входять до складу ІЛР.

Використаємо індекс людського розвитку щодо трудових ресурсів на регіональному рівні, розглядаючи дев'ять показників. Вони характеризують демографічний стан, розвиток ринку праці, фінансового добробуту, тривалість життя, охорону здоров'я, рівня освіти, соціального оточення, фінансування людського розвитку та екологічної безпеки.

Таблиця 1

Показники індексів – складових індексу людського розвитку для регіонів України

Регіон, область	<i>LE Index</i>	<i>Edu Index</i>	<i>GDP Index</i>	<i>LM Index</i>	<i>TPD</i>	<i>HCaP</i>	<i>SE</i>	<i>ES</i>
АР Крим	0,32	0,95	0,59	0,14	0,16	0,22	0,21	0,65
Вінницька	0,41	0,95	0,59	0,18	0,40	0,17	0,16	0,55
Волинська	0,30	0,92	0,57	0,25	0,09	0,15	0,43	0,63
Дніпропетровська	0,38	0,95	0,67	0,26	0,25	0,23	0,48	0,33
Донецька	0,40	0,96	0,67	0,04	0,15	0,24	0,65	0,28
Житомирська	0,39	0,94	0,56	0,22	0,29	0,19	0,44	0,57
Закарпатська	0,25	0,93	0,56	0,11	0,13	0,18	0,22	0,61
Запорізька	0,37	0,96	0,65	0,38	0,14	0,23	0,69	0,41
Івано-Франківська	0,31	0,93	0,60	0,48	0,19	0,18	0,15	0,55
Київська	0,42	0,96	0,62	0,05	0,39	0,22	0,29	0,49
Кіровоградська	0,39	0,95	0,58	3,15	0,20	0,17	0,86	0,55
Луганська	0,40	0,96	0,60	2,90	0,01	0,21	1,40	0,21
Львівська	0,33	0,94	0,60	0,18	0,22	0,24	0,11	0,47
Миколаївська	0,33	0,95	0,61	5,29	0,07	0,19	0,45	0,56
Одеська	0,31	0,94	0,64	0,15	0,25	0,19	0,25	0,51
Полтавська	0,42	0,96	0,65	0,23	0,32	0,16	0,40	0,76
Рівненська	0,29	0,91	0,58	0,73	0,13	0,17	0,27	0,43
Сумська	0,45	0,96	0,59	3,00	0,20	0,20	0,75	0,51
Тернопільська	0,37	0,94	0,54	0,55	0,18	0,19	0,26	0,54
Харківська	0,40	0,96	0,64	0,14	0,21	0,22	0,47	0,43
Херсонська	0,31	0,95	0,57	0,35	0,05	0,18	0,85	0,43
Хмельницька	0,43	0,95	0,57	0,17	0,30	0,15	0,40	0,54
Черкаська	0,43	0,95	0,57	0,34	0,36	0,17	0,39	0,55
Чернівецька	0,31	0,93	0,54	0,52	0,13	0,20	0,37	0,62
Чернігівська	0,51	0,95	0,59	0,02	0,39	0,16	0,84	0,46

Джерело: Власні розрахунки автора на основі даних Держкомстату (2005)

У результаті проведеного мультиплікаційного регресивного аналізу (Табл. 2) ми підтвердили, що загальний рівень міграції суттєво залежить від наведених вище факторів (57,6 %). Показник F-критерію становить 4,19 % (Додаток 1) і припускає, що модель є статистично значимою на 0,05 рівні імовірності. Залежність зовнішньої міграції від вказаних факторів є навіть більшою і становить 65,17 %, F-критерій становить 1,18 % на 0,05 рівнях імовірності.

Таблиця 2

Регресійний аналіз загальної та зовнішньої міграції

Показник	Загальна міграція	Зовнішня міграція
R	0,760	0,807
R ²	0,576	0,652
Фіксований R ²	0,302	0,478
Стандартна похибка	1393,311	493,745
К-ть спостережень	25	25

Джерело: власні розрахунки автора

У результаті мультиплікаційного регресійного аналізу нами встановлено, що найбільш суттєвими факторами, що впливають на загальний рівень міграції є - Індекс очікуваної тривалості життя (LEI), Індекс ВВП та Індекс соціального оточення (SEI). Кожному з цих факторів притаманні істотні показники t-статистики (Табл. 3). Інакше кажучи, головні причини для міграції у сільських районах це рівень сімейного доходу; особливості соціального оточення, наприклад, рівень схильності до алкоголізму або наркоманії населення, а також рівень очікуваної тривалості життя.

Таблиця 3

Фактори, які найсуттєвіше впливають на загальний рівень міграції

	Коефіцієнт	Стандартна похибка	t-statistics	P-value
Y-Intercept	-7906,090	4293,465	-1,841	0,080
LE Index	13802,390	4781,243	2,887	0,009
GDP Index	18413,870	7219,579	2,551	0,019
Social environment	-3099,730	984,685	-3,148	0,005

Джерело: власні розрахунки автора

У випадку зовнішньої міграції моделювання мультифактора (Додаток 3) показує, що головні фактори – Індекс очікуваної тривалості життя (LEI), Індекс ВВП, відношення найнятого й безробітного населення та умови життя населення (Табл. 4).

Таблиця 4

Фактори, які найбільш суттєво впливають на рівень зовнішньої міграції

	Коефіцієнт	Стандартна похибка	t-statistics	P-value
Y-cross	-5315,166	1594,118	-3,334	0,003
LE Index	4506,678	2304,616	1,956	0,065
GDP Index	9505,731	2671,912	3,558	0,002
Labour Market Index	-212,102	90,335	-2,348	0,029
Terms of PD	-5049,808	1397,776	-3,613	0,002

Джерело: власні розрахунки автора

Як і у випадку з загальним рівнем міграції, рівень зовнішньої міграції залежить від рівня сімейного доходу та наявності засобів до існування, наявності робочих місць та забезпеченості житлом.

Більшість українських областей показують погіршення життєвого рівня сільського населення. Результати нашого дослідження доводять, що слід звернути більшу увагу на стійкий розвиток трудових ресурсів у сільській місцевості. Найвпливовішими чинниками є: рівень сімейного доходу, соціальне оточення, очікувана тривалість життя, доступність роботи та доступність житла.

Література

8. Лібанова Е., Позняк О. Трудова Міграція з України - Новий Потенціал міграції з країн Східної Європи, Доповідь у рамках «Beyond Transition Seminar», в рамках CASE.
9. Малиновська О. Міжнародна міграція в сучасній Україні: тенденції й політика. Глобальні перспективи освіти № 14. Світова комісія з міжнародної міграції, 2004.
10. Міністерство праці та Соціальної політики України //Заробітна плата в Україні, 2006.
11. Державний Комітет Статистики України: Сільське господарство України //Статистичний щорічник. – К., 2005.
12. Державний Комітет статистики України: Населення України, Статистичного щорічника. – К., 2005.
13. Державний Комітет статистики України: Регіональний людський розвиток в Україні //Статистичний щорічник. – К., 2005.
14. Державний Комітет статистики України: Статистична інформація щодо індексів заробітної плати, 2006.
15. Програма Розвитку Організації Об'єднаних Націй: Повідомлення про людський розвиток, 2006.
16. Варналій З. Облaсті України: Проблеми й пріоритети соціально-економічного розвитку. – К., 2005. – 498 с.

Додаток 1: Дисперсійний аналіз загальної та зовнішньої міграції

Загальна міграція					
	d	SS	MS	F	Amount F
Регресія	9	42233538,34	4692615,371	2,719387547	0,041962852
Remainder	1	31061066,22	1941316,639		
Всього	2	73294604,56			
	5				
Зовнішня міграція					
	d	SS	MS	F	Amount F
Регресія	8	7299140,528	912392,566	3,742624607	0,0118448
Remainder	1	3900546,432	243784,152		
Всього	2	11199686,96			
	4				

Додаток 2: Багатофакторна модель впливу на рівень загальної міграції

	Коефіцієнт	Стандартна похибка	t-statistics	P-value
Y-Intercept	-54026,1489	37568,18855	-1,438082351	0,169682751
Індекс тривалості життя	4189,044796	12061,85756	0,347296822	0,732894593
Індекс Освіти	62550,32475	47323,1899	1,321768987	0,204833073
Індекс ВВП	9402,767128	10333,44245	0,909935597	0,376360768
Індекс ринку праці	-175,901434	275,7607931	-0,637876879	0,532577399
Умови життя	1381,07064	7093,74176	0,194688598	0,848087341
Охорона здоров'я	-11094,96777	18189,85912	-0,609953475	0,550457999
Соціальне оточення	-3764,34977	2481,065274	-1,517231252	0,14871718
Екологічний стан	-3692,767375	4208,242642	-0,877508188	0,393196698

Додаток 3: Багатофакторна модель впливу на рівень зовнішньої міграції

	Коефіцієнт	Стандартна похибка	t-statistics	P-value
Y-Intercept	-11621,10014	13312,96534	-0,872915977	0,395620798
Індекс тривалості життя	4217,78752	4274,33682	0,986770041	0,338443631
Індекс Освіти	9438,889203	16769,82604	0,56284956	0,581339222
Індекс ВВП	5620,462233	3661,841745	1,534873057	0,144351192
Індекс ринку праці	-189,4550087	97,72081173	-1,938737566	0,070380222
Умови життя	-4962,922822	2513,795363	-1,974274794	0,065871441
Охорона здоров'я	3289,029377	6445,904721	0,510251007	0,616842411
Соціальне оточення	-515,2201025	879,2102377	-0,586003302	0,56604883
Екологічний стан	-1243,788705	1491,266696	-0,834048469	0,416532572

Федорченко А.В.,

*канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»*

Етичні аспекти проведення маркетингових досліджень

Сучасний маркетинг сьогодні є тією сферою практичної діяльності за умов ринку, де першочергового значення набувають питання підприємницької етики. Це пояснюється багатьма факторами. Проте, на нашу думку, найбільш комплексно вони викладені у маркетинговій теорії довготривалих стосунків з представниками цільового ринку підприємства (або так званого маркетингу партнерських стосунків). Згідно з даною теорією, маркетинг не просто повинен декларувати першочергову задачу задоволення потреб кінцевих споживачів на тлі наявності більш дорогого сценарію залучення нових зі значно більшими витратами (порівняно з варіантом збереження існуючих). Практика ринкової діяльності на зламі тисячоліть переконливо доводить тезу про зміну традиційних ролей виробника, споживача, посередника, постачальника та інших економічних суб'єктів. Сьогодні останні набувають значно більшої активності та постійно зміцнюють свій вплив на виробника, диктуючи йому що саме, в якій кількості та з якими додатковими умовами виробляти. Прикладом цьому є також сучасна концепція кастомізованого маркетингу, яка знаходить усе більше поширення, зокрема, із усебічним розвитком електронної комерції та Інтернет-маркетингу.

За таких умов на тлі постійного насичення товарних ринків конкуруючими товарними пропозиціями особливого значення для організацій набуває маркетинг. Задекларована за ним стратегічна роль, яку можна знайти у багатьох ранніх публікаціях у спеціальній літературі, найбільш повно розкривається, напевно, тільки сьогодні. Так, згідно із зазначеними вище сучасними маркетинговими теоріями, економічні суб'єкти, пов'язані між собою задачами створення та просування на ринок конкретного товару з боку фірми-виробника, слід розглядати як повноправних партнерів по бізнесу, роль яких така ж важлива, як і роль кінцевого споживача. Адже усі вони фактично присутні у ланцюжку створення додаткової цінності конкретної товарної пропозиції для споживача. Такі думки потребують у працях сучасних авторів, серед яких особливо варто виділити шведську школу економіки та бізнес-адміністрування (Крістіан Гронрос та ін.) [1], а також доробок європейської школи маркетинг менеджменту, серед представників якої варто особливо виділити праці Ж.-Ж. Ламбена [2]. Останній, зокрема, пропонує увести термін «менеджмент, орієнтований на ринок».

Як наслідок, маркетинг починають розуміти не як спосіб нав'язування конкретного товару чи окремих елементів маркетингового інструментарію, спрямованих на його підтримку (серед яких особливе місце посідають засоби маркетингової політики комунікацій), до чого частково підштовхувала традиційна і багато в чому застаріла американська концепція маркетингового менеджменту, заснована на теорії «4 P». Натомість стверджується, що сучасний маркетинг – це засіб створення додаткової цінності для споживача, формування його лояльності до компанії та її торгових марок, встановлення довготривалих стосунків між виробником та споживачем, тощо. Усе це, у свою чергу, сприяє підвищенню капіталізації компанії за рахунок збільшення частки її нематеріальних активів, серед яких сьогодні найбільш яскраво вирізняються торгові марки як засіб такої капіталізації бізнесу. Саме тому зазначені нами вище автори у своїх працях стверджується, що оргструктура підприємства також повинна істотно змінитися: у ній замість відокремленого відділу маркетингу повинні створюватися групи по управлінню торговими марками. У кінцевому підсумку зазначена обставина дає змогу чітко розрізнити поняття «маркетинговий менеджмент» – управлінням відділом маркетингу в оргструктурі організації та «маркетинговий менеджмент» – управління всією організацією з позиції маркетингу як філософії бізнесу.

Проте, у будь-якому випадку, досягнути такої мети стає можливим, коли отримання прибутків відходить на другий план на тлі усвідомлення першочергової необхідності задоволення потреб споживачів. Це, на нашу думку, можливо вважати головним етичним підґрунтям ведення успішної маркетингової та господарської діяльності в сучасних ринкових умовах.

Цілком зрозуміло, що будь-який бізнес вимагає прийняття управлінських рішень за умов функціонування системи «постачальник–виробник–посередник–споживач». При цьому слід також зауважити, що саме її існування неможливе без налагодження відповідних інформаційних потоків як між зазначеними суб'єктами, так і у межах кожного з них. Саме тому в межах здійснення маркетингової діяльності стратегічно важливого значення набуває питання організації та повнокровного функціонування системи маркетингових досліджень.

Говорячи про етичні аспекти проведення маркетингових досліджень можливо вважати традиційним підхід, коли вони розглядаються через призму їх відповідності таких головних принципів [3, с. 11–12]:

- системність (періодичність, послідовність, логічність досліджень та розрахунків);
- комплексність (врахування та аналіз усіх діючих елементів та чинників у їх динаміці та взаємозв'язку);
- цілеспрямованість (орієнтація та вирішення актуальних маркетингових проблем та завдань);
- об'єктивність (незалежність від суб'єктивних оцінок та висновків);
- надійність (точність отриманих даних, їх відповідність реальним маркетинговим ситуаціям);
- економічність (перевищення вигоди від вдосконалення маркетингових рішень над витратами, пов'язаними із проведенням маркетингових досліджень);
- відповідність принципам добросовісної конкуренції;
- довіра зі сторони споживача (впевненість щодо того, що кінцевий результат маркетингових досліджень – підвищення рівня задоволення існуючих потреб і запитів);
- дотримання етичних норм і правил.

Однак, на нашу думку, досліджуване нами питання може бути розкритим більш глибоко тільки у взаємозв'язку із розглядом самої сутності, ролі, значення та сучасного розуміння маркетингових досліджень та їх системи. Так, зокрема, наведені принципи повною мірою знайшли своє відображення у директивах ESOMAR – Світової асоціації професіоналів соціологічних та маркетингових досліджень. Так, згідно з Міжнародним процесуальним кодексом маркетингових і соціологічних досліджень їх розглядають, як «...ключовий елемент у цілісному полі маркетингової інформації. Вони поєднують споживача, клієнта, громадськість і маркетолога через інформацію, яка використовується щоб ототожнити і визначити можливості та проблеми маркетингу; виробити, деталізувати та оцінити дії маркетингу; вдосконалити розуміння маркетингу як процесу і засобу, за допомогою яких можна підвищити ефективність специфічних видів маркетингової діяльності» [4, с. 9]. У цьому Кодексі, зокрема, зазначено кілька надзвичайно важливих положень, які дають нам підстави вважати його, передусім, етичним кодексом маркетолога-дослідника. У найбільш комплексному вигляді вони виявляються у випадку замовлення клієнтом проведення маркетингового дослідження у спеціалізованій дослідній установі, що передбачає конкретизацію таких головних питань:

- професійної відповідальності дослідника;
- прав та обов'язків дослідників, клієнтів та респондентів;
- захисту даних особистого характеру, отриманих від респондента (впровадження європейських вимог щодо захисту даних – Директива ЄС 95/46/ЄС);
- врахування особливих умов проведення досліджень серед дітей;
- розмежування маркетингових досліджень від прямого маркетингу тощо.

З цього приводу необхідно наголосити, що суб'єкти вітчизняного ринку маркетингових та соціологічних досліджень, прагнучи набути позитивної репутації в очах потенційних замовників поступово переходять на використання Директив ESOMAR, уповноваженим представником якої в Україні виступає ВГО Українська асоціація маркетингу (УАМ), яка, до речі, також має власні стандарти якості проведення маркетингових досліджень. Всі ці обставини, без сумніву, мають позитивний вплив на дотримання етичних відносин між замовниками маркетингових досліджень та їх виконавцями. Для прикладу скажемо: більшість значних вітчизняних дослідних установ та організацій є членами ESOMAR та УАМ.

Водночас, на нашу думку, розгляд питань етичних аспектів проведення маркетингових досліджень не вичерпується традиційним розглядом стосунків замовника та дослідної організації, а також їх регулювання різними галузевими професійними організаціями. Тому слід ще раз наголосити на тому, що за умов трансформації зазначених нами на початку статті головних функцій сучасного маркетинг менеджменту, розгляд питання етики маркетингових досліджень також безпо-

середньо пов'язаний із розглядом питання про трансформацію сучасного розуміння самої сутності системи маркетингових досліджень. Адже дотримання етичних норм і правил щодо збору маркетингової інформації, репрезентативності вибірок, підготовки інтерв'юерів та модераторів, вибору релевантних методів збору та аналізу інформації на етапі польових робіт, повинні підкріплюватися відповідним коректним використанням зібраної маркетингової інформації на етапі прийняття управлінського рішення. Дослідження цієї складової питання етики проведення маркетингових досліджень ми дуже нечасто можемо зустріти у спеціальній літературі.

У даному контексті доречним буде пригадати, що будь які дії на рівні окремо взятого економічного суб'єкта (у тому числі й управлінські) можуть бути розглянуті за допомогою процесного підходу. Головна ідея при цьому полягає в оперуванні такою економічною категорією як бізнес-процес. Як наслідок, усі процеси, пов'язані зі збором та аналізом маркетингової інформації, як і процеси прийняття управлінських рішень на основі її використання – категорії, що пов'язуються між собою сутністю бізнес-процесів організації, тобто дій, спрямованих на оптимальне використання наявних ресурсів (у найширшому сенсі цього слова). Так, наприклад При цьому, наприклад, Ф. Котлер визначає бізнес-процес у досить широкому сенсі, як «...продуктивне споживання ресурсів – робочої сили, матеріалів, обладнання, інформації, енергії тощо» [5, с.113]. Крім цього, бізнес-процеси сприяють переходу від одного (наприклад, існуючого) стану конкретного суб'єкта системи управління підприємством до іншого (наприклад, бажаного).

На жаль, у межах однієї статті неможливо глибоко дослідити усі можливі аспекти трансформації системи маркетингових досліджень на сучасних підприємствах, тому ми окреслимо головні їх напрями у взаємозв'язку з обраною тематикою. Їх подальша конкретизація повинна стати предметом наступних досліджень у цій галузі.

По-перше, сьогодні у переважній більшості визначень маркетингових досліджень наголошується на окремих процесах збору та аналізу маркетингової інформації і значно менше уваги приділяється питанню її використання при прийнятті управлінських рішень на основі зазначених нами бізнес-процесів. Натомість головні акценти уваги дуже часто зміщуються у бік дослідження окремих соціологічних чи психологічних методів збору первинної маркетингової інформації.

По-друге, велика кількість авторів традиційно обмежує споживачів результатів маркетингових досліджень представниками відділу маркетингу. У той самий час сама структура маркетингових досліджень передбачає можливість вирішення значно ширшого кола управлінських задач, а не лише маркетингових (що корелює із викладеними вище думками про трансформацію функцій маркетинг менеджменту підприємства). Іншими словами, якщо маркетинг відіграє стратегічну роль в управлінні підприємством у цілому, то і його інформаційно-аналітичне забезпечення також має набути аналогічної вагомості.

По-третє, у спеціальній літературі існує розмите уявлення про сутність та роль системи маркетингових досліджень на підприємстві як такої. В основному її розглядають як одну із підсистем МІС підприємства (поряд із підсистемами внутрішньої, зовнішньої інформації та маркетинговою аналітичною підсистемою). Не вдаючись до критики теорії МІС лише зауважимо, що, на нашу думку, це занадто спрощене уявлення про систему, що включає спеціальні підрозділи та виконавців, які організують збір та аналіз інформації, виконання відповідних дослідницьких проектів. Крім цього, цілі, аналогічні цілям існування МІС підприємства сьогодні часто покладають на CRM-системи або на системи підтримки прийняття управлінських рішень, що також зумовлює необхідність трансформації традиційних уявлень про сутність системи маркетингових досліджень.

Цілком природно, що кожна з наведених нами тез являє собою окремий напрям розвитку досліджень у сфері маркетингових досліджень, який потребує свого подальшого опрацювання та конкретизації. Проте у результаті аналізу обраної тематики ми можемо дійти таких висновків:

по-перше, етичні аспекти здійснення підприємницької діяльності найбільшою мірою втілюються в життя у сучасних тенденціях розвитку маркетингової теорії і практики. Останні, у свою чергу, стають дієвим засобом капіталізації бізнесу компанії завдяки отриманню додаткових нематеріальних активів;

по-друге, відповідні підходи поширюються і на функціонування системи маркетингових досліджень, переважно у контексті стандартних вимог щодо окремих аспектів співробітництва компаній-замовників маркетингових досліджень та їх виконавців;

по-третє, етика маркетингових досліджень повною мірою може розглядатися тільки через призму комплексного підходу як щодо фази збору та аналізу маркетингової інформації, так і щодо фази її використання при прийнятті відповідних управлінських (а не тільки виключно маркетингових) рішень;

по-четверте, попередній висновок зумовлює необхідність трансформації уявлень про систему маркетингових досліджень, її сутність, значення та роль у контексті сучасних тенденцій розвитку маркетинг менеджменту.

Література

1. Grönroos C. Quo Vadis, Marketing? Toward a Relationship Marketing Paradigm [Текст] / С. Grönroos // The Marketing Review. – 2002. – №3. – Р. 129-146. – ISSN 1472-1384/2002/2/00129.
2. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок [Текст] / Жан-Жак Ламбен; пер. с англ., под ред. В.Б. Колчанова. – СПб.: Питер Ком, 2005. – 800 с.
3. Войчак А.В. Маркетингові дослідження [Текст] / А.В. Войчак, А.В. Федорченко – К.: КНЕУ, 2007. – 408 с.
4. Директиви та керівництва ESOMAR [Текст]: Видання Української асоціації маркетингу / упоряд., перед. сл. А.Ф. Павленка; пер. з англ. Ю.М. Друзя та ін. – К, 2003. – 180 с. – 1000 пр.
5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Филип Котлер; пер. с англ. – М. – СПб.: Питер Ком, 1998. – 896 с.

Чуприкова А.И.,

аспирантка кафедри управління

Королевского института управления, экономики и социологии

Формирование инвестиционного климата для улучшения социально-экономического потенциала региона

Инвестиции для нас сегодня – это необходимое условие возобновления и поддержания устойчивого экономического роста и улучшения уровня жизни людей. Актуальность указанной темы налицо, так как «поднять» экономику страны без вложений в нее средств, конечно же нельзя. Исследование проблем инвестирования экономики всегда находилось в центре внимания экономической науки. Это обусловлено тем, что инвестиции затрагивают самые глубинные основы хозяйственной деятельности, определяя процесс экономического роста в целом. В современных условиях инвестиции выступают важнейшим средством обеспечения позитивных, структурных сдвигов в народном хозяйстве, технического прогресса, повышения качественных показателей хозяйственной деятельности на микро - и макроуровнях. В инвестициях важно также то, что они всегда ориентированы на будущее. Однако, как правило, капитальные блага, приобретённые за счёт инвестиций, окупают себя не сразу. Кроме того, они часто высокоспециализированы. Именно эти свойства делает инвестиции рискованными. Поэтому необходимо предвидеть характер спроса в достаточно отдалённой перспективе. Особенность большинства капитальных благ состоит в том, что они – блага длительного характера, с ожидаемым сроком жизни в 10 и более лет. В этой статье, мы рассматриваем одну из актуальных тем современного развития экономики.

Понятие «инвестиционный климат» отражает степень благоприятности ситуации, складывающейся в той или иной стране, регионе, отрасли привлекающим инвестиции. Оценка же инвестиционного климата основывается на анализе многих факторов, определяющих, в конечном счёте, инвестиционный климат. Для государства обычно применяются выходные параметры инвестиционного климата – приток и отток капитала, уровень инфляции и процентных ставок, доля сбережений в ВВП, а также входные параметры, характеризующие потенциал страны по освоению инвестиций и риск их реализации: природные ресурсы и состояние экологии, качество рабочей силы, уровень развития объектов инфраструктуры, политическая стабильность и предсказуемость, состояние бюджета, внешний долг, качество государственного управления, законодательство, эффективность налоговой системы и др. Что касается регионов то в зависимости от названных факторов, оценивающих инвестиционный климат, их можно разбить на три группы:

- регионы с благоприятным инвестиционным климатом, максимальной деловой активностью, высокими темпами формирования высокоэффективных экономических структур;
- регионы с неблагоприятным инвестиционным климатом, минимальной деловой активностью, низкими темпами формирования новых экономических структур.
- регионы промежуточного типа, с менее благоприятным инвестиционным климатом, невысокой деловой активностью, средними темпами экономических преобразований.

Для экономики России безусловно представляет интерес зарубежный опыт привлечения инвестиций. В связи с этим отметим, что иностранному капиталу во многом обязана в своем разви-

тии и Бразилия. Здесь к началу 1990 г. сумма прямых инвестиций составила порядка 30 млрд. долларов причем на долю совместных и иностранных предприятий приходилось около 30% промышленного производства и, главным образом, в важнейших его отраслях – машиностроении, металлургии, химии и нефтехимии. С привлечением иностранных инвестиций в Бразилии, как и в новых индустриальных странах Азии, в первую очередь решались задачи развития импортозамещающих производств и последовательного наращивания экспортного потенциала. При этом крупнейшее южноамериканское государство стремилось не к получению иностранных кредитов и займов, которые обычно становятся кабальными для развивающихся стран, а к привлечению прямых иностранных инвестиций для создания современных промышленных производств на взаимовыгодных условиях. Одновременно экономическое сотрудничество с зарубежными корпорациями организовывалось по возможности так, чтобы использовать уже сложившиеся их фирменные каналы и рынки сбыта бразильской продукции.

В этой статье мы хотели бы рассмотреть и российский опыт, а конкретно такой крупный регион как Московская область. Главной особенностью инвестирования в Московскую область являются такие факторы: выгодное географическое положение, высокоразвитое промышленное производство, область уже имеет достаточно развитую инфраструктуру, развитую среду привлечения инвестиций, высокий научно-технический и образовательный потенциал. Все эти особенности позволяют утверждать, что инвестиционный климат Московской области, вполне благоприятен для инвестирования. В доказательство приведем такие данные.

По объемам вложенных инвестиций Московская область находится на третьем месте среди регионов России и на втором месте в Центральном Федеральном округе. Инвестиции в основной капитал за счет всех источников финансирования достигли 126 млрд. руб. Прирост инвестиций в основной капитал в январе–июне 2007 г. относительно января–июня 2006 г. составил 53,2% (в январе–июне 2006 г. – 11,7%, относительно января июня 2005 г.). Характерен в этом смысле и сентябрь 2007 г.: общий объем финансовых вложений в абсолютном выражении не просто вырос, при этом краткосрочные вложения имели преимущество перед долгосрочными. В первом полугодии 2007 г. в экономику Московской области поступило 2,4 млрд. долларов США иностранных инвестиций, что на 23,8% больше, чем в первом полугодии 2006 г. Доля прямых иностранных инвестиций составила в первом полугодии 2007 г. 49,8% от общего объема иностранных инвестиций и возросла по сравнению с первым полугодием 2006 г. на 20,9 процентных пункта. Объемы прямых инвестиций возросли за этот период в 2,1 раза. Основным источником инвестиций были привлеченные средства, которые составили 56,9% от общего объема инвестиций в основной капитал. Примечательно, что наибольший объем инвестиций приходится на обрабатывающее производство, хотя затраты на научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы попрежнему незначительны. На основании отмеченного выше можно сделать вывод, что наименьшее внимание инвесторов привлекает научная сфера и инвесторы предпочитают краткосрочные вложения, ибо они являются менее рискованными и имеют меньший срок окупаемости. А сейчас остановимся на нескольких проблемах препятствующих притоку иностранных инвестиций и формированию благоприятного инвестиционного климата не только в Московскую область, но и в стране в целом. Во-первых, это недоверие инвесторов к банковской системе и ее эффективности, неустойчивость налоговой системы, недостаточность правовых норм защиты от экономических преступлений и коррупции, непрозрачность инвестиционного климата.

Поэтому, по нашему мнению создание Особых Экономических Зон (ОЭЗ) в Московской области может стать, как и во многих странах мира, одним из эффективных способов привлечения иностранных инвестиций в научную сферу. ОЭЗ являются одним из инструментов государственно-частного партнерства. Частные инвесторы здесь почувствуют снижение влияния административных барьеров, ощутят гарантии своих имущественных прав, влияние особого налогового режима. Также ОЭЗ способствуют созданию дополнительных рабочих мест, росту налоговых поступлений, внедрению передовых технологий. К перечисленному можно добавить: улучшение инфраструктуры региона, включая дороги, электроснабжение, больницы, школы и снабжение чистой питьевой водой. В ОЭЗ должна действовать система «одного окна», позволяющая свести для компании-инвестора до минимума формальности при отводе земли. Однако главное, что должно привлекать частный бизнес в ОЭЗ – это активное участие государства в создании инфраструктуры. Здесь государство обычно вкладывает миллиардные средства в строительство дорог, очистных сооружений, водоснабжения, электрификацию и т.д. Практика показывает, что инвесторы активно идут в те регионы, к которым государство проявляет такой интерес. Рассмотрим для примера опыт создания ОЭЗ в г. Дубне, Московской области создается особая экономическая зона тех-

нико-внедренческого типа. На ее территории будут развиваться информационные и ядерно-физические технологии, биотехнологии, проектирование летательных аппаратов, материаловедение, альтернативная энергетика и другие виды инновационной деятельности. В целях развития социальной инфраструктуры муниципальным законодательным органом принят ряд нормативных актов, закрепляющих порядок и условия предоставления жилья молодым и высококвалифицированным ученым и специалистам, работающим в организациях научно-производственного комплекса или в организациях бюджетной сферы Дубны. Особая экономическая зона будет представлять собой два участка – по обоим берегам реки Волги. Только на левобережном участке особой экономической зоны планируется создать в перспективе до 10 тыс. новых рабочих мест.

В соответствии с Планом обустройства на территории особой экономической зоны предполагается строительство, реконструкция и модернизация более 50 объектов инфраструктуры. В 2007 г. планируется ввод:

- сети теплоснабжения от городской котельной до района Российского центра программирования с реконструкцией системы химической водоподготовки городской котельной (общей протяженностью 5 500 м);
- водовода от левобережной насосно-фильтровальной станции до участка застройки Российского центра программирования г. Дубны Московской области (общей протяженностью 5 300 м);
- пускового комплекса первой очереди производственно-эксплуатационной базы (городок строителей).

Общий планируемый объем инвестиций в создание инженерной, транспортной и социальной инфраструктуры составит более 28 млрд. руб., в том числе за счет средств бюджетов всех уровней будет вложено около 8 млрд. руб.

Это убедительное доказательство необходимости и полезности создания инвестиционного климата в целях решения многих социально-экономических проблем регионов.

Литература

1. Вишнякова Г.В. Инвестиции в российские регионы. – М., 2001.
2. Инвестиционная политика современной России: моногр. /Под ред. Е.А. Олейникова. – М., 2001.
3. Инвестиционная привлекательность регионов: причины различий и экономическая политика государства /Под ред. В.А. Мау. – М., 2002.
4. Кураков Л.П. Российская Экономика. – М., 1998.
5. Хасбулатов Р.И. Мировая экономика. – М., 2001.
6. www.finansy.ru
7. <http://www.mosreg.ru>
8. www.ivr.ru
9. www.subscribe.ru
10. <http://www.podmoskovje.ru>
11. <http://www.investportal.ru>

Шевченко Л.С.,

*докт. екон. наук, професор, зав. кафедри економічної теорії
Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого*

Соціальна відповідальність бізнесу у сфері оплати праці найманої робочої сили

Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) у сучасній зарубіжній і вітчизняній управлінській науці трактується як певний рівень добровільного відгуку на соціальні проблеми з боку організації; етичний принцип, якого дотримуються підприємці у процесі прийняття управлінських рішень; обов'язок керівництва організації здійснювати дії, що збільшують рівень добробуту і відповідають інтересам як суспільства, так і самої компанії. У такому ракурсі сутність СВБ подають М.Х. Мескон, М. Альберт і Ф. Хедоурі, Д. Бодді й Р. Пейтон, Р.Л. Дафт, Ф. Котлер і Н. Лі, Г.В. Осовська і О.А. Осовський та багато інших дослідників.

У сфері трудових відносин СВБ зазвичай пов'язується зі своєчасною виплатою працівникам заробітної плати, стабільністю та підтримкою її розмірів на гідному рівні. Однак для українського підприємництва це поки що бажана, ідеальна конструкція взаємовідносин роботодавців, найманих працівників і суспільства. У реаліях мають місце:

- по-перше, невідповідність трудових доходів найманих працівників вартості їхньої робочої сили. В Україні частка зарплати в собівартості продукції за період 2001–2006 рр. залишалася практично без змін і становила в середньому по галузях економіки 5,78 – 5,80 коп. з 1 грн. реалізованої продукції (без урахування бюджетної сфери і платників єдиного податку). В Європі і США цей показник знаходиться в середньому на рівні 40 %, досягаючи в наукомістких галузях і у сфері послуг 90 % [1, с. 2-3];
- по-друге, затримки з виплатою заробітної плати як специфічна форма примусового безпроцентного кредитування працівниками своїх підприємств, за якої строки погашення визначаються самими позичальниками [2, с. 38]. На 1 листопада 2007 р. сума несплаченої заробітної плати дорівнювала 752,4 млн. грн., а чисельність працівників економічно активних підприємств, яким вчасно не виплачено заробітну плату, – 165,1 тис. осіб, або 1,5 % загального числа працівників, зайнятих в економіці. Кожному із зазначених працівників не виплачено у середньому 1331 грн. [3, с. 10-11];
- по-третє, прояви дискримінації працівників у сфері оплати праці. В Україні впродовж останнього десятиліття заробітна плата жінок становить у середньому близько 60 % заробітної плати чоловіків. Ще суттєвіше гендерні відмінності виявляються в доходах населення загалом. Практично в усіх вікових групах рівень доходів чоловіків значно перевищує рівень доходів жінок – у середньому в 1,6 раза. Наслідок такої ситуації – підвищений рівень зuboжіння для жіночої половини населення України, особливо у ситуації, коли жінка є єдиним годувальником у сім'ї [4, с. 109];
- по-четверте, тінізація заробітної плати. За експертними оцінками, близько 35 % доходів населення України одержує без реєстрації.

На нашу думку, реалізація базових принципів СВБ щодо оплати праці неможлива без визнання власності найманих працівників на їхню робочу силу. Остання є складним «пучком правомочностей» працівників і включає:

- право виняткового контролю над шляхами формування й потенціального використання свого активу – робочої сили. Працівник може самостійно визначати: напрям розвитку своїх продуктивних здібностей, тобто обирати основну професію, періодично підвищувати кваліфікацію, розширювати знання тощо; сферу і характер їх застосування – галузь економіки, конкретного роботодавця чи індивідуальну працю; форми й способи відновлення фізичних і духовних сил, затрачених у процесі праці;
- право на застосування трудового ресурсу в безпечних умовах праці, захист його від шкоди з боку навколишнього середовища;

- право на дохід від використання активу «робоча сила» у вигляді зарплати, премій, гонорарів, бонусів тощо, а також на укладення з іншими індивідами контрактів про умови одержання доходу;
- право на передавання активу «робоча сила» іншій стороні, розщеплюючи, розподіляючи або комбінуючи свій «пучок правомочностей» на робочу силу таким чином, щоб діяльність, яку вони дозволяють, давала найвищий за ринковими мірками доход.

Під час найму працівник, не втрачаючи права власності на свою робочу силу, передає роботодавцю право користування конкретними професійними здібностями протягом певного часу відповідно до чинного трудового законодавства країни. Причому, на відміну від інших ресурсних ринків (насамперед, капіталу й землі), де відбувається обмін і самими благами, і правами користування цими благами, на ринку праці йдеться лише про трансфери прав користування робочою силою. Ринок праці у результаті набуває якості ринку прав користування робочою силою: товар «право користування робочою силою» – вартість (ціна) «права користування робочою силою» – трудова винагорода.

Принципово важливим моментом тут є розуміння трудової винагороди як доходу від власності на робочу силу. Якщо на ринку праці відбуваються трансфери прав власності на робочу силу, то у сфері виробництва працівник, застосовуючи свою робочу силу, надає трудові послуги та створює певний продукт. У результаті трудова винагорода як ціна права користування робочою силою набуває кількох форм – трудової ренти, інвестиційного доходу, заробітної плати у широкому її розумінні, нематеріальних доходів і платежів, запланованих на майбутнє.

Трудова рента – це плата за надане роботодавцю право користування його робочою силою та трудовими послугами. Зраз такого елемента в структурі трудової винагороди найманого працівника немає, як немає й розуміння його необхідності. Тим часом «право користування» як специфікація власності на робочу силу не може не оплачуватися. Надаючи таке право конкретному роботодавцю, працівник відмовляється від альтернативного застосування своїх трудових здібностей на підприємствах інших роботодавців і альтернативних джерел доходів. Працівник повинен повністю використовувати це право і за умов простою підприємства не з його вини, під час вирішення питання про довготривалі заборгованості із заробітної плати. До речі, проблема низького рівня заробітків – це також наслідок нерозуміння права власності на робочу силу, невміння оцінити право користування нею.

Інвестиційний дохід утворюється, якщо працівником (або попереднім роботодавцем) було зроблено витрати на здобуття освіти й формування професійних та ділових якостей. Тобто мало місце довгострокове індивідуальне інвестування, альтернативне іншим формам вкладення грошей. За певних умов, особливо через обмеженість висококваліфікованої робочої сили й визнання ринком праці специфічних трудових здібностей працівника, такі витрати створюють додатковий дохід (додаткові вигоди) власнику робочої сили, перетворюючись на «людський капітал». Наймаючись до роботодавця, індивід вирішує, які саме елементи «людського капіталу» і яка частина кожного елемента увійдуть до складу робочої сили. «Інвестиційним елементом» трудової винагороди працівника, скажімо, можна вважати доплати за наявність наукового ступеня кандидата чи доктора наук, академічних і почесних звань тощо.

Заробітна плата є основною частиною трудової винагороди, яка має матеріальну (грошову або натуральну) форму, основну й додаткову складові й тому є більш-менш сталою. У структурі заробітної плати ми виділяємо оплату за результатами праці й соціальні виплати, не пов'язані з результатами праці, але такі, що сприяють ефективній праці (медичне обслуговування, медичне страхування, оплата навчання за рахунок фірми тощо). Розмір заробітної плати встановлюється на внутрішньофірмовому ринку праці завдяки домовленостям між найманим працівником і роботодавцем, але з урахуванням ринкової ціни праці.

Нематеріальні доходи означають приріст ступеня задоволення людських потреб найвищого порядку – у творчості, самореалізації тощо. До нематеріальних доходів найманих працівників належать: поліпшення умов праці; можливість самостійного виконання завдань або використання гнучкого графіка; одержані під час роботи на підприємстві знання, досвід, ділові зв'язки, визнання результатів праці серед фахівців, які дають можливість більш впевнено просуватися кар'єрними сходами, здійснювати вигідні трансфери на ринку праці, започатковувати власну справу.

Під платежами, запланованими на майбутнє, розуміються внески роботодавця до пенсійних фондів, а також внески на соціальне страхування. З виділених роботодавцем на такі цілі коштів працівники у майбутньому одержуватимуть пенсії.

Отже, СВБ має означати не просто високий рівень зарплати, а забезпечення всіх соціальних виплат, пов'язаних із наймом робочої сили. Зробити це дозволяє така модель розподілу, в якій усі витрати роботодавця на утримання працівників підприємства (вартість робочої сили) повинні бути первинними відносно виконання ним різних зобов'язань перед державою і банківською системою. Це стосується не тільки фонду оплати праці, а й плати роботодавця за підготовку робочої сили, соціально-культурне і комунально-побутове обслуговування працівників і членів їх сімей. Наявність гарантованої фірмою можливості відтворення робочої сили буде стимулювати працівників та захищати їхню власність на робочу силу, особливо в разі зміни рівня доходів фірми-роботодавця. Одночасно зростання витрат роботодавця на робочу силу неминуче прискорить упровадження працезберігаючих технологій. Фірми, які не беруть на себе відповідальність за відтворення робочої сили і реалізацію власності працівників на робочу силу, повинні визнаватися банкрутами і припиняти свою діяльність.

Підкреслимо, що ця модель розподілу в жодному разі не означає відсутності зв'язку заробітної плати та інших доходів працівника з результатами поточного виробництва. Навпаки, розуміння ринкової ідеології трудової винагороди зобов'яже відповідального роботодавця так організувати виробництво, щоб працівник реалізував усі свої творчі здібності, а індивідуальною працею виробив вартість робочої сили, тобто його зарплата була заробленою.

Вибір фірми на користь збільшення рівня доходів її працівників тоді не тільки свідчитиме про високі соціальні стандарти ведення бізнесу, а й сприятиме її комерційному успіху, зростанню авторитету в діловому середовищі.

Література

1. Папієв М. Соціальна політика – основа демократії // Праця і зарплата. – 2007. – № 28.
2. Капелюшников Р.И. Российский рынок труда: адаптация без реструктуризации. Автор. дисс. на соис. учен. степ. докт. экон. наук. – М.: ИМЭМО РАН, 2003. – 48 с.
3. Заробітна плата у жовтні 2007 р. // Праця і зарплата. – 2007. – № 44.
4. Лавриненко Н. Про нові методологічні підходи до дослідження інституту гендеру // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2006. — № 2. – С. 103–115.

Шилець О.С.,

канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки
Донецького національного університету*Основні проблемні питання підвищення
доходів працюючих*

В Україні основою регулювання розмірів номінальної заробітної плати є мінімальна заробітна плата. Основою оцінки дієздатності мінімальної заробітної плати як регулятора номінальної заробітної плати є показники її співвідношення з прожитковим мінімумом та фактично досягнутим рівнем номінальної заробітної плати (табл. 1).

В Україні співвідношення мінімальної заробітної плати (МЗП) до прожиткового мінімуму в 2006 р. становить всього 0,746, тоді як за даними Світового банку цей показник сьогодні становить: у Латвії, Литві та Польщі – 1,5, у Франції – 4,7, у Великій Британії – 6,4, а за розмірами МЗП за даними статистичних джерел Internet щодо розмірів МЗП країни Європи поділяються на шість груп:

- Бельгія, Велика Британія, Люксембург, Нідерланди, Франція – від 1217,9 до 1503,4 євро;
- Греція, Іспанія, Кіпр, Мальта, Словенія – від 511,9 до 631,4 євро;
- Польща, Туреччина, Угорщина, Хорватія, Чехія – від 233,0 до 385,9 євро;
- Латвія, Литва, Словачія, Естонія – від 121,8 до 191,7 євро;
- Болгарія, Румунія, Сербія – від 81,9 до 96,2 євро;
- Молдова, Росія, Україна – від 23,4 до 55,6 євро.

Таблиця 1

Темпи зростання та співвідношення розмірів мінімальної та номінальної середньомісячної заробітної плати та прожиткового мінімуму

Рік	Мінімальна заробітна плата, грн.	Середньомісячна номінальна заробітна плата, грн.	Прожитковий мінімум, грн.	Співвідношення		
				Мінімальної та середньомісячної заробітних плат, %	Мінімальної заробітної плати та прожиткового мінімуму, %	Середньомісячної заробітної плати та прожиткового мінімуму, рази
2002	165,0	376,0	365,0	43,9	45,2	1,03
2003	185,0	462,0	365,0	40,0	50,7	1,27
2004	237,0	590,0	386,0	40,2	61,4	1,53
2005	332,0	806,0	453,0	41,2	73,3	1,78
2006	400,0	1041,0	536,0	38,4	74,6	1,94
2006 до 2002	2,42	2,77	1,47	-5,5	+29,4	+0,91

Серед пострадянських країн Україна за розміром МЗП посідає 4-е місце. Для досягнення існуючого сьогодні в Естонії рівня МЗП, Україні треба підвищити її розмір у 3,5 раза, а у порівнянні з Польщею – у 4,2 раза. За існуючих середньорічних (за останніх 5 років) темпів підвищення МЗП (23,0%), Україні, щоб досягнути рівня Польщі, необхідно буде 6 років.

Стандартами Європейської соціальної хартії передбачено, що МЗП має становити 2,0–2,5 прожиткових мінімуми. При прожитковому мінімумі на 2007 р. на працездатну особу 561 грн., МЗП в Україні повинна становити 1100–1400 грн. Виходячи з того, що розмір прожиткового мінімуму щорічно зростатиме такими самими темпами як за останніх п'ять років (1,5 раза), то за наступних 5 років (2008–2012) він становитиме 804 грн. За таких умов в Україні МЗП у 2012 р. повинна становити, як мінімум 1600 грн., тобто вона щорічно, починаючи з 2008 р., повинна підвищуватися на 30,0%.

На нашу думку, це реальне завдання при існуючих темпах економічного зростання в Україні. Якщо це завдання виконуватиметься, то й відповідно номінальна заробітна плата, при існуючих темпах її зростання за останніх 5 років, досягне рівня 3,0–3,5 тис. грн.

Але вирішення цих питань лежить у площині забезпечення фінансових можливостей економіки і, перш за все, у змінах не тільки частки оплати праці у ВВП, а й самої частки ВВП у випуску продукції, робіт і послуг за рахунок скорочення частки проміжного споживання, тобто, раціонального споживання матеріальних, енергетичних, трудових та фінансових ресурсів у виробництві та підвищенні його продуктивності і рентабельності. За останніх 5 років продуктивність праці по виробництву ВВП на одного зайнятого в економіці зросла в 2,5 раза при збільшенні витрат на оплату праці у 2,3 раза. Щодо ефективності виробництва (прибуток на 1 грн. витрат), то у цілому по економіці становив у 2005 р. – 0,2 грн., у сільському господарстві – 0,51 грн., на транспорті та зв'язку – 0,46 грн. і в інших сферах економічної діяльності – 0,41 грн. У той самий час цей показник у будівництві становив 0,15 грн., у добувній промисловості – 0,13 грн., в обробній – всього 0,07 грн. Це є свідченням високого рівня операційних витрат з реалізації продукції, який у середньому по економіці становить 95,8 коп. на 1 грн. реалізованої продукції, а у деяких сферах економічної діяльності він є вищим за 1 грн.

Це так би мовити резерви додаткових надходжень до бюджету при скороченні операційних витрат та підвищенні прибутковості виробництва.

Серед проблемних питань у сфері доходів і оплати праці та їх регулюванні, які потребують негайного вирішення можна відзначити:

- низький рівень витрат на споживання (на рівні або нижче прожиткового мінімуму), який має близько 65,0 % населення;
- низьку, на рівні 40,0–45,0 % частку заробітної плати у доходах населення порівняно з іншими країнами з розвинутою ринковою економікою, де цей показник становив 55,0–89,0 %;
- низький, порівняно з європейськими країнами, рівень МЗП; а відповідно й рівень номінальної заробітної плати, який в Україні нижчий у 3,9 раза як у Польщі, не говорячи вже за її рівень у старих членів ЄС (Велика Британія, Німеччина, Нідерланди, Франція та ін.);
- низький рівень МЗП обумовлює й низький показник її співвідношення з прожитковим мінімумом. Він становить в Україні 0,746, а за Європейськими стандартами повинен становити 2,0–2,5;
- не виправдана міжгалузєва диференціація розмірів номінальної заробітної плати, яка регулюється галузями незалежно від результатів праці та її складності і продуктивності. Наслідком цього є невтручання держави у цей процес регулювання через Генеральну угоду, незважаючи на те, що у більшості країн з ринковою економікою міжгалузєва та міжпрофесійна диференціація заробітної плати з тим, чи іншим ступенем жорсткості регулюється державними урядовими органами;
- значна кількість працівників (від 20,0 до 60,0%) за галузями та сферами економічної діяльності, які отримують заробітну плату нижчу за прожитковий мінімум або на його рівні. Це є чинником, що породжує бідність серед працюючого населення;
- негативними явищами є «тіньова» економіка та виплати заробітної плати у «конвертах». На нашу думку, ці явища обумовлені недосконалістю податкової системи в Україні. Треба, виходячи з досвіду країн ЄС, змінити парадигму оподаткування не за місцем утворення або нарахування доходів, а за місцем їх використання. Розрахунки вказують, що при цьому всі «тіньові» доходи і зарплати у «конвертах» будуть втягнуті в сферу оподаткування. За рахунок цього державний бюджет отримає приблизно 15,0–18,0 млрд. грн. що дозволить підвищити оплату праці у бюджетній сфері в 1,7–2,0 рази за рахунок відповідного підвищення МЗП. Сьогодні ж прямі втрати місцевих бюджетів від заробітної плати в «конвертах» та нелегальної зайнятості щороку становлять 4,0–5,0 млрд. грн. Це один з резервів підвищення частки оплати праці в собівартості продукції з 13,9 до 14,8% у цілому по економіці України;
- низьким, на нашу думку, є рівень ефективності та продуктивності виробництва щодо застосування ресурсозберігаючих технологій. Так, за останніх 5 років (2001–2005) частка проміжного споживання у випуску товарів (робіт, послуг) зросла на 1,0%, а частка ВВП знизилася на 2,0%. При цьому, якщо частка заробітної плати у випуску збільшилася на 10,1%, то частка фінансового результату – знизилася на 12,3%, тобто за цей період спо-

стерігається різке (на 20,8%) зниження показника рентабельності праці (частка фінансового результату на 1 грн. витрат на оплату праці). Таким чином, у цей період збільшення обсягів оплати праці обумовлено не стільки підвищенням ефективності виробництва та його продуктивністю, скільки штучним її зростанням на 87,3% через механізм підвищення мінімальної заробітної плати. З цього можна дійти висновку, що завдання підвищення оплати праці лежить не у площині збільшення її частки у ВВП, а у збільшенні самої частки ВВП у випуску за рахунок зниження частки проміжного споживання, тобто витрат на виробництво;

- у контексті підвищення ефективності та продуктивності виробництва та лише на цих закладах – підвищення рівня оплати праці, важливе значення має нормування праці як чинник підвищення її продуктивності та обґрунтованості розмірів заробітної плати, її зв'язку з індивідуальними та колективними результатами;
- залишається питання щодо заборгованості із заробітної плати. Завдяки заходам, вжитим центральними та місцевими органами виконавчої влади у 2005 р., поліпшився стан виплати заробітної плати. Проте заборгованість із заробітної плати залишається найгострішою соціально-економічною проблемою у суспільстві, яка потребує подальших послідовних і скоординованих дій усіх органів виконавчої влади та керівників підприємств. За останніх 5 років сума заборгованості зменшилась у цілому на 63,9% і становила на 1.01.2006р. 960,3 млн. грн., у тому числі: на економічно активних підприємствах – 462,1 млн. грн. (48,1%); на підприємствах – банкрутах – 369,2 млн. грн. (38,4%) та економічно неактивних підприємствах – 129,0 млн. грн. (13,5%).

Тривалість і розміри заборгованості із заробітної плати працівникам окремих видів діяльності характеризуються даними, викладеними у табл. 2.

Сума заробітної плати невикраденої працівникам підприємств-банкрутів протягом 2005 р. збільшилась на 0,56% і на початок 2006 р. становила 369,2 млн. грн. Серед економічно активних підприємств найбільша частка боргу (43,0%) утворена у сільському господарстві [1].

Таблиця 2

Заборгованість заробітної плати в Україні

Види економічної діяльності	Кількість працівників економічно активних підприємств, яким не виплачено заробітну плату на 1 січня 2006 р.					Сума боргу у середньому на одного працівника, грн.
	тис. осіб	У % до загальної кількості працівників	у тому числі за кількістю місяців, %			
			до трьох	від трьох до шести	більше шести	
Всього	371,0	3,4	76,5	11,1	12,4	908,0
Сільське господарство та пов'язані з ним послуги	89,6	10,0	64,6	16,7	18,7	820,0
Промисловість	197,7	6,4	82,6	8,6	8,8	859,0
Будівництво	20,4	4,6	72,2	14,5	13,3	1308,0
Транспорт та зв'язок	15,9	1,6	71,1	8,3	20,6	1427,0
Освіта	2,9	0,2	88,4	2,4	9,2	225,0
Охорона здоров'я та соціальна допомога	3,9	0,3	88,0	4,9	7,1	529,0

Основними законодавчими актами, якими регулюються відносини у сфері оплати праці між державою, роботодавцями та найманими працівниками, є Закон України «Про оплату праці» та Кодекс законів про працю України. Якщо законом визначається загальні засади організації оплати праці, то Кодексом передбачаються більш конкретні положення щодо гарантій держави у сфері оплати праці.

На стан виконання цих законодавчих актів вказує інформація щодо їх порушення при нарахуванні та виплаті заробітної плати, що виявлено під час проведення спільних перевірок із залученням підрозділів Міністерства праці та соціальної політики України, Пенсійного фонду України та інших центральних органів виконавчої влади. За результатами цих перевірок у 2004 р. за фактами виявлених порушень до органів прокуратури було передано 9860 справ. Перевірка 54 тис. суб'єктів господарювання щодо дотримання норм ЗУ «Про оплату праці» визначила, що у 43 тис. суб'єктів (тобто 80,0%) станом на 15 листопада 2005 р. було виявлено порушення при виплаті заробітної плати. При цьому до адміністративної відповідальності було притягнуто 25480 посадових осіб та фізичних осіб-підприємців.

Основні виявлені порушення стосувалися:

- а) несвоєчасної (або у неповному обсязі) виплати заробітної плати;
- б) виплати заробітної плати у «конвертах» (так звана тіньова заробітна плата), що є порушенням ч. 1 ст. 23 Закону України «Про оплату праці»;
- в) встановлення розмірів тарифної ставки робітника першого розряду на рівні, нижчому за розмір встановленої Верховною Радою України мінімальної заробітної плати.

По-перше, порушується ч. 3 ст. 3 Закону України «Про оплату праці» стосовно обов'язковості застосування встановленого законодавством розміру мінімальної заробітної плати на підприємствах всіх форм власності та господарювання [2].

По-друге, порушуються положення ч. 3 ст. 6 Закону України «Про оплату праці», якою передбачається встановлення тарифної ставки робітника першого розряду в розмірі, що перевищує законодавче встановлений розмір мінімальної заробітної плати. Керівники, як правило, посилаються на фінансові труднощі та на ч. 2 ст. 14 Закону України «Про оплату праці», якою наголошується, що «Норми колективного договору, що допускають оплату праці нижче від норм визначених Генеральною, галузевою або регіональними угодами, але не нижче від державних норм і гарантій в оплаті праці, можуть застосовуватися лише тимчасово на період подолання фінансових труднощів підприємства терміном не більш як шість місяців». Але ця стаття має на увазі обов'язкове застосування мінімальної оплати праці на рівні «не нижче державних норм і гарантій».

Таких та інших порушень норм законодавства з оплати праці, як правило, безліч не тільки на приватних підприємствах, а й на державних. Причинами цих порушень є не стільки недосконалість нормативно-правової бази, скільки відсутність дійових заходів організаційно-контрольного порядку та слабкі механізми відповідальності роботодавців, оскільки ці порушення, як правило, кваліфікуються як адміністративні.

Наслідками таких порушень є:

- відтік висококваліфікованих працівників, які незадоволені рівнем оплати праці;
- збільшення рівня диференціації розмірів оплати праці керівництва, середньої ланки фахівців та робітників;
- збільшення «тіньових» доходів як роботодавців, так і частки найманих працівників.

За висновками проведених Держкомстатом України у 2004 р. досліджень, питання добробуту найманих працівників для третини керівників залишалося на останньому місці.

Отже, на нашу думку, нагальним питанням сьогодення у сфері оплати праці є підвищення державного впливу на регулювання та контроль за системою оплати праці та дотриманням законодавства у цій сфері з розробкою дієвих законодавчо-нормативних важелів.

Література

1. Костишина Т.А. Формування конкурентоспроможної системи управління оплатою праці як чинник мотивації інноваційної діяльності /Актуальные проблемы управления человеческими ресурсами и маркетинга в контексте стратегии развития Украины: Сб. науч. тр. В 3 т. – Т. 2 / НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти. – Донецк, 2007. – С. 222–229.
2. Закон України «Про оплату праці» //Закон України. – К.: Ін-т законодавства Верховної Ради України, 1997. – Т. 8 – С. 210–218.



Автори номера

Бабкин
Владимир Павлович,

кандидат экономических наук, доцент кафедры социальной политики и управления социальными процессами Академии труда и социальных отношений (Россия)

Бакалінська
Ольга Олегівна,

кандидат юридичних наук, доцент Київського національного торговельно-економічного університету

Балабанов
Роман Вікторович,

науковий співробітник навчально-методичного центру, доцент кафедри маркетингу і рекламних технологій Інституту реклами

Балтачєєва
Наиля Аскарівна,

кандидат экономических наук, доцент кафедры управления персоналом и экономики труда, докторант Донецкого национального университета

Баранник
Лілія Борисівна,

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів Дніпропетровської державної академії

Богатюк
Ірина Григорівна,

старший викладач кафедри правознавства Приватного вищого навчального закладу Інституту землевпорядкування та інформаційних технологій при НАУ України

Бредіхін
Володимир Михайлович,

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємства Харківського автомобільно-дорожнього інституту

Брилева
Вероніка Александрівна,

кандидат юридических наук, доцент, зав. кафедрой правоведения Гомельского филиала «Международный институт трудовых и социальных отношений»

Ведєрніков
Юрій Анатолійович,

кандидат юридичних наук, професор кафедри конституційного і адміністративного права Київського національного університету культури і мистецтв

Викуліна
Евгенія Вікторівна,

аспірантка кафедри економіки Королевского института управления, экономики и социологии

Воробйова
Людмила Василівна,

кандидат економічних наук, доцент кафедри історії економічних вчень та економічної історії ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Галайденко
Тетяна Василівна,

здобувач кафедри судових та правоохоронних органів Одеської національної юридичної академії

Галушка
Зоя Іванівна,

кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії та менеджменту Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

Гарашов
Гусейн Тапдыг оглы,

кандидат социологических наук, доцент, ректор Академии труда и социальных отношений (Азербайджан)

Гарбар
Ірина Володимирівна,

студентка юридичного факультету АПСВ ФПУ, голова Молодіжної ліги Всеукраїнського громадського об'єднання «Антикорупційний центр»

Гаркуша
Дмитро Володимирович,

аспірант Інституту законодавства Верховної Ради України



Гаркуша Володимир Степанович,	кандидат юридичних наук, доцент кафедри господарського та фінансового права АПСВ ФПУ
Гаркуша Олег Володимирович,	аспірант Інституту законодавства Верховної Ради України
Головка Тетяна Миколаївна,	аспірантка Інституту держави і права ім. В.М. Корецького НАН України
Голубєва Ірина Євгенівна,	кандидат економічних наук, начальник Управління у справах жінок, інвалідів, ветеранів війни та праці Київської міської державної адміністрації, голова Національної Ради жінок України
Гордєєва Тамара Федорівна,	кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України (АПСВ ФПУ)
Гридковець Людмила Михайлівна,	кандидат психологічних наук, доцент, завідувач кафедри психології Київського інституту бізнесу і технологій
Гринчук Алла Василівна,	здобувач кафедри галузевої соціології факультету соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Гуляєва Людмила Петрівна,	старший викладач кафедри фінансів та кредиту Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України
Деревянченко Александр Алексеевич,	доктор социологических наук, профессор, руководитель Научного центра социальных технологий Института социального партнерства Академии труда и социальных отношений (Россия)
Длугопольський Олександр Володимирович,	кандидат економічних наук, доцент кафедри державного і муніципального управління Тернопільського національного економічного університету
Дмитрієв Ілля Андрійович,	кандидат економічних наук, професор завідувач кафедри економіки підприємства Харківського автомобільно-дорожнього інституту
Дуванський Олександр Федорович,	ад'юнкт кафедри кримінального процесу Київського національного університету внутрішніх справ
Жеребцов Сергей Никифорович,	кандидат психологических наук, доцент, заместитель директора по учебно-воспитательной работе Гомельского филиала Международного института трудовых и социальных отношений (Республика Беларусь)
Жук Оксана Іванівна,	асистент кафедри маркетингу АПСВ ФПУ
Журавель Ярослав Володимирович,	старший викладач кафедри теорії, історії держави і права та конституційно-правових дисциплін АПСВ ФПУ
Забута Тамара Василівна,	кандидат педагогічних наук, доцент кафедри культурології Рівненського державного гуманітарного університету
Ігнатюля Наталія Іллівна	кандидат соціологічних наук, викладач кафедри соціальної роботи Ужгородського національного університету
Какауліна Людмила Миколаївна,	аспірантка кафедри управління суспільним розвитком Національної академії державного управління при Президенті України, головний спеціаліст Управління з питань діяльності органів юстиції та правоохоронних органів Секретаріату Кабінету Міністрів України
Катречко Марина Олександрівна,	викладач кафедри банківської справи Харківського інституту банківської справи
Клименко Олексій Миколайович,	здобувач кафедри цивільно-правових дисциплін АПСВ ФПУ

**Коваленко
Сергій Миколайович,**

кандидат фізико-математичних наук, доцент, проректор з наукової роботи АПСВ ФПУ

**Козачина
Алла Євгенівна,**

кандидат філософських наук, доцент кафедри теорії, історії держави і права та конституційно-правових дисциплін АПСВ ФПУ

**Комарова
Алина Іванівна,**

доктор философских наук, профессор кафедры социологии и социального управления Академии труда и социальных отношений ФПУ, директор НИИ «Проблемы человека», академик Международной академии интегративной антропологии, председатель Комитета Национальной рады женщин Украины

**Кондратьев
Виктор Михайлович,**

кандидат философских наук, доцент Московского городского педагогического университета

**Кондрашин
Игорь Иванович,**

кандидат философских наук, руководитель группы по международным связям Российского философского общества

**Кормич
Людмила Іванівна,**

доктор історичних наук, професор, завідувачка кафедри соціальних теорій Одеської національної юридичної академії

**Кормич
Анатолій Іванович,**

кандидат історичних наук, доцент кафедри теорії государства і права Одеської національної юридичної академії

**Кормич
Борис Анатолійович,**

доктор юридичних наук, професор кафедри морського та митного права Одеської національної юридичної академії

**Коробенко
Наталія Петрівна,**

старший викладач кафедри цивільно-правових дисциплін АПСВ ФПУ

**Корчинська
Олена Анатолійівна,**

кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу АПСВ ФПУ

**Косова
Тетяна Дмитрівна,**

доктор економічних наук, професор кафедри контролю та аналізу господарської діяльності Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

**Кострица
Василь Іванович,**

Національний Кореспондент Міжнародної організації праці в Україні

**Кривенко
Мая Петрівна,**

аспірантка кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**Кудін
Сергій Володимирович,**

кандидат юридичних наук, доцент, завідувач кафедри теорії, історії держави і права та конституційно-правових дисциплін АПСВ ФПУ

**Кульбашина
Олена Миколаївна,**

аспірант кафедри прикладної соціології Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна

**Куценко
Віра Іванівна,**

доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту АПСВ ФПУ

**Лавриненко
Володимир Миколайович,**

кандидат економічних наук, доцент кафедри історії економічних вчень та економічної історії Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

**Лазько
Гюльназ Заурівна,**

кандидат юридичних наук, доцент, завідувачка кафедри цивільно-правових дисциплін АПСВ ФПУ

**Лазько
Олексій Миколайович,**

старший викладач кафедри цивільно-правових дисциплін АПСВ ФПУ

**Лазько Катерина
Анатольевна,**

аспірантка Дипломатической академии Министерства иностранных дел



Росси

**Лановенко
Ігор Ігорович,**

кандидат юридичних наук, доцент, завідувач кафедри кримінального права, процесу та криміналістики АПСВ ФПУ

**Лініч
Людмила Михайлівна,**

кандидат філософських наук, доцент кафедри філософії та педагогіки Національного транспортного університету

**Лопата
Наталія Петрівна,**

аспірантка кафедри історії економічних вчень та економічної історії Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

**Лук'янченко
Наталія Дмитрівна,**

доктор економічних наук, професор, завідувача кафедри управління персоналом та економіки праці Донецького національного університету

**Марікян
Світлана Володимирівна,**

кандидат соціологічних наук, доцент, декан факультету соціального партнерства Харківського соціально-економічного інституту

**Марченко
Олена Анатоліївна,**

кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри менеджменту АПСВ ФПУ

**Матронина
Лілія Федорівна,**

кандидат філософських наук, доцент Московського інституту радіотехніки, електроніки і автоматики

**Махініч
Ганна Олександрівна,**

аспірантка кафедри менеджменту інвестиційної та інноваційної діяльності Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**Мешков
Владимир Радионович,**

кандидат філософських наук, доцент, директор Національного інституту соціального аудита

**Михайлева Катерина
Геннадіївна,**

кандидат соціологічних наук, завідувача кафедрою соціології Харківського гуманітарного університету «Народная українська академія»

**Міщеня
Оксана Миколаївна,**

аспірантка кафедри управління освітою Рівненського державного гуманітарного університету

**Мошенець
Олена Володимирівна,**

аспірантка кафедри економічної теорії Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**Нестеренко
Олена Петрівна,**

кандидат економічних наук, доцент, докторант кафедри економічної теорії Київського Національного університету імені Тараса Шевченка

**Никоненко
Ліна Василівна,**

кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціальної психології Донецького інституту ринку та соціальної політики

**Ніколенко
Юрій Васильович,**

доктор економічних наук, професор кафедри економіки Академії муніципального управління

**Новак
Ірина Миколаївна,**

кандидат економічних наук, старший науковий співробітник Інституту демографії та соціальних досліджень НАН України

**Осовий
Григорій Васильович,**

заступник Голови Федерації профспілок України, доцент кафедри соціально-гуманітарних дисциплін та профспілкового руху АПСВ ФПУ

**Пастушенко
Володимир Михайлович,**

кандидат економічних наук, перший заступник голови Донецької обласної ради профспілок

**Пацалюк
Ірина Олександрівна,**

аспірантка Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

Пелін Олександр Володимирович	кандидат філософських наук, доцент кафедри соціальної роботи Ужгородського національного університету
Петренко Катерина Валеріївна,	кандидат економічних наук доцент кафедри менеджменту АПСВ ФПУ
Петрова Татьяна Павловна,	аспірантка кафедри управління Королєвського інститута управління, економіки і соціології
Пилипенко Віталій Михайлович,	голова Київської міської організації Всеукраїнського громадського об'єднання «Антикорупційний центр»
Попов В'ячеслав Юхимович,	кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту ім. проф. Й.С. Завадського Національного аграрного університету
Попова Валентина Вікторівна,	кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту ім. проф. Й.С. Завадського Національного аграрного університету
Посцан Лилияна Валентиновна,	доктор педагогічних наук, начальник департаменту профсоюзного об'єднання, Інституту труда Конфедерації профсоюзів Республіки Молдова
Потапчук Галина Юрійвна,	аспірантка кафедри економічної теорії Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Прасол Станіслав Дмитрівич,	Общество медицинской валеологии (г. Харьков)
Прокопенко Андрій Леонідович,	кандидат філософських наук, директор Інституту процесів соціального розвитку
Прокопенко Оксана Петрівна,	аспірантка Науково-дослідного економічного інституту
Пружанська Тетяна Петрівна,	викладач кафедри цивільно-правових дисциплін АПСВ ФПУ
Римаренко Ігор Васильович,	старший викладач кафедри цивільно-правових дисциплін АПСВ ФПУ
Романова Лідія Василівна,	доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу АПСВ ФПУ
Рудакевич Марія Іванівна,	доктор наук з державного управління, професор кафедри ділової комунікації та організаційної поведінки Тернопільського національного економічного університету
Садеков Аліджман Абдулович,	доктор економічних наук, професор, проректор з наукової роботи Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського
Сандровська Лідія Іванівна,	кандидат юридичних наук, доцент кафедри кримінального права, процесу та криміналістики АПСВ ФПУ
Соколик Марія Петрівна,	кандидат економічних наук, старший науковий співробітник ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»
Сук Олег Володимирович,	аспірант кафедри цивільно-правових дисциплін АПСВ ФПУ
Султанова Мира Альтафовна,	кандидат філософських наук, старший науковий співробітник Інституту філософії РАН (Росія)
Суходольская-Кулешова Орыся Васильевна,	доктор педагогічних наук, професор кафедри соціальної педагогіки Московського гуманітарного педагогічного інституту



**Талавиря
Микола Петрович,**

*кандидат економічних наук, докторант кафедри державного управління
Національного аграрного університету*

**Федорченко
Андрій Васильович,**

*кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу ДВНЗ «Київський на-
ціональний економічний університет імені Вадима Гетьмана»*

**Хатнюк
Наталія Сергіївна,**

*кандидат юридичних наук, доцент кафедри правового регулювання еко-
номіки Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана*

**Чудовська-Кандиба
Ірина Анатоліївна,**

*кандидат соціологічних наук, докторантка кафедри галузевої соціології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

**Чуприкова
Анна Івановна,**

*аспірантка кафедри управління Королевського інститута управління, еко-
номіки та соціології*

**Шевченко
Олександр Якович,**

*старший викладач кафедри господарського та фінансового права АПСВ
ФПУ*

**Шевченко
Людмила Степанівна,**

*доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри економічної тео-
рії Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого*

**Шевченко
Яків Миколайович,**

*старший викладач кафедри цивільно-правових дисциплін Національного
університету ДПС України*

**Шилець
Олена Станіславівна,**

*кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки До-
нецького національного університету*

**Щотова
Юлія Миколаївна,**

*кандидат юридичних наук, завідувачка кафедри цивільно-правових дисциплін
АПСВ ФПУ*

**Якимець
Олексій Іванович,**

*кандидат юридичних наук., начальник кафедри цивільного права та процесу
Київського національного університету внутрішніх справ*

**Яковенко
Юрій Іванович,**

*доктор соціологічних наук, професор, завідувач кафедри галузевої соціології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка, академік–
секретар відділення політології, соціології та права Академії наук вищої школи
України*

**Ярошук
Наум Зосимович,**

*професор, член Президіума Російського філософського общества, почет-
ний работник вишого професіонального образования РФ*