

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України. Про Загальнодержавну програму реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2009 – 2014 роки / Верховна Рада України. – 24.06.2004. – № 1869-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/annot/1869-15>
2. Бажал Ю. Ефективність державного управління / Ю. Бажал, О. Кілієвич, Мертенс О. та ін.; за ред. І. Розпукенка. – К.: Видавництво «К.І.С», 2002. – 420 с.
3. Гура Н.О. Розвиток діючої системи ціноутворення і розрахунків за послуги в житлово-комунальному господарстві / Н.О. Гура // Реконструкція житла. – 2005. – Випуск 6. – с. 75–86.
4. Давидович І.Є. Управління витратами: Навчальний посібник / І.Є. Давидович. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 320 с.
5. Мінрегіонбуд: вже скасовано 130 необґрунтовано підвищених тарифів у ЖКГ [Електронний ресурс] // Телеканал БТБ. – Режим доступу: <http://btb.tv/uk/news/370-minregionbud-vzhe-skasovano-130-neobgruntovano-pidvischenikh-tarifiv-u-zhkg>.
6. Непочатенко О.О. Фінанси підприємств: підручник / О.О. Непочатенко, Н.Ю. Мельничук. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 514 с.
7. Офіційний сайт Горлівської міської ради [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gorlovka.dn.ua>
8. Партин Г.О. Управління витратами підприємства: концептуальні засади, методи та інструментарій: монографія. – К.: Вид-во УБСНБУ, 2008. – 219 с.
9. Паспорт житлово-комунального господарства України за 1 півріччя 2013 року [Електронний ресурс] // Мінрегіонбуд. – Режим доступу: <http://minregion.gov.ua>
10. Сунцова О. О. Місцеві фінанси: навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.

УДК 330.131.5

## ОСНОВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ СИСТЕМЫ КОРПОРАТИВНО–СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В УКРАИНЕ

*О. Б. Белаи, К. В. Лысенко*

*Резюме.* В статье рассмотрены концепции корпоративно социальной ответственности бизнеса, а так же характерные особенности ее внедрения и функционирования на предприятиях Украины. Предложены варианты возможного функционирования данной концепции в будущем.

*Ключевые слова:* КСО, ответственность бизнеса, социальная ответственность.

**Актуальность проблемы.** В современных условиях хозяйствования эффективное функционирование института корпоративной социальной ответственности (КСО) обеспечивает достаточные стимулы для инвестиций, адекватный контроль над действиями менеджеров, оптимальное использование ресурсов и разрешение конфликтов интересов различных групп стейкхолдеров. Компаниям необходимо искать новые пути сохранения доходности, развивая устойчивые конкурентные преимущества на базе идей корпоративной социальной ответственности, а власти – лучше понимать комплексность взаимодействия элементов данного института, чтобы разрабатывать адекватные политические средства. Важной научной задачей является исследование и внедрение современных моделей КСО и формирование на этой основе эффективной модели корпоративного управления и социальной ответственности украинских предприятий, которая учитывала бы отечественные особенности социально-экономических отношений и отвечала потребностям широкого круга заинтересованных лиц.

**Постановка проблемы:** На современном этапе развития украинского общества в рамках тенденции к глобализации, в том числе и экономических процессов, менеджерам отечественных предприятий необходимо осознавать степень своего влияния на общество и оценивать необходимость в проведении мероприятий, направленных на формирование социально ответственной бизнес-среды в Украине.

**Анализ последних научных исследований.** Проблемам исследования и разработки теории корпоративного управления и корпоративной социальной

ответственности, как элемента системы социально-трудовых отношений, посвящены труды отечественных ученых О.И.Амоши, М.И.Небавы, О.М.Ястремской и др. Среди зарубежных ученых, исследовавших эти процессы, необходимо выделить И.Ансоффа, А.Керролла, Мескона, Д.Маттена, Р.Стюарта, М.Фридмана.

Несмотря на мощный научный потенциал отечественных и зарубежных авторов в области корпоративного управления и корпоративной социальной ответственности, в научных кругах продолжают дискуссии относительно эффективности использования стратегии социальной ответственности корпораций в Украине, популяризации данной модели поведения и путей формирования эффективной отечественной модели КСО.

**Цель работы** состоит в анализе современной бизнес-среды Украины в разрезе становления системы КСО на отечественных предприятиях

**Изложение основного материала исследования.** Определение корпоративно – социальной ответственности бизнеса появилось относительно недавно – в семидесятых годах прошлого столетия, однако с тех пор применение данной стратегии ведения бизнеса приобрело большую популярность по всему миру. Но, не смотря на то, что данной моделью поведения пользуются все больше и больше компаний, единого унифицированного определения данного понятия не существует.

В широком смысле определение социальной ответственности предприятий в контексте политики предприятия охватывает такие пункты, как:

- новые – социальные, экологические и этические – подходы и принципы к управлению корпорацией;
- корпоративную политику в отношении местного сообщества;
- ресурсосберегающую и энергосберегающую стратегию предприятий в сфере охраны внешней среды и экологии;
- социально ответственную стратегию в сфере персонала;
- добропорядочное поведение с покупателями, поставщиками, и партнерами.

Согласно Мировому банку, под социальной ответственностью бизнеса понимается:

- совокупность направлений политики а так же действий, в сторону ключевых стейкхолдеров, ценностей. Действий, выполняющих требования законов данной территории, и учитывающих интересы жителей, сообществ и экологии
- направленность деятельности предприятия на устойчивое развитие [1 С. 62–63]

Таким образом, КСО можно понимать как системную деятельность предприятия, направленную на ориентацию интересов фирмы в соответствии с ориентирами ее внешних и внутренних стейкхолдеров. В рамках КСО осуществляется взаимодействие с ними в сфере таких направлений, как охрана окружающей среды, охрана труда, прав и свобод человека, вовлечение сообщества в реализацию деятельности компании и вовлечение персонала в решение проблем местных сообществ, обеспечение добропорядочных рыночных отношений, устойчивое экономическое развитие, образование и развитие лидерских навыков, здравоохранение.

В последние годы общественные ожидания, направленные бизнесу, разительно изменились, обществу стало не все равно, как фирма осуществляет свою деятельность, чем она руководствуется и как она тратит свои доходы. На основе указанного, появилась необходимость разработки правил деятельности фирм в рамках стратегии КСО.

Что касается Украины, то категорией «социальная ответственность бизнеса» начали оперировать с тех пор, как 16 декабря 2005 года в Киеве был подписан Меморандум о социальной ответственности бизнеса в Украине, который определяет принципы и задачи социально ответственного бизнеса. Во документе поставили свои подписи представители различных предпринимательских структур, международных и

общественных организаций. Тогда же было объявлено о начале всеукраинского движения – так называемого Форума социальной ответственности бизнеса в Украине.

Организаторы этого движения исходили из того, что ответственное отношение компании к своей продукции или услуг, к потребителям, персонала, партнеров, ее активная социальная позиция как сообщества «корпоративных граждан», участвующих в решении острых социальных проблем, является неотложным требованием времени. В свою очередь, стремление к таким высоким общественным идеалам непременно скажется на имидже компании и, соответственно, повысит ее конкурентоспособность на рынках товаров и услуг, что в конечном итоге приведет к повышению конкурентоспособности как отдельных регионов, так и общества в целом.

Однако современные бизнес – структуры еще не до конца осознают свою значимость и ответственность в социальном развитии региона или страны в целом, а также свои стратегические интересы в данной сфере, поэтому у них возникает потребность в сотрудничестве с государственными и негосударственными учреждениями, организациями в решении социальных проблем разного уровня. В настоящее время сотрудничество в сфере социального партнерства бизнеса, власти и общества в Украине остаются фрагментарными, бессистемными, однако и на таком уровне подобное сотрудничество имеет свои положительные эффекты. Многие бизнес – структуры, ведущие свою деятельность, в разных отраслях экономики, начинают обращать внимание на такие аспекты как репутация, корпоративный бренд, корпоративная лояльность персонала. И как следствие, начинают проводить мероприятия, направленные на закрепление мнения стейкхолдеров о компании, как о социально ответственной. К таким мероприятиям в том числе относят и регулярную нефинансовую отчетность предприятия.

Так, по данным Каталога нефинансовой отчетности портала CSRJOURNAL за первые 9 месяцев 2013 года на территории СНГ было выпущено 59 нефинансовых отчетов компаниями, преимущественно, России, Украины и Белорусии. Лидирующими отраслями по публикации нефинансовой отчетности за указанный период стали пищевая, нефтегазовая и финансовая, имея одинаковые количественные показатели – 8 шт

Наиболее полно в данных отчетах раскрываются показатели в сфере экологической результативности и в области труда (раскрытые в отчете показатели, согласно методологии GRI). Отчетливое доминирование в раскрытии именно этих аспектов корпоративной социальной ответственности можно рассматривать как свидетельство наибольшей существенности этих тем для подавляющего большинства стейкхолдеров в рассматриваемом регионе СНГ. Показательно, что практически отсутствует страновая дифференциация. Во всех рассматриваемых странах данное соотношение сохраняется.[2, С.76]

Однако, как показывает опыт последних лет, влияние на становление социальной ответственности отечественного предпринимательства оказывают не только национальные и исторические традиции, сложившиеся в стране, политическая, и экономическая ситуация, но и отсутствие единых ориентиров социальной политики, в частности:

- Отсутствие в стране идеологии социально ответственного предпринимательства (вообще, отсутствие верного понимания самого термина «социальная ответственность бизнеса», поскольку эта проблема для Украины относительно новая и, соответственно, отсутствие понимания того, что социальная ответственность для бизнеса выгодна, и, как следствие, отсутствие отлаженного механизма реализации социальной ответственности бизнеса)

- Отсутствие сформированного и влиятельного сектора гражданского сообщества, который бы целенаправленно продвигал принципы социальной ответственности бизнеса в стране, а также специалистов, способных развивать это направление, объясняется прежде всего особенностями и уровнем сознания граждан Украины, а также экономическим положением населения;

- Отсутствие четких правовых границ реализации социальных бизнес-инвестиций, развития социального партнерства вообще, согласно этому, вынужденный характер, в частности под давлением властей, социальной ответственности бизнеса, распространение на всех уровнях государственной власти практики манипулирования, использования бизнеса (как крупного, так и среднего, и малого) для осуществления единовременных, не всегда стратегических и социально важных целей;

- Отсутствие экономической заинтересованности отечественных предприятий (компаний) в реализации принципов социальной ответственности, что связано прежде всего с характером действующего законодательства и ролью государства;

- Отсутствие прозрачных процедур разработки социальной политики, зависимость форм и методов социальной деятельности предприятий от личных способностей и интересов руководителей и собственников;

- Отсутствие системы социальной (нефинансовой) отчетности на предприятиях и, как следствие, недостаток информации о социальной деятельности бизнес-сообщества;

- Значительные расхождения между бизнесом и государством в понимании приоритетов социальной ответственности;

Многие из этих факторов, негативно сказываются не только на формировании социально ответственного поведения, но и на развитии предпринимательства вообще.

Как уже отмечалось, в Украине отсутствует государственная политика по развитию социальной ответственности бизнеса. К сожалению, власть воспринимает социальную ответственность бизнеса достаточно односторонне, как «социальное партнерство», «социальный диалог», «благотворительность». Результатом этого является недостаточная поддержка социальных программ и проектов предприятий органами государственной власти, отсутствие открытого диалога по разработке надлежащих стимулов для бизнеса, который стремится в своей деятельности реализовать принципы социальной ответственности.

Сегодня социальная ответственность бизнеса воспринимается украинскими предпринимателями скорее всего как маркетинговая или PR-технология, ограничивается социальными акциями и, соответственно, в таком виде не может способствовать устойчивому развитию как на микро-, так и на макроуровне, а также повышению конкурентоспособности отечественных предприятий в долгосрочной перспективе. В частности, внимание к таким акциям повышается, как правило, перед избирательными кампаниями. Такие предвыборные пожертвования осуществляются с целью получения определенных политических или экономических дивидендов. Но мало кто из представителей бизнеса задумывается о том, что, наконец, такой подход не всегда оправдывает надежды и ожидания заинтересованных сторон и может негативно сказаться на репутации бизнеса.

Кроме того, многие отечественные предприятия не желают открыто заявлять о том, что они занимаются социальной ответственностью, тем больше не только по моральным причинам, но и для улучшения своего имиджа и с чисто бизнес-интересов. Такая ситуация обусловлена следующим. Во-первых, она отражает в целом негативное отношение граждан к бизнесу в украинском обществе. Во-вторых, осуществление любых социальных мероприятий может быть расценено как признак того, что они

скрывают свою прибыль. Украинские компании пытаются избежать публичности социально ответственной деятельности, чтобы не привлекать внимание налоговых органов и органов местной власти, которые могут быть заинтересованы в принудительном их привлечении к решению социальных проблем отдельного региона или страны в целом.

Проведенные исследования позволяют сделать предположение о возможных сценариях развития социальной ответственности в будущем.

Первый вариант – инерционный, при котором социальная ответственность бизнеса перейдет на новый этап накопленным «наследством» предыдущих лет, то есть с теми же проблемами, противоречиями и недостатками. Как уже отмечалось, главная проблема социальной ответственности бизнеса в Украине и, что она, к сожалению, еще не стала функцией стратегического управления компаниями и целенаправленного обеспечения устойчивого развития.

Второй вариант – «оптимистичный», получит развитие, если предприятия получат импульс со стороны стейкхолдеров, из-за которого бизнес будет вынужден заниматься социальной деятельностью. Таким импульсом может стать активная гражданская позиция населения, правовые нормы, исходящие от государства либо ужесточение конкурентной борьбы на рынке. В этих условиях, как концепция, так и практика социальной ответственности бизнеса поднимутся на новый, более высокий содержательный и инструментальный уровень, который в дальнейшем обеспечит устойчивое развитие.

Третий вариант – «пессимистический». Согласно этому сценарию, дискуссия, связанная с социальной ответственностью бизнеса, будет принята, как малоэффективная, необязательная, и далекая от реальной практики форма позиционирования компаний во внешней деловой и социальной среде.

Можно предположить еще один путь или движение социальной ответственности бизнеса. Это – четвертый сценарий (или более развитый второй), который, возможно, будет связан с определенным переосмыслением терминологии, содержания, задач по социальной ответственности бизнеса. В рамках данного сценария социальная ответственность бизнеса будет более тесно соотносить действия компаний с их реальными задачами и возможностями, а также с обязательствами, которые компании взяли на себя перед заинтересованными сторонами: персоналом, местным сообществом, государством.

Как видим, мировой экономический кризис обострил вопросы ответственности бизнеса в обществе. Выбор инструментов и средств, которые используются для выхода из кризисного состояния, приобретает особое значение, касаясь жизненно важных интересов бизнеса, государства и граждан, повышая цену экономических и социальных последствий решений и действий, принимаемых для их реализации. Необходимым условием успешного преодоления кризисных явлений становится принятие и реализация бизнесом взвешенных и согласованных решений с учетом интересов всех заинтересованных сторон. Любые социально направленные действия в пределах внутренних (ориентированных на персонал) и внешних программ должны быть скоординированы со стратегическими задачами бизнеса. Следует очень четко определять основные параметры политики, оптимизировать управленческие схемы (включая мониторинг, контроль, оценку результатов, предотвращения негативных последствий). Именно поэтому факторы эффективности становятся сегодня решающими, а к социальной ответственности, как части общей стратегии компании, выдвигаются очень высокие требования.

**Выводы.** На современном этапе для становления идеи социальной ответственности бизнеса в Украине прежде всего необходимо:

- создание на всеукраинском уровне эффективной и постоянно действующей системы коммуникации социально ответственного бизнеса, государственных органов власти, средств массовой информации, общественности, экспертов международных организаций на основе специальных событий, Интернет-ресурса и сотрудничества со СМИ;
- формировать в общественном сознании понимания смысла, значимости социально ответственного бизнеса для развития социально ориентированного, демократического государства, а среди самих предпринимателей – стратегического значения социально ответственной позиции для укрепления конкурентоспособности компаний на рынке и долгосрочного устойчивого развития;
- принятие законодательных и ведомственных нормативных актов, стимулирующих развитие в Украине социально ответственного бизнеса и корпоративной филантропии, меценатства;
- формировать законодательную базу, которая обеспечит заинтересованность бизнеса в конструктивизме о социальных программ;
- предоставление бизнес-структурам организационно-методической помощи в планировании и реализации конкретных социальных проектов и программ, реализации корпоративных систем социальной ответственности;
- создание партнерской сети, в рамках которой участники сети получают широкие возможности для продвижения корпоративной репутации на региональных – ному и макроэкономическом уровнях;
- создание банка данных социальных и экологических инициатив, в реализации которых могли бы принять участие государственные органы, общественные организации и предпринимательские структуры;
- содействие работе всех заинтересованных сторон по внедрению долгосрочных совместных социальных проектов и программ.

#### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

1. Супрун Н.А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку // Економіка і прогнозування. – 2012. – С. 61–74.
2. Обзор нефинансовой отчетности стран СНГ за 2 квартала 2013 // Устойчивый бизнес. Социально – ответственное инвестирование. – 2’2013.
3. Корпоративна соціальна відповідальність : підручник / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Т.С. Смовженко, д-ра екон. наук, проф. А.Я. Кузнецової. – К. : Вид-во УБС НБУ, 2009. – 296 с.
4. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания / Под ред.: С. Е. Литовченко, М. И. Корсакова, М. : Ассоциация менеджеров, 2010. 100 с.
5. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Пер. з англ. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2011. – 278 с.
6. Левін П. Б. Іноземний досвід розвитку соціально-відповідального бізнесу та його використання в Україні / П. Б. Левін // Збірник наукових праць Кіровоградського національного технічного університету. Серія: економічні науки. – 2009. – Вип. 15
7. Мельник М.І. Становлення ін-ту соціально-орієнтованого бізнес-середовища в Україні: аналіз проблем та пошук ефективних інструментів : наукова доповідь / М.І. Мельник; НАН України. Ін-т регіональних досліджень. – Львів, 2010. – 39 с

УДК 338.5

### **ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА БЮДЖЕТИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Е. Е. Беляева, Л. С. Михальская*

*Резюме.* В данной работе рассмотрены сущность, назначение, компоненты, преимущества и недостатки системы бюджетирования, проанализирован механизм управления издержками предприятия