

положення, що стандарт послуги в існуючому виді максимально задовольняє потреби пацієнтів.

Крім того, варто передбачити процедури, які дозволяють іншим особам (організаціям), у тому числі пацієнтам, виступати з ініціативою перегляду стандарту.

Наприклад, може бути включене правило про те, що «підлягають обов'язковому розгляду пропозиції про удосконалення стандартів, які надійшли від: органів державної влади, органів місцевого самоврядування, громадських об'єднань, які виражають інтереси пацієнтів; груп пацієнтів (не менше 25 чоловік), а також пропозиції двадцяти і більш осіб, які звернулися незалежно один від одного.

☞ На основі проаналізованих стадій розробки та впровадження стандарту медичної послуги, визначені організаційні проблеми системи управління якістю в закладах охорони здоров'я. Урахування основних практичних результатів дослідження, аналіз різноманітних складових процесу стандартизації медичної послуги дає змогу покращити державне управління галуззю, відкриває простір для подальших досліджень, зокрема, з питань вдосконалення нормативно-правової бази стандартизації надання медичних послуг в Україні та її узгодження з міжнародними нормативно-правовими актами у цій сфері.

#### Література.

1. База стандартів медичної допомоги – інструмент для аналізу наявного стану нормативної бази з питань стандартизації медичної допомоги / І. В. Шпак, В. Т. Чумак, А. М. Морозов та ін. // Главный врач. – 2010. – № 6. – С. 73–74
2. Галієнко Л.І. Наукове обґрунтування створення стандартів надання стаціонарозамінної медичної допомоги в денних станціонарах загального профілю/ Галієнко Л.І. // Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України. – 2002.-№ 4. – С. 47–50 .
3. Гаман П. І. Управління якістю медичної допомоги – стратегія оптимізації системи санаторно-курортного забезпечення населення України/ Гаман П. І. // Економіка та держава. – 2007. – № 12. – С. 41–43
4. Карамішев Д. В. Управління якістю медичної допомоги в контексті інноваційних перетворень системи охорони здоров'я // Главный врач. – 2007. – № 8. – С. 68–71.
5. Кочубей А. В. Проблемы стандартизации в здравоохранении/ Кочубей А. В. // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2003. – № 3. – С. 19–21.
6. Лемішко О. Державне управління наданням якісних медичних послуг на рівні денного стаціонару поліклініки / О. Лемішко // Ефективність державного управління : зб. наук. пр. / за заг. ред. В. С. Загорського та А.В. Ліпенцева. – Львів, 2009. – Вип. 18/19. – С. 335–343
7. Мачуга Н. З. Якість медичних послуг як інструмент реформування системи охорони здоров'я в Україні / Н. З. Мачуга // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 7. – С. 200–205.
8. Надюк З. О. Державне управління якістю медичної допомоги в системі охорони здоров'я України: автореф. дис... канд. наук з держ. упр.: 25.00.02/ Надюк З.О. – Київ: НАДУ, 2006. – 20 с.
9. Сміянов В. А. Визначення якості медичної допомоги та концепції її розвитку/ В. А. Сміянов // Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України. – 2011. – № 1. – С. 86–95
10. Степаненко А. Стандарти в медицині: перспектива для України // Главный врач. -2006. – №5. – С. 66.

11. Шатковський Я. Медичні стандарти у загальнодержавній системі стандартизації (правові основи розробки та затвердження)/ Я. Шатковський // Право України. – 2009. – № 1. – С. 126–129

12. Шевченко М. В.Ринок медичних послуг. Загальні відомості/ М. В. Шевченко // Главный врач. – 2011. – № 3. – С. 68–75.

13. Шевченко М. В. Ринок медичних послуг. Ринковий механізм / М. В. Шевченко // Главный врач. – 2011. – № 5. – С. 77–84.

14. Ярош Н. Державне управління якістю медичної допомоги // Вісник НАДУ при Президентів України. – 2004. – №2. – С. 282–288.

УДК 005.35

Тетяна Харченко

### КОРПОРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ: МЕХАНІЗМИ ПІДВИЩЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ

*В статті розглядаються теоретико-методологічні основи та механізми забезпечення соціальної ефективності корпоративного управління, яке аналізується, зокрема, з позиції створення умов для реалізації та захисту інтересів учасників корпоративних відносин. З'ясовується сутність соціальної ефективності корпоративного управління, наводяться її основні складові. Запропоновані конкретні механізми підвищення соціальної ефективності корпоративного управління, серед яких розглядаються механізми, побудовані на удосконаленні державного та громадського впливу на корпоративних суб'єктів господарювання.*

**Ключові слова:** управління, корпоративні суб'єкти господарювання, корпоративне управління, соціальна ефективність, механізми соціальної ефективності.

☞ Глобалізаційні процеси, що відбуваються на цей час у світовій економіці, висувають нові, підвищені вимоги до конкурентоспроможності України. Розвиток корпоративного управління є одним із ключових напрямів запровадження цивілізованих та ефективних умов ведення бізнесу в сучасних умовах. Соціальна спрямованість корпоративного управління набуває все більшого значення. А вже сьогодні, за даними статистики, більше півмільйона суб'єктів господарювання побудовані на корпоративних засадах.

Тому зараз, як ніколи, потрібне чітке розуміння масштабів і суті трансформаційних змін, які відбуваються в Україні, а також світових тенденцій, нових концептуальних підходів і парадигм, які можуть сприяти виходу економіки та усєї системи управління, насамперед державної, з глибокої кризи. Тривалість процесу реформування в країні залежить не тільки від своєчасності і адекватності рішень, що приймаються в ході перетворень систем управління, але й від урахування при прийнятті цих рішень наукових здобутків. Але маємо констатувати, що сьогодні в Україні не сформовано належних науково-

методичних засад, відсутні загальноприйняті стандарти та моделі соціальної відповідальності бізнесу, зокрема, корпоративного бізнесу, побудованого на засадах колективної відповідальності, які відповідали б кращим зразкам світового досвіду і одночасно враховували би особливості українського інституціонального середовища, національним традиціям і ментальності, а це гальмує розвиток корпоративних форм активності національного бізнесу.

Крім того, вкрай важливим є те, наскільки підготовленими до соціально-відповідального корпоративного управління є керівні кадри і, нарешті, чи стане управління в нашій державі соціально-орієнтованим. Найбільшу зацікавленість щодо соціальної ефективності та соціальної відповідальності корпоративного управління в нашій країні поки що виявляють лише деякі менеджери-практики провідних фінансово-промислових груп та компаній з тих, що провели первинне публічне розміщення акцій на міжнародних фондових біржах. Ця проблематика викликає також певну зацікавленість і в окремих організаціях роботодавців та в бізнесових структурах корпоративного типу, які пройшли чи готуються до лістингу на міжнародних фондових біржах і змушені сприймати вимоги потенційних акціонерів щодо формування іміджу соціально відповідальної компанії.

Відомо, що сьогодні в Україні відбувається активне становлення теорії і практики корпоративного управління. Проблематика цього питання активно досліджується такими вітчизняними економістами, як: В. Євтушевський, К. Ковальська, Н. Бутенко, О. Мороз, Н. Карачина, Г. Козаченко, А. Воронкова, Д. Задихайло, О. Кібенко, Г. Назарова, Л. Птащенко, Г. Штерн, Є. Рудинська, С. Яромич, С. Румянцев, О. Царенко, Н. Бей, О. Мартиненко, І. Сало та іншими.

✎ Дослідження корпоративної соціальної відповідальності та споріднених проблем здійснювали: А. Садеков, Т. Косова, М. Мельник, Н. Супрун, Д. Баяра, М. Бутко, М. Мурашко, О. Наумов, М. Міненко, А. Колот, О. Бандирська, К. Каліцінська, Г. Рогов, А. Ковналенко, В. Дементов, В. Велков, А. Крупник, Н. Піроженко та інші.

Проте практично відсутні дослідження, які б комплексно розглядали механізми підвищення соціальної ефективності управління господарюючих суб'єктів корпоративної форми як соціально-економічної інституції у ринковій економіці. Саме ці реалії викликають необхідність розробки адаптованої до сучасних умов невідтворення концепції соціальної ефективності (і відповідальності) корпоративного управління вітчизняного бізнесу. Крім того, ми вважаємо недостатнім розкрити суто теоретичні поняття та категорії щодо суб'єктів господарювання корпоративного типу, корпоративного управління та його соціальної ефективності.

Важливо запропонувати механізми забезпечення цієї ефективності.

✎ Метою даної статті є наукове обґрунтування механізмів підвищення соціальної ефективності корпоративного управління за сучасних умов через аналіз та систематизацію понять корпорації, корпоративного управління, його соціальної ефективності.

✎ У країнах континентальної (цивільної) системи права, поширеній у більшості західноєвропейських країн та Японії, до корпорацій належать різні види господарських товариств (повного, командитного, акціонерного, товариства з обмеженою відповідальністю), господарські об'єднання (концерни, холдинги, синдикати), кооперативи, орендні, державні підпри-

ємства, а також різні негосподарські союзи і асоціації [1, с. 22]. Отже, корпорація – це юридична особа, окрема і відмінна від своїх власників, що має права і обов'язки. Власність представлена частками власності її членів в капіталі корпорації [2, с. 31; 3, с. 95].

Корпорація має три відмінні характеристики: 1) відділення власності від управління і обмежена відповідальність; 2) здатність укладати контракти і володіти власністю; 3) передача права власності, що забезпечує існування корпорації за межами терміну життя її власників. Акціонери обирають корпоративних директорів, які, у свою чергу, визначають її політику [3, с. 95].

Станом на 1 січня 2010 року корпоративний сектор України об'єднує 542 532 підприємства [4; 5] – це близько половини від загальної кількості усіх підприємств. Саме в корпораціях виробляється 75% ВВП. Найбільшу частку у цьому секторі займають товариства з обмеженою відповідальністю (77,07%), кооперативи (6,46%), акціонерні товариства (5,56%) та колективні підприємства (4,73%). Причому кількість підприємств з корпоративною системою управління та їхня доля в загальному обсязі підприємств України зростає.

Корпорацію можна розглядати як «корпоративне підприємство» або «корпоративне об'єднання». У вітчизняному законодавстві термін «корпорація» застосовується в специфічному значенні – лише для позначення одного з видів об'єднань підприємств. Так, стаття 120 Господарського кодексу України визначає корпорацію як «договірне об'єднання, створене на основі поєднання виробничих, наукових і комерційних інтересів підприємств, що об'єдналися, з делегуванням ними окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників органам управління корпорації».

У статті 63 Господарського кодексу України визначено, що «корпоративне підприємство утворюється, як правило, двома або більше засновниками за їх спільним рішенням (договором), діє на основі об'єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників), їх спільного управління справами, на основі корпоративних прав, у тому числі через органи, що ними створюються, участі засновників (учасників) у розподілі доходів та ризиків підприємства. Корпоративними є кооперативні підприємства, підприємства, що створюються у формі господарського товариства, а також інші підприємства, у тому числі засновані на приватній власності двох або більше осіб». Головною метою корпоративного об'єднання є координація підприємницької діяльності її членів, забезпечення захисту їх прав, представлення загальних інтересів у різних органах.

Аналіз світової практики функціонування корпоративних об'єднань свідчить, що вони можуть використовувати різні форми інтеграції підприємств, які входять до їх складу. Форми інтеграції можуть бути формальними або неформальними, тимчасовими або умовно-постійними.

Існують три незалежні погляди на понятійні межі терміну «корпорація». Відповідно до першої точки зору, до корпорацій відносять лише господарські товариства. Прихильники другої точки зору до корпорацій відносять лише акціонерні товариства. Третя точка зору передбачає, що корпорацією можна вважати підприємницьку організацію, що засновані на членстві.

Враховуючи тенденцію до зростання частки підприємств з корпоративною системою управління в загальному обсязі підприємств України, дуже важливим є дослідження та вдосконалення функціонування систем корпоративного управління на цих підприємствах.

Корпоративне управління – це система виборних та призначених органів акціонерного товариства, яка управляє ним, відбиває баланс інтересів його власників і спрямована на отримання максимально можливого прибутку від усіх видів діяльності товариства в межах діючого законодавства [1 с. 97]. Сутністю корпоративного управління є система відносин між інвесторами – власниками товариства, його менеджерами і зацікавленими особами для забезпечення ефективної діяльності товариства та балансу інтересів учасників цих відносин.

Нині існує чимало трактувань категорії «корпоративна соціальна відповідальність». Європейська Комісія визначає її так: «корпоративна соціальна відповідальність є концепцією, яка відображає добровільне рішення компаній брати участь у покращенні життя суспільства та захисті довкілля». Одним з найкращих визначень соціальної відповідальності бізнесу є, на наш погляд, визначення, дане американським економістом Арчі Керролом: «Соціальна відповідальність бізнесу – це здатність компанії відповідати на економічні, правові та етичні очікування суспільства» [6, с. 46].

Спираючись на міжнародний досвід і аналізуючи реальну ситуацію, що склалася в нашій країні, пропонуємо розглядати три види соціальної відповідальності: 1) *внутрішня* – перед акціонерами (в першу чергу міноритарними) шляхом забезпечення їх прав на участь в управлінні товариством, на прийнятті рішень щодо отримання дивідендів, а також перед співробітниками фірми шляхом створення нормальних умов праці і психологічного клімату в колективі, сприяння його соціальному розвитку, підвищення кваліфікації персоналу, розширення його участі в управлінні організацією тощо; 2) *зовнішня* – перед споживачами шляхом задоволення потреб людей у зручних, безпечних і недорогих товарах і послугах; 3) *суспільна* – перед територіальною громадою шляхом сприяння її стійкому розвитку через участь у вирішенні пріоритетних соціальних проблем, підтримку слабких і недовідатних, підвищення рівня культури і патріотизму населення, стимулювання його ділової активності, збереження оточуючого середовища.

З вказаних напрямів перший можна вважати найбільш освоєним нашим вітчизняним бізнесом, оскільки є непогана законодавча база, відпрацьовані технології роботи з персоналом та соціального розвитку колективів, зокрема через колективні договори та різні форми соціального партнерства між власниками, найнятими робітниками та органами влади. Хоча значною проблемою корпоративного управління є відсутність механізмів контролю аутсайдерів (кредиторів та міноритарних акціонерів) над інсайдерами (вищим керівництвом та акціонерами з контрольним пакетом акцій). Крім того, через те, що персонал та інші групи учасників корпоративних відносин не беруть активної участі у формуванні та діяльності вищих керівних органів акціонерного товариства, вони майже не здатні впливати на діяльність корпорації.

Другий напрям бізнес намагається реалізувати через маркетингові та PR-технології. Але тут на тлі окремих успіхів у вивченні і задоволенні попиту на певні товари і послуги з урахуванням рівня достатку, культури, умов життя споживачів, поки що бракує *механізмів відповідальності* бізнесу перед ними за неякісні товари і послуги, недобросовісну рекламу. Під прикриттям легенди про те, що нібито «ринок автоматично вирішує усі питання», цей напрям соціальної відповідальності бізнесу фактично пущений державою на самоплив, а споживачі товарів і послуг через свою непоінформованість, недосвідченість, роз'єднаність поки що не в змозі самостійно протистояти

монопольній силі соціально-безвідповідального бізнесу [6, с. 47]. А чинний закон про захист прав споживачів через свою декларативність, з одного боку, та узурпацію державою права «карати і милувати» порушників, – з іншого, не дозволяє громадськості реально впливати на недобросовісний бізнес і бізнесменів.

Не можна назвати ефективною і роботу громадських організацій по захисту прав споживачів. Вони мали би бути основою для утворення на їх основі «переговорного майданчика» споживачів з основними постачальниками послуг для вироблення системи заходів по скороченню порушень і підвищенню ступеня довіри споживачів до виробників товарів і послуг.

Але найменш відпрацьованим є на сьогодні третій напрям, пов'язаний із участю бізнесу в розвитку територіальних громад. Поки найбільш поширеними формами реалізації цього напрямку залишаються «жебрацтво» знедолених, «нагинання» владою підприємців на вирішення конкретних завдань та «добровільно-примусове» залучення їх до участі у фінансуванні соціальних потреб територій.

Серед механізмів реалізації соціальної відповідальності бізнесу можна виділити також *механізм соціального замовлення*, спрямований на розв'язання пріоритетних соціальних проблем на основі укладення органами влади соціальних контрактів на конкурсній основі з некомерційними організаціями. При цьому владою стимулюється внесок бізнесу, зокрема, корпоративного у ресурсну підтримку цих громадських об'єктів [7].

Ще одним механізмом, який дозволяє бізнесу реалізувати соціальну відповідальність максимально адресно, є *механізм соціальної діагностики*, за допомогою якого виявляються пріоритетні соціальні проблеми [8]. В результаті органи влади і соціально відповідальний бізнес отримують достовірну інформацію про потреби населення для планування і здійснення цілеспрямованих соціальних заходів. Серед таких механізмів можна назвати і розроблену Одеським суспільним інститутом соціальних технологій на основі чинного законодавства України *систему стимулювання участі суб'єктів підприємництва* у розв'язанні пріоритетних соціальних проблем, яка застосовує більше, ніж 30 видів стимулювання, у тому числі об'єднані пільги, тендери на основні товари, роботи, послуги, соціальне замовлення, муніципальні гранти, економічні та інші санкції по відношенню до тих, хто діє на шкоду навколишньому природному середовищу і територіальній громаді [9].

Існуючі сьогодні у світі програми корпоративної соціальної відповідальності компаній можна умовно класифікувати за типами: 1) власні програми компаній; 2) програми партнерства із місцевими, регіональними та федеральними органами державного управління; 3) програми співпраці з громадськими та професійними об'єднаннями; 4) програми інформаційної співпраці із засобами масової інформації [10, с. 24].

Механізми підвищення соціальної ефективності корпоративного управління можна умовно поділити на дві групи: механізми, побудовані на удосконаленні державного впливу на корпоративних суб'єктів господарювання (вплив «зверху»), та громадський контроль (вплив «знизу»).

На даному етапі розвитку суспільства саме держава, на нашу думку, має проявляти політичну волю і стати тією силою, яка спонукає компанії до соціальної відповідальності, забезпечувати стимули до ефективних дій у вирішенні соціальних проблем. Роль держави в реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності повинна полягати у:



- виробленні нових засобів регулювання діяльності компаній з метою підвищення їх соціальної відповідальності;
- створенні передумов для формування, реалізації і розвитку цілеспрямованої і результативної стратегії соціальної відповідальності бізнесу, що дозволить прискорити процес налагоджування взаємостосунків влади, бізнесу і громадянського суспільства, яке тільки формується;
- підвищенні ступеня відповідальності компаній перед суспільством;
- наданні компаніям більшого маневру (пільги на добродійність і т.д.);
- створенні системи фінансування громадських (суспільних) ініціатив;
- виробленні інструментів взаємодії бізнесу і влади [11, с. 298].

Доцільним є також матеріальне заохочення компаній, які інвестують проекти соціального значення через венчурні фонди та підтримку міжсекторного партнерства бізнесу у вигляді тренінгів, грантів, обміну фахівцями, освіти журналістів (в США від податків на прибуток звільняються тільки ті компанії, які роблять пожертвування за одним із трьох напрямів: культура, наука та охорона здоров'я, причому пільги отримуються тільки після того, як відповідне Міністерство внесе їх до переліку компаній, які звільнені від податку. У Великій Британії цілий ряд законодавчих актів встановлює пільговий режим оподаткування для компаній, що дотримуються напрямів соціально відповідального бізнесу та позицій ділової етики, особливо у питаннях ефективного використання енергії, вторинної переробки відходів виробництва тощо).

Доцільно за прикладом Німеччини впровадити також видачу в обмін на пожертвування спеціального сертифікату, що дозволяє зменшити базу оподаткування у розмірі пожертвованої суми. У Німеччині найбільш престижні меценати перебувають на верхівці громадського визнання і є постійними гостями на урочистих прийомах різного роду, включаючи й ті, що проводяться у резиденціях керівництва держави.

За зразком Великої Британії доцільно створити в уряді посаду міністра або, принаймні, уповноваженої державної особи з корпоративної соціальної відповідальності. Важливим механізмом стимулу та винагороди компаній за добру соціальну поведінку можуть бути: соціальний «знак якості», премії за розвиток корпоративної соціальної відповідальності [12].

Великого значення набуває також інформування (чи навчання) підприємців, представників різних рівнів влади, студентів, населення з питань соціальної відповідальності українських підприємств.

Дієвим механізмом може стати введення на законодавчому рівні соціальної звітності, обов'язку для компаній звітувати про виконання програм соціальної відповідальності та охорону навколишнього середовища, а також створення законодавчих умов для здійснення громадського контролю. Так, у Франції, наприклад, контроль за дотриманням соціального та екологічного законодавства здійснюється трудовими інспекціями, рівно, як і профспілками; в Україні зазначені суспільні організації ще не мають значного впливу.

Одним із заходів, що зміг би істотно вплинути на кількісні параметри соціальної ефективності компаній в Україні, є розробка та прийняття чіткої *законодавчої бази*, яка створювала би правові рамки соціально відповідальної поведінки та була націленою на його оптимі-

зацію. Зокрема: чіткої прозорої програми антикризових заходів для вирішення соціально-трудова та економічних проблем; Концепції розвитку громадянського суспільства в Україні; Закону України "Про соціальну відповідальність бізнесу", який визнав би стимули та правові рамки соціально відповідальної поведінки; доповнень до Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців» щодо відмови в державній реєстрації установчих документів юридичних осіб, в разі їх невідповідності вимогам чинного законодавства; Закону України «Про соціальний аудит» тощо.

*Громадський контроль*, як потужний засіб захисту прав громадян, є формою громадської участі в управлінні задля підвищення ефективності діяльності як органів публічної влади, так і підприємств, установ й організацій, що надають соціальні послуги.

Громадський контроль розглядається як інструмент громадської оцінки ступеня виконання підконтрольними об'єктами їхніх соціальних завдань. Характерні відмінності громадського контролю від будь-якого іншого виду контролю лежать у суб'єктно-об'єктній сфері і полягають у тому, що, по-перше, громадський контроль здійснюється саме громадськістю (організованою та неорганізованою), і по-друге, що у процесі здійснення громадського контролю контролюється виконання саме соціальних завдань, безпосередньо пов'язаних із захистом і реалізацією прав і свобод громадян, задоволенням та узгодженням соціальних потреб та інтересів населення. Особливістю громадського контролю є й те, що його суб'єкти, на відміну від контролю державного, не наділені юридичними владно-примусовими повноваженнями і не мають права втручатися у діяльність підконтрольних і самостійно притягати винних до правової відповідальності, а їхні рішення мають рекомендаційний характер

За допомогою громадського контролю оцінюється діяльність підприємств, організацій та установ з надання соціальних послуг населенню, виконання соціальних програм. Характерною особливістю цього контролю є те, що він здійснюється безпосередніми споживачами вказаних послуг та їх об'єднаннями, які організаційно не підпорядковані органам влади.

Суб'єктами громадського контролю є організована та неорганізована громадськість. *Організована громадськість* – це інститути громадянського суспільства, до яких належать органи самоорганізації населення, ЗМІ, громадські, профспілкові, творчі організації, організації роботодавців та інші громадські об'єднання. Право здійснення громадського контролю має належати тим громадським об'єднанням, серед видів діяльності яких є здійснення громадського контролю за діяльністю органів, підприємств та установ. Під *неорганізованою громадськістю* розуміємо громадян та їх сім'ї, які не поєднані між собою у будь-які організаційні форми і представляють власні інтереси або ситуативно – спільні інтереси жителів, користувачів або споживачів певної соціальної групи.

*Засобами* здійснення або формами громадського контролю суб'єктів корпоративного права можуть бути: соціологічні, статистичні та експертні дослідження шляхом анкетування, опитування, стороннього нагляду, включеного нагляду, контент-аналізу, фокус-групових дискусій тощо; публікації у пресі, випуски по радіо, ТВ; діяльність об'єднань споживачів; пропозиції (зауваження), заяви, скарги, клопотання у вигляді письмових та усних, індивідуальних та колективних звернень громадян тощо.

На цей час в Україні немає спеціального закону про громадський контроль. Його нормативну базу складають окремі норми Конституції та інших законів.

Однією з поширених форм громадського контролю є *звернення громадян*, за допомогою яких вони у режимі зворотного зв'язку повідомляють відповідним державним органам та недержавним інституціям про виконання, невиконання або неналежне виконання ними або підвідомчими ним органами чи установами соціальних функцій та вимагають вжиття відповідних заходів.

Чинне законодавство України містить й норми щодо впровадження громадського контролю *на рівні трудових колективів* та професійних спілок.

Значну роль у забезпеченні соціально-ефективної діяльності корпоративних компаній можуть відіграти вітчизняні *професійні виробничі об'єднання*. Соціально-орієнтована політика цих об'єднань має бути спрямована на підвищення відповідальності перед суспільством, споживачами і співробітниками у всіх сферах діяльності: виробництві високоякісної продукції, перерахуванні у повному обсязі податків, забезпеченні комфортних умов праці в підприємствах, що входять до складу формувань [13, 140].

Найважливішу роль у забезпеченні громадського контролю покликані грати ЗМІ. Головне завдання ЗМІ полягає у тому, щоб активно співпрацювати з іншими інститутами громадянського суспільства у контролі за виконанням суб'єктами корпоративного права своїх зобов'язань перед акціонерами, персоналом, споживачами продукції, соціальних послуг та громадою [14].

Отже, в світі існує різноманітний досвід механізмів забезпечення соціальної ефективності управління компаніями, але досвід кожної країни складався під впливом національного менталітету і не може бути прямо запозиченим. На цей час, в умовах розбудови в Україні інфраструктури громадянського суспільства великого значення набуває вивчення та впровадження міжнародного досвіду механізмів забезпечення соціальної ефективності управління компаніями в Україні, зокрема особливостей державного та громадського впливу на основі системного підходу.

➤ Проведене дослідження дає підстави зробити висновок, що попри значне місце, яке займає корпоративний бізнес у системі підприємств в Україні, питання його соціальної ефективності і соціальної відповідальності майже не пророблені – ані на законодавчому, ані на управлінському рівнях.

Чинне законодавство потребує доопрацювання у напрямі створення системи захисту прав споживачів проти порушників соціальних норм. Для реалізації цієї задачі необхідно розробити та затвердити Концепцію розвитку корпоративного законодавства України, а також створити спеціальну робочу групу із провідних фахівців у галузі корпоративного права та суміжних галузей. Крім того, у цьому контексті необхідно вдосконалити чинне законодавство щодо бухгалтерського обліку та аудиту (як зовнішнього, так і внутрішнього).

Державою має бути вжито цілий комплекс заходів фіскально-економічного характеру, які б стимулювали розвиток корпоративної соціальної відповідальності. Соціально ефективну поведінку компаній можна заохотити відповідними податковими пільгами та заліками, податковими відрахуваннями, податковими канікулами, вільними економічними зонами, що має бути закріплено на загальнодержавному законодавчому рівні. Доцільним є і матеріальне заохочення компаній, які інвестують проекти соціального значення у вигляді венчурних фондів або

підтримки міжсекторного партнерства бізнесу у вигляді тренінгів, грантів, обміну фахівцями, освіти журналістів.

Потребує чималих зусиль і соціально-психологічний вплив на усіх учасників корпоративних відносин та споживачів продукції корпоративних фірм у напрямку формування, з одного боку, потреби бізнесу бути соціально ефективним, з іншого – потреби і спроможності споживачів захищати свої права і добиватися, щоб бізнес був соціально відповідальним.

Варто забезпечити ведення Національного реєстру добропорядних підприємств, визначення кращих та висвітлення цієї інформації у ЗМІ. Формування сприятливого соціально безпечного середовища для діяльності компаній утворюється не лише самою державою, а і через посередництво інститутів громадянського суспільства, наприклад, бізнес-асоціацій, ЗМІ, громадських благодійних організацій, наукових установ тощо. Також громадська думка і преса, акціонери і клієнти вимагають від бізнесу активної участі у соціальному житті.

Перспективи подальших розвідок.

Вважаємо за необхідне продовжити науково-технологічне розроблення теми соціальної ефективності корпоративного управління у напрямі визначення механізмів оцінки цієї соціальної ефективності та забезпечення її на основі співпраці органів влади і громадськості.

#### Література.

- Кибенко Е.Р. Корпоративное право: Учеб. пос. / Е.Р. Кибенко. – Харьков: Эспада, 1999. – 480 с.
- Аоки М. Корпоративное управление в переходных экономиках. Инсайдерский контроль и роль банков; [пер. з англ.] / М. Аоки, Хьюнг Ки Кима. – СПб.: Лениздат, 1997. – 558 с.
- Козаченко А.В. Основы корпоративного управления: Учеб. пос. / А.В. Козаченко, А.Э. Воронкова, Э.Н. Коренев. – Луганск: ВНУ, 2001. – 480 с.
- Офіційний сайт Державного комітету статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
- Офіційний сайт Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку. – Режим доступу: <http://ssmsc.gov.ua>.
- Крупник А.С. Соціальна відповідальність бізнесу: навіщо та яким чином / А.С. Крупник // Формування та реалізація стратегії сталого економічного розвитку регіону: Матеріали щоріч. наук.-практ. конф. – О., 2006. – С. 45–49.
- Крупник А. С. Правові засади соціального замовлення // Держава і право. Зб. наук. пр. – К.: 2002. – Вип. 17. – С. 458–463.
- Крупник А. С. Потреби та інтереси населення як основа для побудови пріоритетів діяльності місцевої влади // Актуальні проблеми державного управління та місцевого самоврядування: сучасний стан та перспективи регіонального розвитку. Матеріали щорічної науково-практичної конференції 18 жовтня 2005 року. – Вид-во ОРІДУ НАДУ: 2005. – С. 257–259.
- Крупник А. С. Як розв'язати проблему нестачі ресурсів для соціального захисту в Україні / Рік Російської Федерації в Україні. Науково-презентаційний альманах. – К.: «Загальновоїнська спілка України», 2003. – С. 322–337.
- Баюра Д. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління / Д. Баюра // Україна: аспекти праці. – 2009. – №1. – С. 21–25.
- Велков В.М. Соціальна відповідальність бізнесу: завдання держави та бізнесу / В.М. Велков // Стратегія регіонального розвитку: формування та механізми реалізації: Матеріали підсумк. наук.-практ. конф. за міжнар. участю. – О., 2009. – С. 297–299.

12. Мельник С.В. Шляхи стимулювання соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу [Електронний ресурс] / С.В. Мельник, Т.А. Тресвятська, Л.В. Будьонна. – Режим доступу: <http://www.lir.cci.lg.ua>.

13. Міненко М.А. Визнання принципів соціальної відповідальності професійними виробничими об'єднаннями та їх учасниками / М.А. Міненко // Економіка АПК. – 2008. – №7. – С. 136–140.

14. Крупник А.С. Громадський контроль: сутність та механізми здійснення // Теоретичні та прикладні питання державотворення [Електронне наукове видання]: Збірник наукових праць ОРІДУ НАДУ. – Вип. 1, 2007 – [www.oridu.odessa.ua](http://www.oridu.odessa.ua).

УДК 327.5(477)

*Ігор Чемьоркін*

## ПЛАНИ США ЩОДО РОЗМІЩЕННЯ СИСТЕМ ПРО У ПІВНІЧНО-ЗАХІДНОМУ ПРИЧОРНОМОР'І: МОЖЛИВІ НАСЛІДКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

*В статті розглядаються плани розміщення американської системи ПРО у Північно-Західному Причорномор'ї, насамперед, в Румунії, а також можливий вплив цих планів на позиції України в Чорноморському регіоні та на українсько-румунські відносини.*

**Ключові слова:** протиракетна оборона, стратегічний паритет, українсько-румунські відносини, регіональна безпека.

Нещодавно опубліковані плани адміністрації президента США Б. Обама щодо розміщення систем протиракетної оборони (ПРО) у Південно-Східній Європі дещо змінили характер відносин між Росією та США. Водночас вони можуть призвести до зміни ситуації на регіональному рівні та мати важливі наслідки для безпеки України.

Проблема ПРО та її вплив на ситуацію в басейні Чорного моря знайшли своє відображення у дослідженнях багатьох експертів. Серед західних фахівців у цій галузі варто виділити: А. Вольфа, Д. Сірінсіоне, Ч. Фергюсона, Дж. Пайка, М. Сміта та інших. Серед російських дослідників цієї проблематики слід відзначити О. Арбатова, В. Дворкіна, В. Орлова, О. Приходька. До українських експертів у цих питаннях належать А. Шевцов, П. Сіновець.

Слід відзначити, що довгий час проблема ПРО залишалась актуальною лише на рівні двосторонніх відносин між СРСР/ Росією та США. Розробка систем ПРО ставала проблемною через те, що протиракетна оборона зменшувала ударні можливості стратегічних ядерних сил і тому провокувала гонку озброєнь. Адаже в міру вдосконалення оборонних систем ПРО доводилось нарощувати і вдосконалювати наступальні ядерні озброєння. Для того, щоб зупинити безконтрольну гонку озброєнь, СРСР та США пішли на підписання у 1972 р. Договору про обмеження систем протиракетної

оборони (ДПРО), положення якого були уточнені Протоколом 1974 р. Згідно з цими документами, системи ПРО могли захищати лише один район кожної з держав-учасниць [1]. Радянські системи ПРО захищали район Москви, а американські – район військової бази. Таким чином, розміщення систем ПРО у інших державах повністю виключалось – адже існуючі ПРО не покривали навіть всю територію самих ядерних наддержав.

Поступово ставлення до систем ПРО еволюціонувало, в першу чергу, у США. Ця країна виходила з того, що після закінчення холодної війни виклики її безпеці диверсифікувались. Зросла загроза з боку так званих держав –«ізоїв», які досягли прогресу у розвитку ракетних та ядерних технологій. Тому впродовж 1990 рр. США послідовно створювали розвинуту систему ПРО, яка покривала всю американську територію, що суперечило положенням ДПРО. 13 листопада 2001 р. США оголосили про вихід з Договору по ПРО. У лютому 2007 р. США вперше висловили наміри розмістити системи ПРО поза межами своєї території. Адміністрація Дж. Буша повідомила про плани розширити системи ПРО за рахунок баз у Чехії та Польщі. Головною загрозою, проти якої елементи ПРО мали бути спрямовані, проголошувався Іран. Однак експерти зазначали, що розміщення систем ПРО у Чехії та Польщі не надто вдале для протидії іранській загрозі, зате дозволяє зменшити російські можливості щодо удару відплати у разі ядерної атаки по Росії. Так, перехоплювачі, які США збирались розмістити у Східній Європі (так звані GBI, розраховані на ураження стратегічних ракет), потенційно здатні збивати розгорнуті в європейській частині Росії важкі міжконтинентальні балістичні ракети (МБР) [2, с. 8]. Росія побоювалася, що надалі кількість та якість американських протиракет зростуть, що зменшить російські можливості щодо завдання ядерного удару, і призведуть до встановлення абсолютної ядерної переваги США. З такою ситуацією Росія не може погодитись, адже її стратегічний паритет у ядерних озброєннях зі США залишається єдиним вагомим політичним козирем, який Росія зберегла після втрати статусу наддержави.

Новий президент США Б. Обама прийшов до влади під гаслами перезавантаження відносин із Росією. Для вирішення проблемних питань Б. Обама зокрема погодився переглянути питання ПРО. Втім, повністю відмовитися від систем протиракетної оборони Обама не міг, адже ракетні можливості Ірану значно зросли останнім часом. На сьогодні головним здобутком іранської ракетної програми є моделі ракет «Шехаб» («Шехаб-3» з радіусом дії 1500 – 2000 км вже здатна досягати території держав Південної Європи) та «Сіджіл» (на даний момент проведені випробування «Сіджіл-2», радіус дії якої досягає 2500 км) [3]. Тегеран продовжує роботу над подальшими модифікаціями обох моделей, які в майбутньому становитимуть загрозу державам Центральної та Західної Європи [4]. Крім того, у лютому 2009 року відбувся запуск першого іранського супутника «Омід», що, фактично, підтверджує серйозність намірів Тегерану перетворитись на потужну ракетну державу, здатну у майбутньому навіть виробляти міжконтинентальні балістичні ракети [5]. Враховуючи успіхи Ірану в ядерній сфері, доводиться визнати, що з боку цієї країни може виникнути реальна загроза для Європи, і тому розміщення систем ПРО залишається необхідним.

Для того, щоб розвиток протиракетної оборони не шкодив інтересам Росії, адміністрація Б. Обама висунула ініціативу реструктуризації європейської системи ПРО. Було проголошено, що найближчим часом систе-