

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВІДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Висновки

Розглянувши теоретичні підходи до формування стратегії економічного розвитку агропромислового виробництва, встановили, що стратегічне управління включає всі функції управління, тобто планування, організацію, регулювання, координацію, мотивацію і контроль. До цього слід додати циклічність, що означає постійне корегування моделі формування стратегії згідно об'єктивних та суб'єктивних умов.

У сучасних умовах системи ведення господарства мають складну і подвійну структуру. З одного боку, цю структуру характеризують складні зв'язки взаємозв'язаних систем галузей сільського господарства – землеробства, рослинництва, коромиробництва і тваринництва, а з іншого – стан та стійкість компонентів самої системи ведення сільського господарства. До них першою чергою відноситься інтенсивність сільськогосподарського виробництва, принципи і особливості територіальної і галузевої організації, методи управління, наявні технології і техніка, що використовуються для вирощування і формування продукції.

Обумовленість здійснення процесів виробництва в АПК багатьма факторами (станом земельних ресурсів, погодними умовами, системами управління ресурсним потенціалом тощо), невизначеність в змінах деяких із них, дія часу як особливого фактору на зростання і розвиток сільськогосподарських рослин і тварин, потребують розробки методики організації і використання інформаційних потоків, що їх супроводжують на окремих етапах життєвого циклу сільськогосподарської продукції. За таких умов основою стабільності і ефективності розвитку АПК є оптимальне поєднання існуючих взаємозв'язків, що забезпечують функціонування процесів виробництва, впливу внутрішніх і зовнішніх факторів управління основними елементами обраної маркетингової стратегії виробництва тощо. При цьому всі підприємства агропромислового виробництва можна поділити на монопродуктивні (вуzyкоспеціалізовані), домінантно-продуктові (більша частина яких обумовлена існуючою матеріальною базою і ефективністю їх використання) і диверсифіковані, де є різноманітні види продукції, не пов'язані з основною економічною діяльністю.

У ринковому середовищі підприємства АПК регіонів обумовлюють собою взаємозалежну тріаду – одночасно є постачальниками, споживачами і конкурентами. До цього слід додати, що головною умовою формування ефективної стратегії розвитку агропромислового комплексу України є правильний вибір моделі оцінки економічного потенціалу країни, що є стартовою опорою точкою економічного зростання.

Список використаних джерел

1. Ансофф И. Стратегическое управление: пер. с англ. / Под ред. Л.И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 350 с. Виссема Х. Менедж-

мент в подразделениях фирмы [предпринимательство и координация в децентрализованной компании]: Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 288 с.

2. Виссема Х. Менеджмент в подразделениях фирмы [предпринимательство и координация в децентрализованной компании]: Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 288 с.

3. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2000. – 360 с.

4. Забурянна Л.В. Туристична підприємницька діяльність в аграрній сфері: теорія, організація: монографія / Л.В. Забурянна. – К.: ННЦ ІАЕ, 2012. – 484 с.

5. Інноваційне забезпечення розвитку сільського господарства України: проблеми та перспективи: моногр. / [Лупенко Ю.О., Малік М.Й., Шпikuляк О. Г. та ін.]. – К.: ННЦ ІАЕ, 2014. – 516 с.

6. Кінг У., Кліланд Д. Стратегическое планирование и хозяйственная политика. – М.: Прогресс, 1982. – 397 с.

7. Ламбен Жан-Жак. Маркетинг, ориентированный на рынок: стратегический и операционный маркетинг: [пер. с англ.] / Жан-Жак Ламбен. – Изд-во «ПИТЕР», 2007. – 796 с.

8. Модель досконалості Європейського фонду управління якістю [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://efqm.org/en/tabid/132/default.aspx>

9. Минцберг Г., Куїн Дж.Б., Гошал С. Стратегический процесс / Пер. с англ. под ред. Ю. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 688 с.

10. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент / В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань. Навч. посіб. Ч. 1. – К.: ДП «Експер-Поліграф». – 2001. – 558 с.

11. Петров А.Н. Стратегический менеджмент / А.Н. Петров. – СПб.: Питер, 2005. – 496 с.

12. Попроздман Н.В., Попроздман О.І. Концептуальні елементи стратегічного управління // Формування ринкових відносин в Україні. НДЕІ. Міністерства економіки України–2015. – Випуск №4.

13. Natalia V. Poprozman: Improving labor market as a strategic factor in economic growth // Modern Management Review.– Rzeszow University of Technology. Poland. – 2014. – 21(3/2014). [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://mmr.prz.edu.pl/pl/wersja-elektroniczna/2014/21-32014/>

14. Саблук П.Т. Глобалізація і продовольство: Монографія / П.Т. Саблук, О.Г. Білорус, В.І. Власов. – К.: ННЦ ІАЕ, 2008. – 632 с.

15. Стратегічні напрямки розвитку сільського господарства України на період до 2020 року [текст] / [за ред. Ю.О. Лупенка, В.Я. Месьєль-Веселяка]; Нац. акад. аграрних наук України, Нац. наук. центр «Інститут Аграрної Економіки». – К.: ННЦ «ІАЕ», 2012. – 179 с.

16. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент: Искусство разработки и реализации стратегии: Учеб. для вузов: Пер. с англ. – М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 1998. – 576 с.

17. Шершньова З.Є., Оборська С.В. Стратегічне управління: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 1999. – 384 с.

О.В. П'ЯНКОВА,

к.е.н., доцент, Національний університет харчових технологій

Корпоративна соціальна відповідальність в умовах кризи – інструмент мінімізації нефінансових ризиків

Стаття присвячена питанням впровадження корпоративної соціальної відповідальності в умовах кризових явищ, досліджено види нефінансових ризиків, проаналізовано можливість їх мінімізації через узгодженість інтересів стейкхолдерів та бізнесу.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, корпоративне управління, нефінансовий ризик, соціальні інвестиції, соціальний діалог, стейкхолдери.

Корпоративная социальная ответственность в условиях кризиса – инструмент минимизации нефинансовых рисков

Статья посвящена вопросам внедрения социальной корпоративной ответственности в условиях кризиса, проведено исследование нефинансовых рисков, проанализирована возможность их минимизации путем согласованности интересов стейкхолдеров и бизнеса.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, корпоративное управление, нефинансовые риски, социальные инвестиции, социальный диалог, стейкхолдеры.

O.PIANKOVA

PhD in Economics, National University of Food Technologies

Corporate social responsibility in times of crisis as a tool to minimize non-financial risks

The article is devoted to issues of implementation of corporate social responsibility in times of crisis. Author studied types of non-financial risks and analyzed the possibility of their minimizing through coordination of interests of stakeholders and business.

Keywords: corporate social responsibility, corporate governance, non-financial risks, social investment, social dialogue, stakeholders.

Постановка проблеми. Множинність наукових та науко-во-популярних джерел переконує менеджмент у позитивності, а іноді й у невідворотності впровадження практик корпоративної соціальної відповідальності. Однак існує значна прогалина у дослідженнях щодо практичної реалізації та результативності впровадження корпоративної соціальної відповідальності, мінімізації нефінансових ризиків, що виникають як наслідок неоднозначності її розуміння бізнесом та суспільством.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Проблематиці започаткування та розвитку практик корпоративної соціальної відповідальності бізнесом присвячені дослідження Г. Буюена, А. Керолла, Дж. МакГура. Проте питання мінімізації нефінансових ризиків корпоративної соціальної відповідальності залишаються недослідженими.

Метою статті є дослідження видів нефінансових ризиків, проаналізовано можливість їх мінімізації через узгодженість інтересів стейкхолдерів та бізнесу.

Виклад основного матеріалу. Еволюція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) від одноразового соціального заходу до філософії взаємовідносин бізнесу із суспільством пройшла тернистий шлях. Змінювалося розуміння КСВ виробником, зростали запити зацікавлених сторін, розвивалися наукові школи щодо проблематики впровадження відповідальності, зростала актуальність поглиблення взаємодії бізнесу та стейкхолдерів.

Розвиток КСВ узгоджується з розвитком суспільства та відбувається в розвинених країнах світу як еволюційний, що передбачає поступові зміни, та у країнах, що розвиваються, як революційний, що на противагу еволюційному характеризується як швидкий якісний зсув.

Початок розвитку датується першими практичними спробами реалізувати принципи соціальної відповідальності Г. Фордом через встановлення найвищої оплати праці в галузі та науковими працями з КСВ, серед яких роботи Г. Буюна [1], А. Керолла [2], Дж. МакГура [3].

Дослідник КСВ Дж. МакГур [3, с. 144] наполягав, що «корпорація має не тільки економічні та правові зобов'язання, а й несе відповідальність перед суспільством, що дещо виходить за їх межі».

Публікація Г. Буюна [1, с. 6] визначала соціальну відповідальність як «реалізацію тієї політики, прийняття таких рішень або дотримання такої лінії поведінки, які були б бажаними з позиції цілей та цінностей суспільства».

Актуальною для сьогодення є праця А. Керолла [2, с. 500], в якій запропоновано реалізовувати КСВ відповідно «економічним, правовим, етичним очікуванням, що висунуті суспільством організації в даний період».

Серед найбільш відомих концепцій КСВ виділяють:

- «теорію корпоративного егоїзму», підґрунтам якої стала ідея, що єдиною відповідальністю бізнесу є збільшення прибутку для акціонерів;
- «теорію корпоративного альтруїзму», в основу якої покладено зобов'язання бізнесу турбуватися не тільки про зростання прибутку, а й бути максимально корисним у вирішенні суспільних проблем, підвищенні якості життя, охороні навколошнього середовища;
- «теорія розумного егоїзму», яка передбачає скорочення поточного прибутку через реалізацію соціальних проектів та створення умов для збільшення прибутку в перспективі через отримання ефекту від попередніх соціальних інвестицій.

Сьогодні набуває все більшої популярності інтегрований підхід, відповідно до якого соціальна активність компанії корелюється з основною сферою діяльності, зменшується розпорашеність соціальних зусиль, відбувається концентрація соціальних інвестицій.

Саме актуальністю проблематики КСВ викликана поява значного наукового доробку вчених, які пропонують своє розуміння даної категорії. Однак загально визнаним та найбільш актуальним для сьогодення є визначення КСВ, запропоноване Міжнародним стандартом ISO 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності» [4] як відповідальності організації за вплив її рішень та діяльності на суспільство та навколошнє середовище через прозору та етичну поведінку, котра: сприяє стійкому розвитку (здоров'я та благополуччя суспільства), враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає чинному законодавству; узгоджується з міжнародними нормами поведінки; введена у всій організації.

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВІДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Серед принципів корпоративної соціальної відповіальності ISO 26000 визначає [4]: підзвітність, прозорість, етичну поведінку, повагу інтересів зацікавлених сторін, повагу до верховенства права, дотримання міжнародних норм поведінки, повагу прав людини.

Основними причинами, що спонукають до впровадження КСВ, є: глобалізація та загострення конкуренції; зростаючі розміри та вплив компаній; посилення державного регулювання; змагання компаній за професійний персонал; актуалізація громадянської активності; зростаюча роль нематеріальних активів компаній [5].

Змінюється роль КСВ у кризові часи. Середній бізнес в умовах жорсткої економії та необхідності вижити намагається скоротити соціальні інвестиції. Зацікавлені сторони, які також відчувають вплив кризи, підвищують очікування та базують підтримки через соціальний діалог.

Великий бізнес, розуміючи перспективність соціального прибутку, намагається використати КСВ як інструмент за побігання виникненню нефінансових ризиків, що виникають через відмінність суті її розуміння між компанією та стейкхолдерами (табл. 1).

Діалог зі стейкхолдерами (зацікавленими сторонами) – спеціально організована комунікація, спрямована на побудову відносин з зацікавленими сторонами та оптимізацію нефінансових ризиків, що виникають при різному баченні майбутнього у бізнесу та зацікавлених сторін [5, с. 52].

Розвиток взаємодії зі стейкхолдерами полегшує виявлення інтересів та врахування очікувань у діяльності компанії.

Моделлю М. Портера та М. Креймера [7] КСВ запропоновано сприймати як реагуючу у випадках, коли необхідно вирішити нагальну проблему, і стратегічну, що є характерною при створенні довготривалих конкурентних переваг.

Розвиток КСВ передбачає поступовий переход від реагуючої до стратегічної форми шляхом переорієнтації розумін-

ня витрат, як наслідку негативного, на інвестиції, як перспективу конкурентоспроможності, кроку до соціального діалогу.

Узагальнюючи наукові публікації закордонних та вітчизняних авторів, вважаємо за доцільне виділити рівні розвитку КСВ:

– оборонний рівень – компанія не визнає та заперечує відповіальність за дії, що призвели до погіршення екологічного стану, соціальних невдоволень тощо;

– базовий рівень – відповіальність ставлення до дотримання правових норм;

– функціональний рівень – поступове розширення поодиноких ініціатив, спрямованих на подолання соціально-економічних проблем, а саме впровадження інновацій, підвищення якості, екологічні заходи;

– стратегічний рівень компанія досягає поступово розширюючи соціальну спрямованість та сприймаючи КСВ не як окремий напрям діяльності, що потребує час від часу сил та коштів, а як філософію життєдіяльності підприємства, відповідну стратегічним пріоритетам та баченню корпоративного управління;

– громадянський рівень передбачає просування принципів КСВ серед ділових партнерів, ініціативу і підтримку соціального діалогу з контактними аудиторіями, популяризацію соціально-відповідальної поведінки у суспільстві.

Кожен з зазначених рівнів розвитку КСВ характеризується певними видом КСВ, регулюючим підрозділом, напрямами реалізації, періодичністю та терміном застосування (табл. 2).

Однак у будь-які часи, особливо в період кризових випробувань, компанії доречно пам'ятати, що метою здійснення КСВ має залишатися не виживання, а кропітка робота в напрямі стійкого розвитку, що передбачає відповіальнє задоволення потреб нинішнього покоління без завдання шкоди можливості задоволення потреб майбутнього.

Усе частіше стійкий розвиток компанії асоціюють з мінімізацією нефінансових ризиків шляхом побудови стійких взаємовідносин зі стейкхолдерами.

Таблиця 1. Інтереси стейкхолдерів компанії

Стейкхолдери	Інтереси
Акціонери	Максимізація розміру дивіденду; підвищення вартості акцій; розвиток та підвищення вартості компанії
Персонал	Гарантія зайнятості; рівень реальної заробітної плати; умови праці та відпочинку; соціальні гарантії; можливість кар'єрного зростання; рівень задоволення роботою
Інвестори	Повернення інвестицій, максимізація прибутку
Кредитори	Виконання кредитних зобов'язань
Бізнес-партнери	Виконання договірних зобов'язань, вчасність та надійність, дотримання етичності у стосунках
Громадські організації	Захист природного середовища та екологічна безпека; підвищення соціального добробуту
Споживачі	Довгострокова перспектива співпраці, надання якісних товарів та послуг
Засоби масової інформації	Відкритість та прозорість діяльності, доступність отримання інформації, готовність до діалогу
Органи державної влади	Відповідність вимогам законодавства; забезпечення зайнятості; вклад в економічний розвиток; своєчасні виплати до бюджету

Джерело: [6].

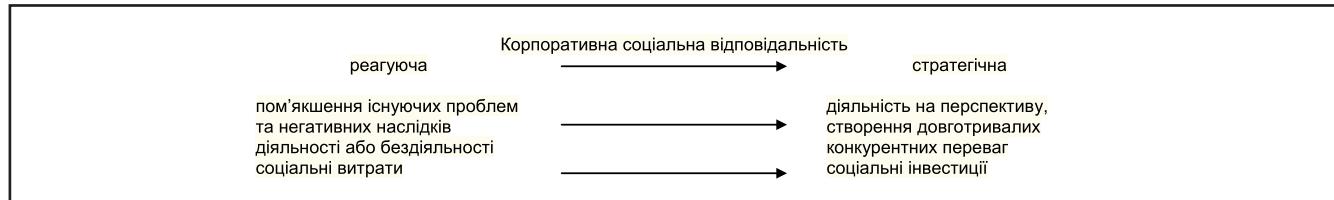


Рисунок 1. Форми КСВ

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Таблиця 2. Рівень розвитку КСВ

Ознака	Рівень застосування КСВ				
	оборонний	базовий	функціональний	стратегічний	громадянський
Вид КСВ за рівнем розвитку	Реагуюча		Оперативна забезпечуюча превентивна	Стратегічна	
Регулюючий підрозділ	Юридичний	Відділ кадрів, маркетингу, PR	Відділ PR, маркетингу, що курується виконавчим директором	Комітет зі стійкого розвитку у складі Ради директорів на чолі з виконавчим директором	Комітет зі стійкого розвитку у складі Ради директорів на чолі з незалежним директором
Напрями реалізації КСВ	Дотримання податкового законодавства	Дотримання трудового та податкового законодавства, соціальні заходи	Відповідальне становлення до персоналу; програми щодо охорони навколошнього середовища	Інтеграція принципів КСВ до корпоративної культури; розвиток споживчої культури, благодійна діяльність	Ініціатива та підтримка соціального діалогу, активна участь у розвитку регіону
Періодичність, термін реалізації	Одноразові	Одноразові	Повторювальні	Довгострокові, плановані	Постійна участь

Найбільш спонукаючим фактором до започаткування співпраці з зацікавленими сторонами в країнах з несформованою (молодою) корпоративною культурою залишається бажання уникнути або передбачити нефінансові ризики, мінімізувати або нівелювати їх наслідки.

Серед найбільш актуальних нефінансових ризиків виділяють: соціально-трудові; екологічні, репутаційні, ризики корпоративного управління; ризики правового регулювання; ризики державного регулювання або політичні ризики (табл. 3).

З метою підвищення ефективності управління та попередження виникнення нефінансових ризиків або мінімізації їх наслідків науковці рекомендують наступні форми та інструменти взаємодії зі стейкхолдерами (табл. 4).

Яскравим прикладом дослідження нефінансового впливу бізнесу на суспільство є спільний проект Ekonomika Communication Hub та Спільноти соціально відповідального бізнесу щодо оцінки розривів в очікуваннях стейкхолдерів від бізнесу та розуміння своєї соціальної ролі компаніями [8, с. 28–33].

Проанкетовано 38 компаній – переможців рейтингу топ-100, серед яких представники металургійного комплексу, лідери енергетичного ринку, найкращі агропромислові холдинги, виробники продуктів харчування та напоїв.

У дослідженні брали участь 50 експертів, громадські активісти, експертні організації, представники центральних та місцевих органів влади, представники засобів масової інформації.

На думку суспільства, пріоритетами в умовах кризи є створення робочих місць, наповнення бюджету, вирішення екологічних проблем та впровадження інновацій.

Серед найбільш суттєвих для вітчизняного бізнесу із запропонованих 29 питань експерти відзначили такі [9]: «якість продукції, залучення до тематичних або галузевих коаліцій, корупція, відповідальний маркетинг, відповідальні закупівлі, розвиток та впровадження інновацій, умови праці, охорона праці та промислова безпека, взаємодія з закладами освіти, залучення у системні зміни».

Таблиця 3. Нефінансові ризики

Вид ризику	Прояв та наслідки
Корпоративного управління	Загроза зниження вартості компанії, падіння курсу акцій внаслідок неефективної роботи менеджменту
Соціально-трудові	Зниження ефективності бізнесу через відтік кваліфікованого персоналу, зростання соціальної напруги
Екологічні	Негативні наслідки для бізнесу через недотримання екологічного законодавства, нанесення шкоди навколошньому середовищу, створення загрози життю та здоров'ю населення
Репутаційні	Втрата довіри до компанії та її продуктів під впливом суспільної думки
Правові	Зміна законодавства щодо умов господарювання, податкових зобов'язань, ліцензування тощо
Політичні	Зміна політичного курсу, перерозподіл власності через зміну владних еліт
Корупційні	Загроза додаткових витрат, ризик втрати інвесторів
Ризик дезорієнтації менеджменту	Через багатовекторність запитів стейкхолдерів

Таблиця 4. Форми та інструменти взаємодії із зацікавленими сторонами [5, с. 19]

Форми	Інструменти
Постійне інформування	Прес-конференції, інформаційні листи, нефінансові звіти, корпоративні видання, прес-релізи
Соціальний діалог	Консультації, переговори, круглі столи
Вивчення думок та інтересів стейкхолдерів	Анкетування, опитування, інтерактивні сервіси на корпоративних сайтах, створення фокус-груп для обміну враженнями
Участь у заходах, що ініційовані стейкхолдерами	Доповіді, участь у event-заходах
Спільна соціальна діяльність	Робочі групи, програми, акції

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВІДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

При побудові «матриці суттєвих питань» серед найбільш важливих виявлені:

- для бізнесу: корупція, енергоефективність, підтримка малого бізнесу, створення робочих місць, використання земельних ресурсів, якість продукції, відповідальні закупівлі, доступність та прозорість інформації, охорона праці та промислова безпека, розвиток території присутності, взаємозв'язок зі стейкхолдерами, розвиток та впровадження інновацій;
- для зацікавлених сторін: корупція, забруднення навколошнього середовища, енергоефективність, розвиток та впровадження інновацій, якість продукції, конкуренція, підтримка малого бізнесу, підвищення ефективності, створення робочих місць, диверсифікація ринків збитку, екологічний вплив продукції, використання земельних ресурсів, доступність та прозорість інформації, умови праці, захист прав споживачів.

Доречно відзначити, що за результатами анкетування питання взаємозв'язку бізнесу зі стейкхолдерами виявилося значно суттєвішим для бізнесу, ніж для суспільства.

Серед пріоритетних напрямів, що найбільше турбує обидві сторони, є економічний та екологічний. Соціальні питання залишаються більш актуальними для бізнесу. Серед 29 запропонованих в анкетуванні до трьох найменш істотних питань для компаній та зацікавлених сторін віднесені: стратегічна благодійність, участь у роботі тематичних та галузевих коаліцій, а також відповідальний маркетинг.

У результаті дослідження виявлені значні розриви у сприйнятті ролі бізнесу в вирішенні екологічних проблем.

Думки співпадають з питань (розміщені в порядку зменшення істотності): корупції, добросовісної конкуренції, підвищення ефективності, умов праці, якості корпоративного управління, участі в роботі над системними змінами.

Висновки

Узагальнюючи, можливо зазначити, що закордонні науковці та практики розуміють КСВ як добровільні заходи бізнес-спільноти на користь громадянського суспільства.

В Україні бізнесу доречно сконцентрувати увагу на проблемі гіперболізації ефекту КСВ, поглибленні нефінансових ризиків у випадку нерозуміння потреб суспільства. КСВ в умовах кризи має перетворитися на філософію компанії, інструмент мінімізації нефінансових ризиків, а ефективність сприйматися як результат внеску у економічний розвиток, екологічний розвиток та примноження соціального капіталу відповідно до очікувань зацікавлених сторін.

Список використаних джерел

1. Bowen H. Social Responsibilities of the Businessman / H. Bowen – N.Y.: Harper & Row, 1953.
2. Carroll A. A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance / A. Carroll // Academy of Management Review. – 1979. – Vol. 4. N. 4. – P. 497–505.
3. McGuire J. Business and Society / J. McGuire – N.Y.: McGraw-Hill, 1963.
4. Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности»: [Электрон. ресурс]: Режим доступа: // http://www.iso.org/sites/iso26000launch/documents/ISO_26000_Project_overview.pdf
5. Корпоративная социальная ответственность. Новая философия бизнеса? Учеб. пособ. – М.: Внешэкономбанк, 2011. – 56 с.
6. Бойченко Е. Социальная ответственность бизнеса в современных условиях развития экономики: [Электрон. ресурс]: Режим доступа: // www.ecojuris.gisap.eu/archive/2014-10
7. Porter M., Kramer M. Strategy and Society: the Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility; Harvard Business Review, 2006.
8. Воробей В. На пороге нового общественного договора? // Топ-100. Рейтинг крупнейших компаний. – 2014. – №2. – С. 28–33.
9. Кравчук К. Оцінка нефінансового впливу: матриця істотності: аналітичний огляд вересень 2014: [Електрон. ресурс]: Режим доступу: // www.svb.org.ua

С.М. ШУЛЯРЕНКО,

к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту,

Київська державна академія водного транспорту ім. гетьмана Петра Конєвича—Сагайдачного

Застосування методології стратегічного управлінського обліку в системі контролінгу підприємств

Проаналізовано підходи до визначення інформаційного забезпечення стратегічного контролінгу. Подано сутність стратегічного управлінського обліку, його завдання, предмет, об'єкти, функції, принципи організації, методи обробки та представлення стратегічної інформації, склад первинних документів, регистрів та стратегічної звітності.

Ключові слова: інформаційне забезпечення, стратегічний контролінг, стратегічний управлінський облік.

С.Н. ШУЛЯРЕНКО,

к.э.н., доцент кафедры учета и аудита,

Киевская государственная академия водного транспорта им. гетмана Петра Конєвича—Сагайдачного

Применение методологии стратегического управленческого учета в системе контроллинга предприятий

Проанализированы подходы к определению информационного обеспечения стратегического контроллинга. Представлена суть стратегического управленческого учета, его задачи, предмет, объекты, функции, принципы организации, методы обработки и подачи стратегической информации, состав первичных документов, регистров и стратегической отчетности.

Ключевые слова: информационное обеспечение, стратегический контроллинг, стратегический управленческий учет.