

мування його позитивного іміджу, захисту від негативного інформаційного впливу та дезінформації певних суб'єктів щодо їх недобросовісної та протиправної поведінки стосовно суб'єкта господарювання. Основними видами таких операцій можуть бути пропаганда (контрпропаганда), дезінформація та поширення чуток [8, с. 42].

Звичайно, що в наш час усі запропоновані заходи можуть сприйматись як теоретичні побажання. Так досвід діяльності банків вказує на незначну частку такої роботи щодо їх убезпечення. Водночас очевидно, що інформаційні технології мають істотні перспективи в розвитку не тільки заходів безпеки, а і взагалі підприємницької діяльності. Тому зазначені пропозиції сукупно з іншими порадами можуть мати істотне значення у підприємницькій діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання, зокрема банків.

Висновки. Інформаційне забезпечення комерційної діяльності банків має виступати як один із видів діяльності (інформаційна діяльність) кожного суб'єкта підприємництва. Відповідно до чинного законодавства, інформаційна діяльність передбачає отримання, виготовлення та використання інформації. Тобто в банку змістом інформаційного забезпечення буде отримання (збір) інформації, її виготовлення власними силами у вигляді відповідних технологій проведення операцій, нормативних документів, планів та використання всього обсягу інформації у відповідних бізнес-рішеннях.

Література

1. Закон України "Про банки і банківську діяльність" від 20.03.1991 р., № 872-ХІІ. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/872-12>.
2. Постанова Кабінету Міністрів України "Про перелік відомостей, що не становлять комерційної таємниці" від 09.08.93 р., № 611. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://ri-lad.com.ua/zakony/22-postanova-n-611-vd-9-serpnja-1993-r-pro-perelk-vdomostej-wo-ne-stanovljat-komercijno-tamnic>.
3. Енциклопедія банківської справи України / редкол.: В.С. Стельмах (голова) та ін. – К.: Вид-во "Молодь", 2001. – 680 с.
4. Марушак А.І. Правові основи захисту інформації з обмеженим доступом: курс лекцій / А.І. Марушак. – К.: Вид-во КНТ, 2007. – 208 с.
5. Экономическая безопасность: Производство – финансы – банки / под ред. В.К. Сенчагова. – М.: Изд-во "Финстатинформ", 2005. – 616 с.
6. Зубок М.І. Безпека банківської діяльності: навч. посібн. / М.І. Зубок. – К.: Вид-во КНЕУ, 2002. – 190 с.
7. Криклій А.С. Капіталізація банківської системи України в умовах глобалізації: проблеми та перспективи / А.С. Криклій // Економіка та держава: наук.-практ. журнал. – 2006. – № 5. – С. 32.
8. Букин С. Безопасность банка / С. Букин // Банковские технологии. – 2003. – № 9. [Электронный ресурс]. – Доступный з <http://www.bizcom.ru/security/2003-09/01.html>.
9. Барановський О.І. Фінансова безпека: монографія / О.І. Барановський / Ін-т економічного прогнозування. – К.: Вид-во "Фенікс", 1999. – 338 с.
10. Захаров О.І. Організація та управління економічною безпекою суб'єктів господарської діяльності: навч. посібн. / О.І. Захаров, П.Я. Пригунов. – К.: Вид-во КНТ, 2008. – 257 с.

Васильчак С.В., Винтоняк М.Ф. Информационное обеспечение коммерческой деятельности банков как элемент экономической безопасности

Проанализированы теоретические исследования проблем экономической безопасности государства, региона и банков и глубокого анализа негативов, которые являются факторами опасности для банковской деятельности в экономической сфере, обоснован комплексный подход к обеспечению безопасности банковской деятель-

ности, как модель последовательных действий с момента определения ее сущности и видов момента разработки комплекса мер по обеспечению финансово-экономической безопасности.

Ключевые слова: информация, коммерческая деятельность, банк, финансово-экономическая безопасность, информационное обеспечение, аналитическая работа.

Vasylychak S.V., Vintonyak M.F. Information support commercial activities as economic security

The article examines the theoretical examination of the problems of economic security, and regional banks and deep analysis of negatives that are factors of risk for the banking activities in the economic sphere, reasonably comprehensive approach to ensure the safety of banking, as a model of sequential action after determining its nature and species to since the development of measures to ensure financial and economic security.

Keywords: information, commercial activity, bank, finansovo-ekonomichna safety, informative providing, analytical work.

УДК 005.35:330.44-027.543

Викл. І.О. Ворончак –
Дрогобицький ДПУ ім. Івана Франка

ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ: АНАЛІЗ СВІТОВОГО ДОСВІДУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Досліджено особливості національних моделей соціальної відповідальності бізнесу. Проаналізовано процес становлення соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Запропоновано заходи з підвищення соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, національна модель, стейкхолдери.

Постановка проблеми. Поширення ідей соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) є однією з важливих тенденцій розвитку підприємницької діяльності в умовах глобалізації. Позитивний досвід участі бізнесу розвинених країн у вирішенні суспільних проблем є прикладом для провідних вітчизняних компаній. Але практичну реалізацію СВБ не можна здійснювати механічним перенесенням зарубіжного досвіду в українські реалії. Теоретичні напрацювання у сфері СВБ, які ґрунтуються на практиці ведення бізнесу у країнах Північної Америки та Західної Європи, враховують історію, менталітет, традиції, політику урядів цих країн. У різних державах сформувалися специфічні моделі взаємодії бізнесу з персоналом, місцевими громадами, урядом та іншими стейкхолдерами (зацікавленими сторонами) – особами, що впливають на діяльність підприємства чи зазнають його впливу. Сучасними тенденціями розвитку СВБ є, з одного боку, уніфікація та стандартизація, що активно підтримується міжнародними організаціями, з іншого – активне формування національних моделей СВБ як результат прагнення бізнесу до ефективного використання потенціалу СВБ у місцевих умовах.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Теоретичні основи концепції СВБ сформульовано у працях Г. Боуена, П. Друкера, Р. Фрімена, Г. Саймона, В. Томпсона, М. Мескона, А. Керолла та ін. Дослідженням СВБ в Україні присвячені роботи Н. Водницької, Л. Грициної, О. Степанової.

Проблеми становлення національної моделі СВБ аналізують В. Бурега [1], М. Бутко, М. Мурашко [2]. Водночас фактори, етапи та проблеми формування моделі СВБ в Україні залишаються малодослідженими.

Мета дослідження – з'ясування особливостей СВБ країн, що є лідерами руху за етичність та відповідальність бізнесу та визначення напрямів розроблення моделі СВБ, яка відповідає б потребам українського суспільства, реаліям сучасного етапу розвитку ринкових відносин, використовувала кращий світовий досвід.

Виклад основного матеріалу. СВБ у кожній країні має певну специфіку, але визначення спільних рис національних моделей дає змогу виділити американську та європейську моделі, що відповідає уявленням про англосаксонську та рейнську моделі капіталізму. Також можна погодитися з дослідниками, які виділяють британську модель СВБ як відмінну від континентальної. Крім того, попри зусилля інституцій ЄС, існують значні відмінності в соціальних відносинах між країнами ЄС, зокрема північної та південної Європи. Цікавим є досвід країн Східної Азії (передусім – Японії) у формуванні специфічних моделей відносин бізнесу і суспільства. Корисним буде і вивчення соціально відповідальної практики в Росії, як піонера у впровадженні концепції СВБ на пострадянському просторі та близької за соціокультурними ознаками до України.

Тривалий час СВБ вважалася виключно американським явищем. Американська модель СВБ відома своїми традиціями (філантропія була поширена серед підприємців у США ще в ХІХ ст.), ініціюється самими компаніями і передбачає максимальну самостійність бізнесу у визначенні свого внеску у суспільний добробут. У США існують численні механізми участі бізнесу в підтримці суспільства, значна кількість корпоративних фондів, спрямованих на вирішення соціальних проблем (у сфері освіти, охорони здоров'я, підтримки малозабезпечених) за рахунок бізнесу. Відповідальна поведінка корпорацій заохочується податковими пільгами та системою публічних рейтингів компаній за рівнем соціальної та екологічної відповідальності. Основні характеристики американської моделі СВБ: сфокусованість на вирішенні конкретних проблем, орієнтація на філантропію, "ділова орієнтація" (зміцнення іміджу, підвищення лояльності співробітників та споживачів), орієнтація на місцеву громаду, партнерські відносини з некомерційними організаціями, лідерами місцевих громад, "економічність" (вимірюваність віддачі від соціальних інвестицій за рахунок контролю за діяльністю організацій, що одержують допомогу), комплексність, орієнтація на волонтерство [6, с.134-136].

Американська модель СВБ є найпоширенішою. Її відносно легко впроваджується в практику бізнесу, позитивно сприймають населення, громадські організації та персонал, оскільки дає змогу представити підприємство як відповідального громадянина міста чи регіону. З точки зору потенційних інвесторів, благодійна діяльність компанії характеризує її як соціально стійку і отже, більш привабливу для капіталовкладень.

Відповідно до європейської моделі, СВБ пов'язана з досягненням компанією бізнес-цілей та зосереджена на веденні основної діяльності у соціально відповідальний спосіб. Найпопулярнішими об'єктами соціальних інвести-

цій є розвиток персоналу компанії, муніципальних утворень, науки, освіти і технологій, природоохоронна діяльність. Виконання підприємницькими структурами принципів СВБ та ділової етики жорстко контролюють держава та громадськість, масштаби благодійності значно вужчі, ніж в США через вищий рівень оподаткування, меншу кількість податкових пільг та інших непрямих регуляторів. Отже, відповідно до європейської моделі, СВБ є невід'ємною частиною процесу створення доданої вартості, що підвищує конкурентоспроможність бізнесу та максимізує вигоди для суспільства [5, с. 6-9].

Але говорити про загальноєвропейську модель СВБ не зовсім вірно, оскільки в різних країнах існують власні пріоритети та системи цінностей, які визначають, як саме працює бізнес. Так, історія розвитку СВБ у Франції свідчить, що в цьому процесі виявляються як загальні закономірності, властиві СВБ, так і специфічні риси, обумовлені своєрідністю французької системи соціальних відносин. Франція однією з перших у Західній Європі узаконила практику СВБ, прийнявши у 2001 р. закон "Про нові напрямки в економічному регулюванні". Можна констатувати такі характерні риси СВБ у Франції: історичні традиції дирижизму та конфронтаційних відносин між найманою працею і капіталом, розвинуте соціальне та екологічне законодавство.

Німецька модель СВБ сформована в умовах соціального ринкового господарства, основою якого є традиційні ідеї соціал-демократії, християнського соціального вчення, теорії держави добробуту. На соціальну політику держави більше, ніж в інших європейських країнах, впливають нормативні акти ЄС. Характерною рисою німецької моделі соціального менеджменту є найширша практична реалізація принципу виробничої демократії (участь найманих працівників в управлінні підприємства, їх залучення до розподілу прибутку тощо). Німецькі підприємства виділяють значні кошти для створення власних комплексів соціальної сфери: баз відпочинку, лікарень і поліклінік, спортивних споруд, дитячих садків і т.ін. Особливістю німецької благодійної діяльності є те, що вона не обмежується фінансовими жертвами, значне місце в ній відводиться особистій участі у громадських заходах, догляді за хворими та інвалідами і т.ін. [6, с.167-168].

СВБ у Великобританії істотно відрізняється від європейської і поєднує в собі елементи американської та континентальної моделей. Для британської моделі СВБ характерні такі ознаки:

- розвиток незалежного консалтингу у сфері СВБ;
- увага фінансового сектору до проектів у галузі СВБ;
- підвищений інтерес ЗМІ до діяльності у сфері СВБ;
- значна кількість навчальних курсів з СВБ у системі бізнес-освіти;
- партнерство уряду з приватними підприємствами у сфері СВБ через спільне фінансування проектів, податкові пільги, розробку національних стандартів СВБ [3].

СВБ в Японії обумовлена культурними традиціями країни. Управління бізнесом тут орієнтоване не лише на отримання прибутку; воно базується на специфічному сприйнятті буття, суспільства і навколишнього світу, усвідомленні своєї відповідальності перед суспільством і прагненні до прогресу цивілізації загалом. Особливості розуміння СВБ в Японії виявляються в спе-

цифічних інститутах "довічного найму", "принципі старшинства" при оплаті праці і просуванні по службі, прийнятті рішень. Ці механізми не закріплені законодавчо, але практично є соціальним імперативом і широко реалізуються в усіх великих компаніях [8, с. 83-92]. Для японської СВБ характерними рисами є: найбільший розвиток у сфері навколишнього середовища та трудових відносин; значна роль уряду, профспілок, представників науки та громадськості у розробленні соціальних стандартів; сприйняття підприємства як людської спільноти, єдиної "виробничої сім'ї"; гарантії зайнятості, що забезпечують стабільність трудових ресурсів; атмосфера участі та загальної відповідальності, що поліпшують взаємодію і підвищують продуктивність.

У Росії вимога "соціальної відповідальності" була достатньо жорстко сформульована державою. Представники великого бізнесу розглядають її як стратегію адаптації до сучасної політичної ситуації в Росії [4, с. 34]. Найбільші російські компанії витрачають на соціальні цілі до 17 % прибутку [3]. Російська специфіка ускладнює реалізацію принципів СВБ: негативно позначається спадщина минулого, існує конфлікт інтересів стейкхолдерів, підприємства відчувають нестачу фінансових ресурсів. Разом з тим, великий російський бізнес – рушій позитивних змін в економіці та соціальній сфері РФ, істотно впливає на соціально-економічний розвиток регіонів через створення сприятливого ділового клімату та підтримку гідних умов праці персоналу. Поширеними проявами соціальної відповідальності у Росії є благодійність, меценатство і спонсорство [7, с. 215-221].

Узагальнимо основні чинники формування національних моделей СВБ (див. табл. 1). Умови формування моделей СВБ визначають переважні напрямки соціально відповідальної діяльності у різних країнах (табл. 2). Національна модель СВБ в Україні перебуває на етапі формування. В умовах критичного рівня тінізації економіки, економії на оплаті праці, нестабільного та недосконалого законодавства, говорити про системність СВБ, а отже, і про сформованість ознак української моделі СВБ надто рано.

Табл. 1. Фактори формування національних моделей СВБ

Фактори формування моделей	Національні моделі СВБ				
	США	Європа	Великобританія	Японія	Росія
Релігійно-філософські основи господарського життя	протестантська етика	соціальна доктрина католиків (південна Європа) чи протестантів (північна Європа)	специфічний вплив англіканства та пуританської етики	поєднання етичних та світоглядних принципів буддизму, синтоїзму, конфуціанства	багатоконфесійність з домінуванням православної культури
Переважаючі суспільні цінності та культурні особливості	індивідуалізм, наполеглива праця, лідерство, конкуренція, процвітання, громадянська активність	прагматизм, пріоритет особистих і сімейних інтересів, добробут, солідарність (відзначаються для різних країн)	економічна раціональність, індивідуалізм, традиціоналізм	колективізм, ввічливість, патерналізм, скромність, повага до традицій, взаємодопомога	колективізм, соціальна справедливність, персоніфікація влади, економічна ірраціональність, правовий нігілізм

Ініціатори СВБ	компанії	держава та інститути громадянського суспільства	компанії та громадськість	ініціативи компаній детермінуються традиціями	органи влади, представництва ТНК, сировинні компанії
Роль держави в СВБ	мінімальне державне регулювання, податкові пільги та заліки	регулювання за допомогою норм, стандартів і законів відповідних держав	активна підтримка бізнесу з боку держави	провідна роль в розробці соціальних та екологічних стандартів	держава як "замовник" СВБ
Сприйняття бізнесу в суспільстві	відсутність традицій конфронтації та конфліктів між працею та капіталом, нечисленність і конформізм профспілок	пошук соціального компромісу між працею та найманим капіталом	усвідомлення економічної, соціальної та екологічної ролі компанії, традиції профспілкової діяльності	сприйняття підприємства як "великої сім'ї", визнання соціальної ролі бізнесу	недовіра до представників бізнесу, протиставлення інтересів бізнесу і суспільства
Основні зацікавлені сторони	акціонери, споживачі, місцеві громади, мало-забезпечені верстви населення, ЗМІ	споживачі, персонал, держава, громадські організації	споживачі, партнери, профспілки, ЗМІ	працівники підприємства, споживачі, держава	органи загальнодержавної та місцевої влади, профспілки

Епізодичні соціальні ініціативи представників бізнесу є елементом PR, часто зорієнтовані на проведення виборів. Слабкість громадянського суспільства також не сприяє актуалізації та інституалізації СВБ. Водночас спостерігається поступове поширення ідей СВБ в Україні. Лідерами цього процесу є українські представництва ТНК та великі вітчизняні підприємства, які активно працюють на зовнішньому ринку.

Табл. 2. Пріоритетні напрямки соціально відповідальної діяльності у різних країнах

Напрямки СВБ	Національні моделі СВБ				
	США	Європа	Великобританія	Японія	Росія
Персонал компанії	дотримання прав персоналу, соціальний пакет (соціальне страхування), визначений індивідуально	виробнича демократія, розвиток людських ресурсів, безстрокові колективні договори; розвиток соціальної інфраструктури (Німеччина)	колективні договори на національному рівні з фіксованим періодом дії та неформальні угоди профспілок та асоціацій підприємців	гарантії зайнятості, допомога на придбання житла, при народженні та на навчання дітей, корпоративні пенсії, децентралізація колективних переговорів	економія на заробітній платі, значна її диференціація, утримання об'єктів соціальної інфраструктури; збереження традицій радянських профспілок
Екологічні проблеми	екологічність споживчої продукції, енергозбереження, утилізація відходів	зміни клімату, зменшення рівня забруднення середовища, впровадження екологічно-чистих технологій	ефективне використання енергії, повторна переробка відходів	збереження природних ландшафтів, комплексне управління охороною навколишнього середовища	збалансоване використання природних ресурсів

Взаємодія з місцевими громадами, благодійність	стратегічна філантропія, волонтерство, соціальний маркетинг, програми вирішення місцевих проблем, фінансування культури, освіти, медицини	обов'язковість благодійної діяльності (Німеччина, Італія) чи її стимулювання через податкові пільги; громадський контроль діяльності компанії	високий рівень ініціативності підприємств через створення партнерських інститутів та підвищений інтерес ЗМІ	благодійність та волонтерство як вираз традицій взаємодопомоги і колективізму	відновлення традицій благодійності, підтримання інфраструктури місто-утворюючими підприємствами
Корпоративне управління та звітність	розвинена бізнес-етика, стандарти корпоративного управління, найжорсткіші норми розкриття інформації	обов'язкове або добровільне звітування, значне поширення міжнародних стандартів звітності	інтеграція СВБ у систему бізнес освіти; звітування у сфері екології соціальної діяльності і корпоративного управління	спільність цінностей та цілей корпорації і працівників; активний розвиток нефінансової звітності	поступове впровадження західних моделей управління та звітності з СВБ

Періодизація СВБ в Україні в контексті викладеного вище є певною мірою умовною, у той же час, вона не повинна обмежуватися 1990-2000 рр. Загалом, можна виділити наступні етапи:

- 1) до 1918 р. (у західній Україні до 1939 р.) – "капіталістична благодійність". Традиції взаємодопомоги існували в українському суспільстві здавна та підтримувалися церквою. Із середини XIX ст. в підприємницькому середовищі склалися певні психологічні стереотипи стосовно подяк жертв на суспільні потреби. Участь у добродійній діяльності підприємців перетворилася на престижну форму соціальної поведінки.
 - 2) 1918-1991 рр. – соціальна політика підприємств за радянської влади. З розвитком матеріальної бази соціалізму поширилася практика створення підприємствами власної соціальної інфраструктури, шефства над закладами культури, освіти, громадськими організаціями, що стало важливим інструментом задоволення соціальних потреб громадян.
 - 3) 1991-1996 рр. – скорочення соціальної інфраструктури в умовах економічних перетворень та системної кризи. Відбулося зменшення кількості соціальних об'єктів на балансі підприємств, їх перепрофілювання, перепродаж, передача місцевим органам влади. Складна економічна ситуація зумовила зростання потреб суспільства у благодійній діяльності.
 - 4) 1996-2001 рр. – відновлення соціальної діяльності бізнесу як результат економічної стабілізації. В умовах сповільнення економічного спаду відбулася стабілізація соціальної інфраструктури. Набула поширення філантропія, з'явилися перші наукові дослідження СВБ та публікації в ЗМІ.
 - 5) 2001-2008 рр. – становлення сучасних форм СВБ. Збільшення фінансових ресурсів підприємств стимулювало пошук нових шляхів мотивації персоналу та впливу на середовище діяльності підприємства. Розпочалося впровадження міжнародних стандартів оцінки соціальних та екологічних аспектів бізнесу.
 - 6) з 2009 р. – оптимізація соціальних витрат чи часткова відмова від реалізації соціальних програм як результат фінансово-економічної кризи.
- Серед істотних ознак СВБ в Україні потрібно виділити такі:

1. Українська етика, зокрема і професійна, базується на християнській моралі; зростання релігійності на сучасному етапі трансформації українського суспільства є реакцією на духовний вакуум, що виник після краху радянської ідеології [1, с. 47].
2. Спадок радянської доби змушує частину підприємств утримувати об'єкти соціальної інфраструктури.
3. Переважає "патерналістський" підхід до СВБ, цілі та використовуваний інструментарій не узгоджується з самими реципієнтами СВБ.
4. Ключовими зацікавленими сторонами для вітчизняного бізнесу є акціонери, працівники підприємства, влада (закордоном – споживачі).
5. СВБ сприймається як реакція на запит влади, зводиться до примусової участі в реалізації соціальних програм, що є потенційним джерелом корупції.
6. СВБ сприймається виключно як діяльність великих компаній, майже не йде мова про соціальну відповідальність малого та середнього бізнесу.
7. Реалізується компаніями, які працюють у галузях із жорсткою конкуренцією (нафтохімія, телекомунікації, роздрібна торгівля та ін.).

Визначені особливості значною мірою зумовлюються проблемами у розвитку вітчизняної СВБ, серед яких ключовими є:

- недостатня зацікавленість самих громадян у СВБ, що пояснюється недовірою до бізнесу, переконанням у неможливості альтруїзму його представників; заходи з СВБ сприймаються як рекламний трюк. Громадяни не виявляють ініціативи навіть щодо захисту своїх законних прав та інтересів;
- небажання керівників підприємств дотримуватись принципів СВБ, сприйняття ними СВБ як штучної та неактуальної в умовах України концепції, нездатність оцінити стратегічні переваги відповідальної поведінки;
- відсутність системи інформування суспільства про соціальні і благодійні проекти, ініціаторів та результати соціальних програм бізнесу як наслідок несформованості громадянського суспільства, інститути якого просували б ідеї СВБ;
- непослідовність дій держави щодо підтримки організацій, які прагнуть бути соціально відповідальними.

Усунення зазначених недоліків потребує спільних зусиль бізнесу, держави та громадськості:

1. Зростаюча роль громадських організацій має виявлятися у розробленні механізмів суспільного заохочення практики СВБ через проведення конкурсів та рейтингів; просвітницької роботи в середовищі бізнесу; незалежного та об'єктивного висвітлення кращих зразків СВБ у ЗМІ.
2. Бізнесу потрібно усвідомити, що соціально значуща діяльність є необхідною умовою господарювання, оскільки зміцнює конкурентоспроможність та покращує репутацію підприємства. Необхідною є заміна одноразових благодійних акцій на корпоративну соціальну політику, стратегію та план соціальних проектів. Потребує вдосконалення система соціального та екологічного звітування, яка в сучасних умовах не дає змоги оцінити ефективність СВБ, ступінь інтеграції принципів СВБ у діяльність підприємства.
3. Роль держави має виявитися насамперед у забезпеченні прозорого поля діяльності бізнесу як неодмінної умови СВБ. Доцільним є використання

зарубіжного досвіду надання пільг і преференцій (податкові пільги, державні гарантії позик, використання соціальних критеріїв під час проведення тендерів).

- Провідна роль у поширенні ідей СВБ має належати науковому співтовариству, зокрема щодо розроблення критеріїв оцінювання, механізмів управління СВБ, а головне, підготовки майбутнього покоління лідерів бізнесу через систему вищої освіти на принципах СВБ (впровадження навчальних курсів, видання літератури з проблем СВБ, проведення наукових семінарів, конференцій).

Висновки. Деякі автори [2, с. 82-83] роблять висновок, що за інструментами регулювання, практикою формування і розвитку український варіант СВБ є симбіозом елементів британської та континентальної моделей. На нашу думку, українська модель СВБ закономірно еволюціонуватиме в бік європейських зразків (зокрема Німеччини), хоча найближчим буде російський варіант СВБ, який також ще не сформувався остаточно. Роль української держави в заохоченні відповідальної практики бізнесу, безсумнівно, залишатиметься значною. Але інструментарій мотивації підприємств до СВБ має змінитися з неофіційного тиску на бізнес для виділення коштів без можливості суспільного контролю за їх витрачанням до розробки концепції розвитку СВБ в Україні, яка б включала механізми її інституалізації, національні орієнтири на середньо- та довготермінову перспективу, дієві стимули до соціальних інвестицій. Варто зазначити, що українське суспільство ще не готове до сприйняття концепції соціальної відповідальності кожного (громадянина, органів влади, підприємницьких структур). Лише консолідація зусиль та відкритий діалог влади, наукових, підприємницьких кіл, інститутів громадянського суспільства з метою комплексного вирішення методологічних, стратегічних і тактичних проблем формування національної системи СВБ дасть змогу як підвищити конкурентоспроможність вітчизняного бізнесу, так і внести нашої державі свій вклад у вирішення глобальних проблем сучасності.

Література

- Бурега В. Социально-адекватное управление: концептуализация модели : монография / В. Бурега. – Донецк : Вид-во ДонГУУ, 2005. – 171 с.
- Бутко М. Генезис соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в Україні / М. Бутко, М. Мурашко // Економіка України : політико-економічний журнал. – 2009. – № 7(572). – С. 82-83.
- Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год / под общ. ред. С. Е. Литовченко. – М. : Ассоциация менеджеров, 2004. – 124 с.
- Зудин А. Взаимоотношение крупного бизнеса и власти при В. Путине и их влияние на ситуацию в российских регионах / А. Зудин // Региональная элита в современной России. – М., 2004. – С. 34-37.
- Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження. [Електронний ресурс]. – Доступний за http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf
- Социальный аудит : учебн. пособ. / под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. А.А. Шулуца, д-ра экон. наук, проф. Ю.Н. Полова. – М. : Изд. дом "АТИСО", 2008. – 620 с.
- Тихомиров И.В. Социальная ответственность бизнеса. Ломоносовские чтения 2004 г. / И.В. Тихомиров // Россия и социальные изменения в современном мире : сб. статей аспирантов. – 2004. – Т. № 3. – С. 215-221.
- Шевчук А.В. Социальная роль бизнеса в моделях корпоративного управления / А.В. Шевчук // Труд и социальные отношения : журнал. – 2006. – № 1. – С. 83-92.

Ворончак И.О. Формирование национальной модели социальной ответственности бизнеса: анализ мирового опыта и перспективы для Украины

Исследованы особенности национальных моделей социальной ответственности бизнеса. Проанализирован процесс становления социальной ответственности бизнеса в Украине. Предложены меры по повышению социальной ответственности отечественного бизнеса.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, национальная модель, стейкхолдеры.

Voronchak I.O. Formation of a national model of social business responsibility: analysis of the world experience and prospects for Ukraine

The features of national models of corporate social responsibility were investigated. The process of formation of social responsibility in Ukraine is analyzed. Some measures to improve the social responsibility of local business are proposed.

Keywords: corporate social responsibility, national model, stakeholders.

УДК 334.722.8:658.147

Здобувач І.В. Гомонай¹;
доц. Г.Г. Чмерук², канд. екон. наук

ПАРАДИГМА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ ГРОШОВОЇ ПРОПОЗИЦІЇ В ПЕРЕХІДНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Окреслено теоретико-методологічні підходи до державного регулювання грошової пропозиції за умов ринкової трансформації економіки України. Виявлено тенденції розвитку методів державного регулювання грошової пропозиції в перехідній економіці. Обґрунтовано методику оцінювання результативності державного регулювання грошової пропозиції.

Ключові слова: грошовий ринок, результативність регулювання грошової пропозиції, ефективність грошово-кредитної політики.

Вступ. Регулювання грошової пропозиції в арсеналі державної економічної політики на сучасному етапі набуває нового змісту і спроможне утвердити тенденції економічного зростання, стабільності цін, скорочення безробіття та прискорити інтеграцію України у світову економіку.

Можливості регулятивного впливу грошової пропозиції на економічну активність зумовлені характером функціонування економічних систем і змістом грошово-кредитної політики. Динаміка трансформаційних процесів потребує їх своєчасного теоретичного осмислення та науково-методологічного обґрунтування в контексті сучасних монетарних концепцій та їх практичної реалізації. Регулятивний вплив зміни грошової пропозиції поступово наближається до параметрів, властивих ринковим економікам.

Проблематику державного регулювання грошової пропозиції започаткували у своїх роботах Дж.М. Кейнс, М. Фрідмен, М. Туган-Барановський, І. Фішер, Ф. Хайєк, С. Харрис, Дж. Хікс, Дж. Долан, Р. Давідсон, К. Макконел, Д. Сакс, Т. Саргент, Р. Лукас, Л. Лоуренс, С. Мишкін та ін. Досліджено різні аспекти монетарної теорії та державного регулювання грошової

¹ Львівська КА;

² Університет банківської справи Національного банку України, м. Київ