

го персонала, так и для структурных подразделений в целом. Может быть применен для формирования, как системы, так и механизма эффективного креативного управления предприятиями промышленности, при этом, учитывая, что для рассматриваемой теории это новое направление и его непосредственное применение требует дальнейших научно-практических и прикладных разработок.

В.М. Ращупкіна, Ю.З. Драчук. Методологія багаторівневої системи оплати праці на основі оцінки ефективності виконання компетенцій. – Стаття.

Анотація. У статті узагальнено методологію опису креативної моделі управління, запропоновано авторський методологічний підхід до моделювання оцінки управлінської професійної ефективності на основі класифікації індикаторів компетенцій.

Ключові слова: модель управління, управлінська професійна ефективність, паспорт професії, індикатори компетенцій, методологія, принципи, етапи, ієрархічна структура.

Valentyna N. Rashchupkina, Yu.Z. Drachuk. Methodology of Multilevel System of Remuneration Based on the Evaluation of the Effectiveness of the Competencies. – Article.

Summary. The paper summarizes the methodology of describing the creative management model proposed by the author's methodological approach to modeling evaluation of the effectiveness of management of professional competence based on the classification of indicators.

Key words: management model, professional management efficiency, trade certificate, indicators of competencies, methodologies, principles, stages, hierarchical structure.

УДК 338.22:346.2

С.О. Рибак,

кандидат економічних наук, доцент, докторант,
Науково-дослідний фінансовий інститут
Державної навчально-наукової установи
«Академія фінансового управління»
м. Київ, Україна

ФІНАНСОВО-ПРАВОВІ МЕХАНІЗМИ ІНСТИТУЦІАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Анотація. Стаття присвячена аналізу особливостей участі бізнесових структур у фінансуванні та управлінні соціальною сферою. Запропоновано фінансово-правові механізми запровадження стандартів соціальної відповідальності бізнесу.

Ключові слова: соціальна відповідальність, державно-приватне партнерство.

За ознакою відношення до соціальної відповідальності можна виокремити такі види корпорацій:

- соціально-обструкціоністські – корпорації, власні інтереси яких є домінуючими в розвитку бізнесу;
- соціально-слухняні – корпорації, які виконують мінімум соціальних зобов'язань перед суспільством (перелік зобов'язань обмежується переважно тими, що визначаються державою: охорона земель, охорона вод і лісів, відтворення водних ресурсів і лісів, безпека виробництва та праці, пожежна, екологічна, санітарно-гігієнічна безпека, якість і безпека продукції, послуг та ін.);
- соціально-доброзичливі – корпорації, які виконують визначені законом норми поведінки по відношенню до суспільства і до оточуючого середовища та беруть на себе добровільні незначні соціальні зобов'язання;

- соціально-конструктивні – корпорації, що здійснюють визначений конструктивний внесок у суспільство, здебільшого така діяльність проявляється в проведенні благодійних акцій для конкретно визначених організацій та району (міста) в цілому, реалізації соціальних інвестицій, проведенні соціальних акцій [1, с. 41].

З урахуванням сучасних тенденцій і особливостей корпоративного управління в Україні, можна визначити основні елементи національної моделі соціально відповідального бізнесу, а також визначити об'єкти, способи реалізації та очікувані результати від соціальної відповідальності вітчизняних корпорацій (табл. 1).

Аналіз ситуації щодо соціальної відповідальності вітчизняних корпорацій свідчить про те, що функціонування цього інституту пов'язано з цілим рядом проблем, а заяви окремих представників української бізнес-еліти страждають зайвим оптимізмом щодо достатності вітчизняного рівня СВБ. Розповсюдженою практикою сьогодні є декларування корпораціями власної соціальної відповідальності перед суспільством з одночасним порушенням норм чинного законодавства про працю, безпеку продукції, охорону навколишнього середовища, антимонопольного законодавства тощо.

Таблиця 1

Соціальна відповідальність корпорацій та способи її реалізації в Україні

Об'єкт	Напрямок	Спосіб	Ефективність
Персонал	Умови праці, зокрема, умови праці жінок. Ставлення до працівників. Безпека робочих місць (понад юридично затвержені норми)	Корпоративні пенсійні фонди. Медичне страхування. Додатковий соціальний пакет. Конкурентоспроможна заробітна плата. Система компенсацій та відшкодувань.	Збереження кадрового потенціалу.
Зацікавлені особи	Безпечність продукції. Взаємовідносини з постачальниками, споживачами, банками та ін.	Міжнародні стандарти якості. Налагоджена робота зі скаргами.	Репутація. Лояльність
Суспільство	Створення нових робочих місць. Виконання податкових зобов'язань.	Благодійництво. Меценатство. Соціальні акції.	Репутація.
Екологія	Екологічна безпечність. Збереження енергетичних, мінеральних та інших природних ресурсів. Зменшення промислових викидів. Утилізація відходів та сміття. Рекультивация земель.	Система екологічного менеджменту за стандартом ISO 14000. Енергозберігаючі та екологічно безпечні технології. Сертифіковані лабораторії для моніторингу природного навколишнього середовища.	Зниження витрат корпорації

(Джерело: складено автором за [2])

Одним із найбільш ефективних фінансово-правових механізмів запровадження стандартів соціальної відповідальності бізнесу у вітчизняних умовах виступає державно (публічно) - приватне партнерство (ДПП). Як синоніми використовуються різні варіанти терміну ДПП: приватно-державне партнерство, партнерство держави й приватного сектору, муніципально-приватне партнерство, приватно-суспільне партнерство, приватно-державна кооперація, суспільно-приватне партнерство, публічно-приватне партнерство [3]. При цьому у світовій практиці загальнозживаним є останній термін, оскільки вважається, що державно-приватне партнерство охоплює співробітництво приватних і власне державних інституцій, виключаючи рівень місцевого самоврядування (водночас Закон України «Про державно-приватне партнерство» [4] в якості основного запровадив найменш поширене визначення).

Механізми ДПП використовуються у світовій практиці для реалізації проектів із залученням приватних компаній з метою довготермінового фінансування та управління у сфері соціальної інфраструктури, соціальних і муніципальних послуг, що можуть охоплювати: транспорт – будівництво, експлуата-

цію, обслуговування, впровадження систем управління рухом та ін. проекти у різних транспортних галузях, включно з міським транспортом; житлово-комунальне господарство – обслуговування населення, експлуатацію комунальних мереж (водопровід, каналізація), прибирання вулиць, вивезення та утилізацію сміття; екологію – створення, обслуговування та розвиток міських і заміських парків з правом експлуатації природних ресурсів та отримання доходів від організації екологічного туризму; нерухомість – будівництво та експлуатацію громадських будівель і муніципального житла в обмін на право забудови і участь у комерційних проєктах; громадський порядок і безпеку – забезпечення порядку на транспорті та в громадських місцях, що обслуговуються приватними компаніями, організацію й обслуговування стоянок для автомобілів; телекомунікації – створення телекомунікаційної інфраструктури і надання послуг споживачам; фінансовий сектор – залучення приватних страхових і управлінських компаній до сфери обов'язкового соціального страхування та державного пенсійного забезпечення; освіту – будівництво і опорядження шкіл та ін. закладів приватними компаніями, що отримують право забудови й розвитку прилеглої території.

Формування фінансово-правових механізмів запровадження стандартів соціальної відповідальності бізнесу в Україні повинно передбачати заходи у напрямі удосконалення процедури державного замовлення, зокрема, через:

- запровадження критерію соціальної відповідальності у процедуру відбору виконавців державного замовлення;

- включення до умов тендерів положення щодо надання переваги соціально відповідальним компаніям, створення електронного банку соціальних звітів компаній з розміщенням його на веб-сайті центрального органу державної виконавчої влади, уповноваженого з питань державної політики у сфері державних закупівель, державного замовлення;

- створення публічного реєстру соціально відповідальних компаній, які – за інших рівних конкурентних умов – можуть мати перевагу при визначенні переможця торгів і одержанні державного контракту. При цьому, реєстр повинен регулярно переглядатися.

Дієві фінансово-правові механізми запровадження стандартів соціальної відповідальності бізнесу передбачають посилення податкових стимулів соціальної відповідальності, таких як: надання податкових пільг (по місцевим податкам, зборам) підприємствам, які активно співпрацюють з місцевою владою; поширення умов податкової знижки на всі легальні доходи фізичних осіб, не обмежуючись заробітною платою, з метою забезпечення рівних умов участі у благодійній діяльності; збільшення розміру суми благодійного внеску, що включається до витрат платника податку на прибуток підприємств, які враховуються при визначенні об'єкту оподаткування; перегляд порядку оподаткування податком з доходів фізичних осіб регулярних виплат за договором довгострокового страхування життя, пенсійних виплат за договором пенсійного вкладу, виплат довічної пенсії у межах недержавного пенсійного забезпечення з метою створення більш вигідних умов оподаткування регулярних виплат у межах недержавного пенсійного забезпечення порівняно з умовами оподаткування доходів у вигляді дивідендів, вигащів тощо.

У контексті активізації соціальної відповідальності бізнесу в Україні важливо продовжувати реформування системи загальнообов'язкового державного соціального страхування з урахуванням таких моментів:

- пропорційний перерозподіл розміру пенсійного внеску (як частини єдиного внеску) від роботодавця до працівника;

- перегляд підходів до визначення розміру внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання; розмір внеску з цього виду страхування повинен складатися з двох частин: солідарна (загальна, однакова для всіх) та індивідуальна (залежно від класу професійного ризику); розмір другої складової має встановлюватися для кожного конкретного робочого місця з урахуванням результатів атестації робочих місць;

- встановлення (на певний час) пільгового розміру внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття для роботодавців, підприємств, які активно співпрацюють з місцевими державними центрами зайнятості.

ЛІТЕРАТУРА

1. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: [монография] / под общ. ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова. – М.: КНОРУС, 2008. – 569 с.
2. Зінченко А.Г. Соціальна відповідальність в Україні: Погляди різних стейкхолдерів. Регіональний аспект / А.Г. Зінченко, М.А. Саприкіна. – К. : Центр розвитку КСВ, 2008. – 60 с.
3. Ефимова Л.И. Некоторые модели государственно-частных партнерств: тенденции и зарубежный опыт. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.eatc.ru/rus/doc.id_71_book_1.php.
4. Про державно-приватне партнерство : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2404-17>.

С.А. Рыбак. Финансово-правовые механизмы институализации социальной ответственности бизнеса в Украине. – Статья.

Аннотация. Статья посвящена анализу особенностей участия бизнесовых структур в финансировании и управлении социальной сферой. Предложены финансово-правовые механизмы внедрения стандартов социальной ответственности бизнеса.

Ключевые слова: социальная ответственность, государственно-частное партнерство.

Sergii O. Rybak. Financial and Legal Mechanisms of Institutionalization of Social Responsibility of Business in Ukraine. – Article.

Summary. The article is sanctified to the analysis of features of participation of business structures in financing and management by a social sphere. The financially-legal mechanisms of introduction of standards of social responsibility of business are offered.

Key words: social responsibility, state-private partnership.

УДК 658.7(075.8)

А.Д. Саханова,

студентка,

Международный гуманитарный университет,

г. Одесса, Украина

МОДЕЛЬ «МАРКЕТИНГ-МИКС» КАК ИНСТРУМЕНТ ПОСТРОЕНИЯ БРЕНДА АГРОХОЛДИНГА СХОО «ПІВДЕНЬАГРОПЕРЕРОБКА»

Аннотация. Методами маркетинга проанализировано текущее состояние предприятия СХОО «Південьагропереробка», сформулирована стратегия построения бренда и определены тактические действия по её внедрению.

Ключевые слова: бренд, маркетинг-микс, комплекс маркетинга, маркетинговые исследования, стратегия продвижения.

Постановка задачи. Маркетинговый анализ рынка (англ. market analysis) является важным этапом работы менеджера по маркетингу. Качественный анализ рынка позволяет найти свободные рыночные ниши, выбрать наиболее привлекательный целевой рынок, лучше понять потребителя товара компании [1].