

- 5) організаційно-технічний рівень;
- 6) рівень соціального розвитку колективу;
- 7) охорона навколишнього середовища;
- 8) рівень нормативно-методичного забезпечення.

Однією з найважливіших особливостей економічного аналізу є використання системи показників для вивчення господарських явищ та процесів. Адже економічний аналіз спроможний дослідити лише ті економічні явища, які відображено в певних економічних показниках, що мають числову характеристику. Система економічних показників базується, як правило, на системах та підсистемах економічної інформації, проте не виключено, що в ході самого аналізу виникатиме потреба в розрахунку нових показників.

Література

1. *Бутинець Ф.Ф., Мних Є.В., Олейник О.В.* Економічний аналіз. Практикум: Навч. посібник для студентів вузів. — Житомир. ЖІТІ, 2000. — 416 с.
2. Економічний аналіз: Навчальний посібник / М.А. Боллох, В.З. Бурчевський, М.І. Горбаток та ін.; За ред. акад. НАНУ, проф. М.Г. Чумаченка. — Вид. 2-ге, перероб. — К.: КНЕУ, 2003. — 556 с.
3. *Іваненко В.М., Горбаток М.І., Львовичкін В.С.* Економічний аналіз. — К.: КНЕУ, 1999. — 176 с.
4. *Павленко А.Ф., Чумаченко М.Г.* Трансформація курсу «Економічний аналіз діяльності підприємства»: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2001. — 328 с.
5. *Шеремет А.Д.* Теория экономического анализа: Учебник. — М.: Инфра — М, 2002. — 333 с.

Черпак А.Є.,

канд. екон. наук, доцент,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима
Гетьмана», Україна

Cherpak A.Ye.

Candidate of economic
sciences, docent
Vadym Getman Kyiv national
Economic University, Ukraine

ВИБІР CSR-ЗАХОДІВ: ОРІЄНТАЦІЯ НА СПОЖИВАЧА

Автор розглядає структуру заходів із CSR відносно ступеню зрілості споживачів та вплив потреб споживачів на CSR

HOW CSR CAN RESPOND TO CONSUMER'S ORIENTATION

Author explore the structure of CSR in different societies and the influence of the consumer needs at CSR

Сучасна корпорація вже не може собі дозволити не враховувати інтереси широкого кола стейкхолдерів при побудові власної

бізнес-стратегії та у процесі її реалізації. Крупна корпорація несе відповідальність та звітує про результати несення такої відповідальності. В основі поняття «корпоративної соціальної відповідальності» (далі — КСВ) лежить підзвітність корпорації, як великого підприємства, перед стейкхолдерами і, насамперед, державою та суспільством, персоналом, споживачами, акціонерами. Корпорація як відповідальний член суспільства повинна враховувати інтереси цих груп стейкхолдерів. Здійснення корпорацією заходів, які можна об'єднати під назвою КСВ, продиктовано не лише етичними принципами, а цілком економічним розрахунком — її мають оцінити стейкхолдери, і, насамперед ті, що найбільше впливають на рівень доходів корпорації — її споживачі. КСВ стає важливою конкурентною перевагою корпорацій, які діють на масових ринках та орієнтовані на здійснення конкурентних стратегій з швидкого захоплення ринків та захисних стратегій (щодо завойованих потужних ринкових позицій). Коли вичерпані інші можливості створення відмінних рис власної продукції (послуг), великі корпорації мають змогу звернутися до КСВ і презентувати власний продукт чи власну діяльність, пов'язану зі створенням цього продукту чи використанням доходів отриманих від його продажу, у привабливій для споживача «соціально-орієнтованій обгортці».

Але чи у кожному суспільстві, чи на кожного споживача діють такі заходи? Адже КСВ — це далеко не дешева, стратегічно орієнтована політика, яку не можна просто так взяти, а потім покинути — втрати будуть занадто великими. На нашу думку, ступінь готовності споживача, як члена суспільства з певним рівнем розвитку, до сприйняття КСВ визначає структуру та зорієнтованість заходів, які корпорація у конкретній країні має здійснювати у рамках обраної політики у сфері КСВ. У США та Європі розуміння КСВ на сьогодні є значно ширшим, ніж просто благодійність, і діяльність корпорацій у цій сфері вимірюється не лише сумами пожертвуваних коштів, а, насамперед, ефективністю заходів у сфері реалізації її екологічної, виробничо-технологічної відповідальності та етикою побудови взаємовідносин із персоналом, суспільством, акціонерами. Саме за діяльністю корпорацій у цій сфері споживач визначає, з якою корпорацією він хоче мати справу, а від послуг якої готовий відмовитися (наприклад, від послуг компаній, які у країнах третього світу використовують дитячу працю для виробництва своєї продукції, або послуг нафтових компаній, які не здатні запобігти забрудненню середовища при видобутку природних ресурсів та ін.). Рівень «КСВ-зрілості» споживача у цих країнах визначає структуру «КСВ-заходів» кор-

порацій та суму інвестицій корпорацій у КСВ. Натомість в Україні ступінь «КСВ-зрілості» споживача є низькою. КСВ асоціюється у першу чергу з благодійністю, і заходи компаній саме у цій сфері лише певним чином можуть вплинути на споживача. Нерідко «КСВ-заходи» корпорацій орієнтовані навіть не на залучення нових споживачів корпорації, а на збільшення політичної лояльності громадян до осіб, які володіють крупними корпораціями й, одночасно, є представниками потужних політичних сил.

На нашу думку, такі відмінності у «КСВ-орієнтації» споживачів у різних країнах зумовлені ступенем задоволення первинних потреб споживачів-членів конкретного суспільства, й, відповідно, ступінь соціально-економічного розвитку країни, рівень життя її громадян визначає й їх потреби й бачення того, яку саме відповідальність мають нести корпорації по відношенню до суспільства та його громадян. В Україні рівень задоволення первинних потреб громадян (фізіологічних та у безпеці за класифікацією А. Маслоу) є низьким: заробітні плати тут нижче європейських й рівень доходів більшості громадян не дозволяє їм не тільки купляти собі все необхідно, але й відчувати безпеку щодо майбутнього; рівень безробіття також є високим. Саме тому, від великих потужних підприємств (корпорацій) більшість громадян очікує заходів на кшталт «нехай багаті поділяться з бідними». Це зумовлює переважання фінансової складової у «КСВ-заходах» корпорацій, пов'язаних з благодійністю чи наданням фінансової допомоги найбільш соціально незахищеними верствам населення. Працівники корпорації швидше оцінять невелику премію від керівництва підприємства, ніж встановлення на заводі нових очисних споруд чи впровадження інноваційних продуктів.

У країнах Європи рівень середньої заробітної плати більшості громадян є цілком достатнім для задоволення власних первинних потреб, тому природно, що їх починає цікавити те, як виробляється продукція компанією, чи дотримуються при цьому екологічні нормативи, як компанія ставиться до своїх працівників та ін. Тому плануючи «КСВ-заходи» у європейських компаніях не достатньо приділяти увагу лише фінансово-економічній складовій CSR, у тому числі благодійності, а варто враховувати вимоги щодо екологічної, виробничо-технологічної відповідальності та етичної складової діяльності корпорацій.

Охарактеризований вище підхід до планування структури CSR-заходів корпорацій дозволяє їх менеджменту варіативно підходити до формування політики CSR та формувати відповідні плани з орієнтацією на ступінь зрілості споживачів у кожній кон-

кретній країні, де корпорація проводить свою діяльність. Це дозволить оптимізувати бюджети CSR та, водночас, задовольнити потреби споживачів у країні здійснення таких заходів, посилюючи конкурентоспроможність компанії.

Чорна А.М.,

Східноукраїнський національний
університет ім. В. Даля, Україна

Chorna A.M.

East-Ukrainian National University
by name Vladimir Dal, Ukraine

**ІДЕНТИФІКАЦІЯ ЗАГРОЗ
РЕСУРСНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЮ
ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ
МАШИНОБУДІВНИХ
ПІДПРИЄМСТВ**

**AUTHENTICATION OF THREATS
TO THE RESOURCE PROVIDING
OF ECONOMIC SAFETY
OF MACHINE-BUILDING
ENTERPRISES**

Обґрунтовано необхідність дослідження загроз ресурсному забезпеченню економічної безпеки машинобудівних підприємств. Визначено загрози ресурсному забезпеченню економічної безпеки машинобудівних підприємств.

The necessity of research of threats to the resource providing of economic safety of machine-building enterprises is grounded. The threats to the resource providing of economic safety of machine-building enterprises are determined.

Результативність забезпечення економічної безпеки підприємства великою мірою залежить від об'єктивного і всебічного моніторингу й аналізу загроз його економічній безпеці, оскільки саме характер і рівень загроз зумовлюють вибір напрямів діяльності по їх попередженню і локалізації та визначають форми, способи, засоби і методи вирішення завдань щодо розподілу ресурсів, необхідних для здійснення такої діяльності. Особливої актуальності на сучасному етапі розвитку економіки України набувають питання ідентифікації загроз ресурсному забезпеченню економічної безпеки машинобудівних підприємств, більшість яких під час економічної кризи 2008 році опинилися на межі банкрутства.

Питанням аналізу діяльності машинобудівного комплексу України присвячено багато наукових публікацій вітчизняних учених-економістів. Зокрема, науковцями [1, 3] детально розкрито сучасний стан машинобудування в Україні за умов світової економічної кризи та перспективи його розвитку. Разом з тим слід зазначити недостатність теоретичних напрацювань щодо