

2. Европа без границ в грузовых перевозках // Железные дороги мира : науч.-техн. журнал. – 2002. – № 2. – С. 20-25.
3. Левицький І.Ю. Удосконалення технології прискореної доставки вантажів на залізницях України в умовах ринку транспортних послуг : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. техн. наук / І.Ю. Левицький. – Донецьк, 2004. – 18 с.
4. Левицький І.Е. Об алгоритмах начисления штрафов за просрочку в доставке грузов / И.Е. Левицкий, Н.Л. Цегельник, И.Н. Стрельников // Залізничний транспорт України : наук.-практ. журнал. – 2000. – № 4. – С. 30-33.
5. Магомедова Н.М. Сервис в грузовых перевозках / Н.М. Магомедова, И.Н. Магомедова // Транспорт-2003 : тр. науч.-теор. конф. проф.-препод. состава, Ростов-на-Дону, апр., 2003. – Ростов н/Д : Изд-во Рост. гос. ун-та путей сообщ. – 2003. – Ч. 2. – С. 93.
6. Мироненко В.К. Математическая модель анализа и оценки стратегий развития транспортной системы и оптимизации грузопотоков / В.К. Мироненко, В.М. Мирошниченко, Н.Г. Журбенко и др. // Збірник наукових праць Київського ін-ту залізничного транспорту. – К. : Вид-во "Либідь". – 1999. – Вип. 3. – С. 26-32.
7. Мироненко В.К. Концепція впровадження вантажних поїздів – нічних експресів / В.К. Мироненко, М.Ф. Тітов, В.В. Габа // Залізничний транспорт України : наук.-практ. журнал. – 2003. – № 3. – С. 16-18.
8. Мироненко В.К. Реорганізація роботи сортувальних станцій на етапах підведення вагонотоків / В.К. Мироненко // Залізничний транспорт України : наук.-практ. журнал. – 2003. – № 2. – С. 6-7.
9. Осипов В.Т. Маршрутизация перевозок грузов / В.Т. Осипов. – М. : Изд-во "Транспорт", 1973. – 200 с.
10. Островский А.М. Повышение эффективности перевозок наливных грузов / А.М. Островский, А.В. Христолюбов, С.В. Черняков // Железнодорожный транспорт : науч.-теорет., техн.-экон. журнал. – 2001. – № 11. – С. 28-33.
11. Пряхин А.Д. Один из путей повышения доходов / А.Д. Пряхин // Железнодорожный транспорт : науч.-теорет., техн.-экон. журнал. – 1998. – № 10. – С. 18-19.

Руденко Д.В., Сало Т.А. Обоснование параметров, влияющих на ускорение доставки грузов железнодорожным транспортом

Выполнено обоснование организации движения ускоренных поездов с учетом оценки фактической себестоимости перевозок, рассмотрена возможность снижения величины тарифного коэффициента и определения конкурентоспособных направлений перевозок. С помощью конкурентоспособных тарифных схем и соответствующих им номенклатуры и объемов перевозок рассчитаны расстояния, на которых железнодорожный транспорт является конкурентоспособным звеном в перегрузочном сообщении, определены конкурентоспособные направления перевозок.

Ключевые слова: железнодорожный транспорт, объем перевозок, доставка грузов.

Rudenko D.V., Salo T.A. Justification of the parameters that affect the acceleration of delivery of goods by rail

Completed study of accelerated movement of trains on the estimation of the actual transportation costs, the possibility of reducing the value of the tariff rate and identify areas of competitive traffic. With competitive tariff schemes and the corresponding nomenclature and traffic volumes are calculated distance at which rail is competitive element in transshipment traffic, traffic areas defined competitive.

Keywords: railway, traffic volume, delivery of goods.

4. ЕКОНОМІКА, ПЛАНУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ В ГАЛУЗЯХ

УДК 330.342

Проф. М.О. Кузєлєв, д-р екон. наук – Донецький НУ

СОЦІАЛЬНИЙ ЗВІТ КОРПОРАЦІЇ: ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ В КОРПОРАТИВНУ ПРАКТИКУ УКРАЇНИ

Розглянуто теоретичні та методологічні підходи до формування в Україні системи корпоративної соціальної звітності; проаналізовано необхідність та переваги, які надає соціальний звіт корпорації, досліджено можливість впливу корпорацій на зовнішнє середовище в сучасних умовах. Також запропоновано авторський підхід до формування структури й позиціонування корпоративної звітності з погляду можливості управління зовнішнім середовищем.

Ключові слова: корпорація, соціальний звіт корпорації, корпоративні відносини, зовнішнє середовище.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку економічних відносин відбувається формування Української моделі корпоративного управління й питання соціалізації бізнесу набувають дедалі більшої популярності. Підтвердженням цьому слугують зростання обсягів добродійності та кількості національних корпорацій, що надають громадськості свою звітність про корпоративну соціальну відповідальність. Корпоративна соціальна відповідальність стає сучасною й навіть "модною" філософією бізнесу, яка знаходить реалізацію в добровільному вирішенні корпорацій фінансувати соціально значущі програми, зокрема за рахунок отриманого прибутку від основних видів діяльності. Водночас, часто й густо трапляються випадки "перекрученого" розуміння соціальної місії корпорації в економіці, соціальному оточенні, суспільстві.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. На жаль, в українській економічній науці не приділяють достатньої уваги питанням впровадження соціальної звітності корпорацій, що стримує розвиток економічної системи загалом і формування ефективних відносин у трикутнику "державо-суспільство-корпорація". Треба зазначити, що методологічні основи цієї проблеми було закладено в дослідженнях таких класиків політичної економії, як К. Маркс, М. Фрідман, Г. Боуен, К. Девіс, Дж. МакГуір, С. Сеті, А. Керолл.

Метою роботи є розроблення на основі системного підходу теоретичних і методологічних основ впровадження соціальної звітності у корпоративну практику в умовах формування і розвитку системи корпоративних відносин в Україні.

Виклад основного матеріалу. Вихід українських корпорацій на міжнародні ринки спричинив появу низки проблем, з якими вони раніше не стикалися на національному ринку. Насамперед це необхідність брати на себе певні соціальні зобов'язання по іноземних активах, що купуються, дотримання міжнародних вимог щодо етичного ведення бізнесу, і жорсткі умови європейських банків щодо екологічного аудита проектів. Додатковим поштовхом для впровадження

в Україні міжнародних стандартів корпоративної соціальної відповідальності стало поступове поширення принципів Глобального договору ООН.

При цьому соціальна політика корпорацій у нашій країні має безсистемний характер, а міжнародних стандартів корпоративної соціальної відповідальності дотримуються або великі корпорації, або представництва іноземних компаній в Україні. Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність – це одне з найбільш суперечливих явищ у системі сучасних корпоративних відносин.

Ефективна соціальна політика дає змогу корпорації, з одного боку, реалізувати свої потреби у фінансовій безпеці й стабільності, а з іншого – збільшує довіру суспільства, ринкових контрагентів, інвесторів і власників до компанії, що в підсумку веде до підвищення конкурентоспроможності бізнесу. Соціально відповідальна корпорація сприяє створенню сприятливого соціального оточення й більш стабільному розвитку в довгостроковій перспективі, тобто у менеджменту корпорації з'являється можливість певним чином впливати на зовнішнє середовище бізнесу.

Основними елементами зовнішнього середовища корпорації є (рис. 1): суспільство (суспільна думка про корпорацію); ринкові контрагенти (споживачі, постачальники, інвестори та ін.); держава (органи державної влади й муніципальна влада) [1]. Одним із ключових інструментів управління корпоративною соціальною відповідальністю в сучасних умовах стає корпоративна соціальна звітність [2]. Корпоративна соціальна звітність у широкому розумінні – це сукупність звітів компанії, що охоплюють інформацію не тільки про результати економічної діяльності, але також соціальні й екологічні показники.

Таким чином, корпоративний соціальний звіт – це публічний інструмент інформування власників, персоналу, ділових партнерів, інвесторів і кредиторів, а також суспільства про те, як і якими темпами корпорація реалізує закладені у своїх стратегічних планах розвитку цілі економічної стабільності, соціальної стабільності й екологічної безпеки.



Рис. 1. Зв'язок корпорацій з елементами зовнішнього середовища

Згідно з даними Глобального договору ООН, на сьогодні більше ніж 3000 корпорацій в усьому світі, враховуючи більше двох третин компаній зі списку "Fortune Global 500", регулярно публікують свої нефінансові звіти. Таким чином, соціально відповідальні компанії звітують не тільки про результати своєї економічної діяльності, але й розкривають соціальні й екологічні показники [3]. Крім цього, у наявності позитивна тенденція до збільшення кількості нефінансових звітів, що можна пояснити жорсткістю вимог з боку стейкхолдерів. Однак, разом з тим, виникає й проблема ступеня довіри до таких звітів, адже компанії їх готують самостійно й за відсутності єдиного стандарту. Підтвердженням актуальності цієї проблеми слугує і той факт, що дослідження більш ніж 4000 звітів за останні 10 років, проведені "Leeds University" (Великобританія) і "Euromed Management School" (Франція), свідчать, що багато компаній використовують непідтвержені дані. Наприклад, у звіті енергетичної компанії "ENEL" за 2009 р. зазначено: "Наші викиди в атмосферу склали 122 089 млн тонн", а це в 4 рази перевищує сукупні викиди планети Земля за той же період [3].

Таким чином, важливим питанням при складанні соціального звіту є оцінка його вірогідності (верифікації) незалежним аудитором, а також використання отриманих результатів у подальшій практиці соціальної відповідальності корпорації. Верифікація соціального звіту дає гарантію третьої сторони в тому, що опублікована у звіті інформація є точною й достовірною, а не є звичайною рекламою. Як свідчить практика, після процедури верифікації нефінансового звіту третьою незалежною стороною, корпорація отримує низку переваг: посилення довіри до звіту; гарантія вірогідності представленої інформації; поліпшення ділової репутації; поліпшення внутрішніх процесів постійного вдосконалювання; одержання рекомендацій для подальшого поліпшення якості звітності; налагодження діалогу із зацікавленими сторонами.

Враховуючи, що дедалі поширенішими стають стандартизовані форми соціальної звітності, корпорація може претендувати на те, що створений за обраним стандартом звіт буде верифіковано незалежним аудитором, який має відповідний сертифікат. При цьому потрібно розрізнити поняття "суспільний аудит" і "соціальний аудит". Під суспільним аудитом розуміють систематичну оцінку суспільного впливу компанії порівняно з прийнятими стандартами й очікуваннями.

Соціальний аудит – це аналіз ефективності соціальних програм і проектів корпорації, а також перевірка їх відповідності обраним інструкціям і стандартам (наприклад AA1000, ISAE 3000 або "Global Reporting Initiative"), тобто верифікація соціальної звітності. Спектр сучасної корпоративної звітності досить широкий і різниться як за структурою й змістом, так і за цільовим призначенням. Один з підходів до структури й позиціонування корпоративної звітності з погляду можливості управління зовнішнім середовищем представлено на рис. 2.

Практика українських корпорацій свідчить про те, що на більшості підприємств створюються тільки бухгалтерські форми звітності, складання яких законодавчо визначене, а корпорації, що підготовлюють нефінансові звіти відповідно до міжнародних стандартів "GRI" або "AA 1000", одиниці [5]. Більше того, багато українських компаній-підписанти Глобального Договору ООН го-

товлять свої звіти в довільній формі, хоч і з урахуванням вимог Глобального Договору.



Рис. 2. Позиціонування корпоративної звітності в управлінні зовнішнім середовищем [4]

Проте в Україні назріла об'єктивна необхідність у формуванні системи підвищення довіри до нефінансових звітів корпорацій і поліпшення якості таких звітів і створення на цій основі національної моделі незалежної оцінки нефінансових звітів. Цікавим у цьому плані можна вважати підхід подвійної оцінки нефінансових звітів, запропонований Центром "Розвиток корпоративної соціальної відповідальності", який передбачає [6]:

1. Експертну оцінку звіту, що припускає залучення провідних експертів з важливих для корпорації й стейкхолдерів питань (екологія, трудові відносини та ін.).
2. Опитування стейкхолдерів.

Ця оцінка не може претендувати на професійний аудит, однак дасть змогу корпораціям одержати експертну оцінку свого нефінансового звіту, довідатися думки своїх стейкхолдерів, а значить поліпшити якість публікованих нефінансових звітів.

Однак уже досить нагально постає потреба в системі корпоративної звітності для формування соціального звіту, формування певного корпоративного образу для надання впливу на зовнішнє середовище.

Закордонний досвід також свідчить, що корпоративна соціальна звітність позитивно впливає на фінансові результати діяльності корпорації, забезпечуючи економічний зріст і розширення ринків збуту [7]. А вплив на найбільш значимі елементи зовнішнього середовища – ринкових контрагентів, державу й суспільство дає змогу корпорації:

- підвищити ринкову вартість компанії;
- реалізувати стратегічні цілі;
- зняти напругу в конфліктах інтересів стейкхолдерів;
- знизити видатки зі залучення (придбання) ресурсів на ринку фінансових послуг;
- успішно реалізувати корпоративну місію.

Основними завданнями менеджменту корпорації при цьому є:

- на основі всебічного аналізу стану й динаміки зовнішнього й внутрішнього середовища визначення місії корпорації;
- ефективне позиціонування компанії на ринку й у суспільстві;
- дотримання норм корпоративної культури;
- управління зовнішніми зв'язками (насамперед з органами державної й місцевої влади, ринковими контрагентами, територіальними громадами);
- формування та верифікація соціального звіту корпорації (в ідеалі відповідно до прийнятих міжнародних норм і стандартів).

Таким чином, соціальний звіт стає єдиним інформаційним ресурсом про всі аспекти діяльності компанії й ефективним важелем підвищення конкурентоспроможності й розвитку корпорації.

Висновки. Із усього викладеного випливає, що процеси соціалізації корпорацій в Україні пов'язані з переходом до добровільного прийняття соціальних стандартів при суспільному контролі взятих зобов'язань. Важливе місце в контексті розвитку національної моделі корпоративного управління належить впровадженню стандартів формування, перевірки й верифікації соціальної звітності бізнесу.

Література

1. Кравченко П.П. Социальная ответственность организации. Ее значение и место в корпоративной культуре организации / П.П. Кравченко // Корпоративна культура організації 21-го століття. – Краматорськ : Вид-во ДДМА, 2007. – С. 26-31.
2. Мильнер Б.З. Теория организаций / Б.З. Мильнер. – М. : Изд-во "Инфра-М", 1998. – 336 с.
3. Главный аналитический медиа-портал о корпоративной социальной ответственности. [Электронный ресурс]. – Доступный с <http://www.csr-review.net>
4. Кужелев М.А. Социальный отчет как инструмент влияния корпорации на внешнюю среду / М.А. Кужелев // Економіка і організація управління : зб. наук. праць. – Донецьк : Вид-во ДонНУ, ТОВ "Дружба". – 2011. – Вип. 2 (10). – С. 39-46.
5. Сохаська О.М. Корпоративне управління в Україні: теоретико-методологічні аспекти / О.М. Сохаська, Н.П. Тарнавська, А.М. Тибін та ін. – Тернопіль : Вид-во "Економічна думка", 2007. – 360 с.
6. Офіційний сайт Центру "Розвиток КСВ". [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.csr-ukraine.org>
7. Кужелев М.О. Концептуальні основи розвитку корпоративних відносин : монографія / М.О. Кужелев. – Донецьк : ТОВ "Східний вид. дім", 2012. – 260 с.

Кужелев М.А. Социальный отчет корпорации: перспективы внедрения в корпоративную практику Украины

Рассмотрены теоретические и методологические подходы к формированию в Украине системы корпоративной социальной отчетности; проанализированы необходимость и преимущества, которые предоставляет социальный отчет корпорации, а также исследована возможность влияния корпораций на внешнюю среду в современных условиях. Также предложен авторский подход к формированию структуры и позиционированию корпоративной отчетности с точки зрения возможности управления внешней средой.

Ключевые слова: корпорация, социальный отчет корпорации, корпоративные отношения, внешняя среда.

Kuzheliev M.O. Corporate social responsibility report: prospects for the introduction into the corporate practice of Ukraine

The paper deals with the theoretical and methodological approaches to the formation in Ukraine of a corporate social reporting and the need to analyze the benefits that social report

corporations, as well as investigate the possibility of corporate influence on the environment in the modern world. Also, the author's approach to the structuring and positioning of corporate accountability in terms of control over the environment.

Keywords: corporation, the corporation social responsibility report, corporate relations, external environment.

УДК 658.1:338.3

Проф. І.Й. Яремко, д-р екон. наук;
аспір. І.І. Жигало – НУ "Львівська політехніка"

ОЦІННО-АНАЛІТИЧНІ СИСТЕМИ В УПРАВЛІННІ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ: СТАН І ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ

Розглянуто концептуальні засади і методичну основу існуючих систем і моделей оцінювання та аналізування фінансово-економічного стану і результатів функціонування підприємства. Досліджено адекватність методологічної основи оцінно-аналітичних систем умовам сучасної економіки, об'єктивність їх результатів у вимірі ефективності діяльності та характеристики сучасного підприємства. Розкрито проблемні аспекти існуючих видів економічного інструментарію у забезпеченні сучасних управлінських концепцій. Сформульовано окремі аспекти надання адаптивності оцінно-аналітичним системам і моделям.

Ключові слова: системи, моделі, оцінювання, аналізування, інформаційна база, показники, індикатори, концептуальна спрямованість, методична основа, підприємство, фінансово-економічний стан, результативність.

Постановка проблеми. Умови постіндустріальної економіки, розповсюдження глобалізаційних впливів і транзитивність української економіки зумовлюють необхідність відповідної адаптації узвичаєних підходів до управління підприємством. Управлінські концепції, водночас, потребують адекватного інформаційного забезпечення, сформованого відповідною оцінно-аналітичною системою. В умовах сучасної економіки незаперечним є той факт, що "правильно використовувана система вимірів допомагає менеджменту вносити ясність і визначеність, приймати правильні рішення, підтримувати діяльність організації, не обмежуючи її вузькими рамками" [1].

У теоретичних дослідженнях і практичному впровадженні оцінно-аналітичних систем "спостерігаються істотні зміни у концептуальній спрямованості: відбувається перехід від моно- до полікритеріальності" [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Восьмий розділ стандарту ISO 9001:2000 "Вимірювання, аналіз і поліпшення" засвідчує високу значимість економічного інструментарію в управлінні розвитком сучасних суб'єктів ринкової економіки. У вітчизняних і зарубіжних тематичних дослідженнях і публікаціях відзначається низка факторів, що впливають на ефективність і прикладну дієвість використовуваного економічного інструментарію, причини його невисокої адаптивності до умов сучасної економіки.

За результатами переважної більшості досліджень ця невідповідність пов'язується з відсутністю розробленої системної методології цільового виду економічного інструментарію, призначеного для забезпечення підвищення ефективності управління сучасним суб'єктом ринкової економіки. Крім цього, у висновках багатьох досліджень є аргументації про те, що "основою управління повинні бути прогноуючі системи з формуванням аналітико-статистичної бази,

ефективність яких забезпечує можливість своєчасного адаптивного коригування напрямів формування і використання ресурсів підприємства, зниження ризиків і втрат" [3, с. 1].

У значній кількості досліджень акцентовано на невідповідності для сучасної економіки основоположної бази і концептуальної основи різного типу сучасного економічного інструментарію. У цьому контексті, С.І. Чимшит констатує, що "незважаючи на велику кількість методів, інструментів, алгоритмів аналізу, на теперішній час відсутня єдина системна методологія аналізу" [4, с. 97]. Характеризуючи базисні засади сучасного економічного інструментарію, О.М. Гончаренко вказує, що "більшість моделей є статичними, носять емпіричний характер" [5, с. 36].

Наголошуючи на визначальності якісної інформаційно-аналітичної основи й формалізованої бази економічного інструментарію будь-якого типу у системі управління, О.С. Кузьмін і О.Г. Мельник відзначають відсутність регламентацій щодо її системності, а узвичаєні "концептуальні, теоретико-методологічні й прикладні напрацювання" характеризують такими, що вирізняються значною різноманітністю методичного, нормативно-критеріального та ідентифікаційного забезпечення, відсутністю уніфікованості й універсальності" [6, с. 5].

Загалом аналіз тематичних досліджень дає змогу зробити висновок про використання в системах і моделях економічного інструментарію надмірної кількості "обгрунтованих" в різний спосіб різноформатних фінансово-економічних співвідношень, які, як зазначає відомий фінансовий аналітик К. Уолш, "кожен автор подає й аргументує через "обгрунтовану" ним виваженість своєї системи, "аргументовану" в певний спосіб індикативну складову у цьому типі економічного інструментарію, що послаблює практичні можливості об'єктивної порівняльності суб'єктів ринкової економіки" [7, с. 5].

Загалом сучасні економічні системи і моделі та їх функціональний зміст в управлінських концепціях А. Московський охарактеризував як "дивний симбіоз "математичної економіки" і власне "економічної теорії", драматичний смисл якого полягає в тому, що математичні допоміжні інструменти аналізу почали відтісняти і навіть заміщати собою економічну думку і економічний факт, що породило феномен "математичного шарлатанства", "дикої економетрики" [8, с. 134].

Невирішена частина загальної проблеми адаптивного розвитку оцінно-аналітичних систем для забезпечення потреб управління підприємством в сучасній економіці пов'язується з недостатньою науковою обгрунтованістю методики одночасного і взаємопов'язаного агрегування фінансових і не фінансових показників та індикаторів, неповного врахування існуючими оцінно-аналітичними системами і моделями зовнішніх факторів впливу на діяльність підприємства, неповне охоплення продуктивної сили нематеріальних економічних ресурсів.

Мета дослідження полягає у розкритті адаптивності існуючих оцінно-аналітичних систем до сучасних економічних умов, їх відповідності потребам управління та формулювання окремих аспектів розвитку й вдосконалення існуючого економічного інструментарію.