

3. Для підвищення ефективності управленческого контролю целесообразно використовувати економіко-математическіе моделі, що відповідають виробничим процесам підприємства.

4. На етапі розподілу прибутку підприємства необхідний контроль не тільки за дотриманням законодавчих норм, але і за процесом оптимального розподілу прибутку по фондах з метою забезпечення ефективної діяльності підприємства в майбутньому. Контроль за оптимальним розподілом прибутку по фондах повинен здійснюватися інструментами управленческого контролю.

#### Источники и литература:

1. Файоль А. Общее и промышленное управление / А. Файоль; науч. ред. Е. А. Кочергина; [пер. с франц.]. – М. : Журнал "Контроллинг", 1992. – 112 с.
2. Ансофф И. Стратегический менеджмент / И. Ансофф. – СПб. : Питер, 2011. – 344 с.
3. Акофф Р. Планирование будущего корпорации / Р. Акофф. – М. : Прогресс, 1985. – 327 с.
4. Друкер П. Ф. Энциклопедия менеджмента / П. Ф. Друкер. – М. : Изд. дом "Вильямс", 2004. – 432 с.
5. Бир Ст. Мозг фирмы / Ст. Бир; [пер. с англ.]. – М. : Книжный дом "ЛИБРОКОМ", 2009. – 416 с.
6. Мэскон М. Основы менеджмента / М. Мэскон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело ЛТД, 1884. – 720 с.
7. Хміль Ф. І. Основи менеджменту : підруч. / Ф. І. Хміль. – К. : Академвидав, 2007. – 576 с.
8. Ладько И. Ю. Общий менеджмент / И. Ю. Ладько, В. Г. Сумцов. – Луганск : Изд-во Восточноукр. нац. ун-та им. В. Даля, 2004. – 282 с.
9. Виханский О. С. Менеджмент : учеб. / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – М. : Экономистъ, 2003. – 528 с.
10. Математические методы и модели исследования операций / под ред. В. А. Колемаева. – М. : Юнити-Дана, 2008. – 592 с.
11. Таха Х. А. Введение в исследование операций / Х. А. Таха – СПб., К. : Вильямс, 2001. – 912 с.

Коренєв Е.Н.

УДК 339.92

## ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ФАКТОРИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

**Актуальність теми та постановка проблеми.** На межі століть світове співтовариство створює нові форми економічних і соціальних відносин. Орієнтація лише на економічну складову бізнесу втрачає безумовну значимість. Підвищується значення морального компонента бізнесу, увага до соціальних проблем як усередині, так і поза корпорацією стає фактором ділового успіху.

У західних країнах соціальна відповідальність корпорацій функціонує як стійкий, раціональний і ефективний соціальний інститут. В Україні соціально-відповідальний бізнес перебуває в початковій фазі свого розвитку. Тому головними для суспільства стають ті функції корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), що спрямовані на зниження соціальної напруженості, поліпшення якості життя, оздоровлення природного середовища, досягнення особистісної включеності представників бізнесу в подолання соціальних проблем. Це свідчить про зростання значимості корпоративної соціальної відповідальності у формуванні стратегічних інтересів і бізнесу, і суспільства в цілому.

Результати проведених за останні роки реформ змушують багатьох дослідників визнати, що процеси перетворень у постсоціалістичних країнах за масштабами не мають аналогів у світовій історії. Проте, коли мова заходить про якісний прогрес (соціально-економічний ефект), який був досягнутий у результаті зазначених реформ, більшість дослідників проявляють набагато більшу стриманість, що пояснюється, насамперед, тим, що, незважаючи на досить активні перерозподільні процеси, які розвернулися слідом за масовою приватизацією, соціально-економічний аспект діяльності вітчизняних бізнес-структур – не оптимальний. У цій ситуації здобуває особливу актуальність дослідження інституціональних факторів, що обумовили вітчизняні реалії розвитку.

**Огляд існуючих підходів.** Питання становлення й розвитку соціально-відповідального бізнесу знайшли відбиття в роботах: Ф.Берлі, Г.Мінза, А. Мюлера-Армака, Л.Ерхарда. У 60-і рр. ХХ в. з'являється монографічне дослідження американського економіста Г.Боуена «Соціальна відповідальність бізнесу». Значення відповідальності бізнесу як однієї із проблем постіндустріального суспільства розкривається в роботах Д.Бела, П.Друкера, В. Іноземцева, Е.Тофлера, М.Фрідмана, П.Хейне, Ф.Найта й А.Ріха. Соціальна відповідальність бізнесу є умовою становлення громадянського суспільства і його індикатором. Взаємозв'язок між громадянським суспільством і такими його проявами, як довіра й соціальний капітал, аналізується в роботах П.Бурдьє, Дж.Коулмена, Р.Патнема, Ф.Фукуями.

Сучасні підходи до визначення корпоративної соціальної відповідальності через категорії соціальної стабільності, соціальної справедливості засновані на ідеях, сформульованих у поглядах Д. Деринга, К.Девіса, Дж.Ролза, Д.Гелбрейта, Г.Кунца, С.О'донела, М.Мескона, М.Фалмера й ін.

Більшість вчених сходиться в думці, що в сучасних умовах досягнення стійкого економічного росту здійснюється шляхом реалізації принципів державно-корпоративно-приватного партнерства, об'єднання ресурсів бізнес-структур і держави. У той же час значення соціального сегмента діяльності бізнес-корпоративних структур недооцінюється, віддається перевага аналізу мікропроцесів на рівні фірм, а в ряді випадків абсолютизуються деякі негативні сторони їх діяльності (використання їх для догляду від податків, «відмивання» тінювих доходів і т.п.).

Незважаючи на значну кількість публікацій, єдине загальноприйняте розуміння соціальної відповідальності бізнесу не сформоване, теоретична й емпірична вивченість феномену корпоративної соціальної відповідальності недостатня. Відсутність єдиного підходу до вирішення проблем активізації соціальних технологій у бізнес-середовищі, недостатнє врахування інституціональних імперативів забезпечення взаємодії господарюючих суб'єктів визначають значимість і актуальність теми дослідження.

**Мета статті** полягає в тому, щоб проаналізувати особливості й фактори розвитку інститутів корпоративної соціальної відповідальності в рамках відносин, що складаються у вітчизняній економіці.

**Виклад основного матеріалу.** Неподільними одиницями в моделі загальної рівноваги, моделі кругових макроекономічних потоків виступають домогосподарства (споживачі-власники факторів виробництва) і фірми (виробники-покупці послуг факторів виробництва).

Базуючись на роботах сучасних французьких економістів Ж.Ревеля й Ж.Сапира, складно не погодитися, що, як правило, «людям потрібні інститути, іншими словами, вони користуються ними в тій мірі, у якій вони їм служать» [1]. Фактично, дійсно, будь-яка інституціонально відмінна структура (корпоративна соціальна відповідальність – у тому числі) елементарно містить у собі безліч «транзакцій» і «переговорів».

Ця позиція дозволяє критично розглянути функціональний підхід у дослідженні інституціонального змісту соціальної відповідальності корпорацій, і в той же час вона спричиняє дві проблеми.

Перша, найбільш очевидна, полягає в трактуванні взаємозалежності поведінки акторів взаємодії в ареалі корпоративного середовища, а також у тому, що не прояснений статус прийнятих рішень усіма учасниками процесу інституціоналізації КСВ. Можливо розглядати індивідуальні дії учасників як автономні, обумовлені відповідними спонукальними початковими інтересами, що приводять до результатів, які будуть отримані як наслідок ухвалених рішень. У цьому випадку переваги-інтереси акторів, завдяки системі цінностей, зафіксованій їхньою інституціональною природою, здобувають інструментальний характер. Більше того, можливо припустити, що існує внутрішня логіка їх переваг від прояву соціально відповідальної поведінки.

По-друге, поняття «взаємозалежності» і «транзакцій» протистоять відносинам, у яких рішення досягається силовими методами. При цьому, якщо ми вважаємо, що інститут КСВ включає транзакції, важливо, чи має місце транзакція (передача певного блага або права власності). Можна стверджувати, що будь-який організаційний конфлікт, який у цей час не приводить до виключення жодної із сторін-учасниць, повинен породжувати транзакцію (тобто дію або взаємодію). Фактично, мова йде про те, що будь-який інститут на основі дії, яка відноситься до сфери його компетенції, виробляє нову доктрину поведінки. Непередбачені наслідки проведення цієї доктрини викликають появу нових властивостей в існуючих раніше колективних рамках (фактично, мова може йти про те, що структура корпоративної соціальної відповідальності у зв'язку із цим змінюється). Паралельні зрушення в соціальному і економічному середовищі уможливають поширення цих змін, які, наштотуючись на існуючі норми, викликають кризу або трансформацію інституту. Очевидно, що формування інституту КСВ є вже не простою транзакцією, а результатом переговорів, зосереджених на силових зв'язках і способах примусу.

Таким чином, надзвичайно важливо яким чином побудована (організаційно) та або інша корпорація. Слід відповісти на низку питань: чи створена корпорація за допомогою злиття, поглинання або ж реструктуризації? Яка саме організація виступала ініціатором зазначених процедур: державна, приватна або суспільна безприбуткова? Хто з учасників нової угоди збереже за собою контрольний пакет? Більше того, відіграє, мабуть, вирішальну роль співвідношення власників / акціонерів корпорації: підприємств державної й/або муніципальної власності, і/або приватної, і/або власності суспільних об'єднань/організацій.

Вивчення простого, капіталістичного й сучасного товарного виробництва показує, що їм властиві як загальні риси, так і відмінності, однак саме сучасне функціонує на базі соціального партнерства, що припускає узгодження дій уряду, підприємців і працівників (табл. 1).

**Таблиця 1.** Характеристики етапів розвитку товарного виробництва\*

Характеристика	Просте товарне виробництво	Капіталістичне товарне виробництво	Сучасне товарне виробництво
Основна форма власності	Індивідуальна приватна власність (переважно розпилена)	Індивідуальна приватна власність (переважно концентрована)	Змішана форма власності
Взаємини праці й капіталу	Відсутній поділ володіння, керування й безпосереднього господарювання	Виробники - наймані робітники, фактори виробництва належать власникам	Широке поширення власності на засоби виробництва, при якому наймана праця може виступати в ролі співвласника
Наявність експлуатації людини	Немає підстав	Так	Відсутня, тому що встановлюється соціальне партнерство
Масштаб суб'єктів господарювання	Переважно дрібні господарства	Переважно великі господарства	Пріоритетне значення найбільших господарських об'єднань
Характер виробництва	Замкнений, роздроблений	Суспільний	Усуспільнення виробництва досягає максимуму

\*Складене автором на основі аналізу [3]

У результаті можна стверджувати, що ступінь розвитку соціальної орієнтації у соціально-відповідальних корпоративних структурах перебуває під впливом таких факторів, як:

- а) тип економічного блага, що виробляється корпорацією (приватні, суспільні, змішані блага[4]);
- б) особливості системи відносин між людьми із приводу форми присвоєння того або іншого економічного блага, і насамперед форму присвоєння факторів виробництва (спектр форм власності, організаційно-правова форма корпорації, організаційні цілі, місія й культура [5]);
- в) ступінь організаційної розгалуженості фірми/корпорації по рівнях економіки (відносини «фірма-корпорація», «корпорація-регіон», «корпорація-національна економіка» [6]).

Очевидно, що з погляду економічних благ, продукт, що вироблений соціально-орієнтованими корпоративними структурами, повинен бути явно або побічно сумісним із суспільною вигодою або користю.

У даному контексті необхідно відзначити, що формування попиту на приватні блага базується на відмінностях в обсягах споживання й оцінці благ на основі принципів виключення (не здатні заплатити за товар - виключаються як споживачі даного блага) і платності на основі обмеженості ресурсів і доходів (мал. 1 а). Стан рівноваги (крапка  $E$ , у ній гранична корисність,  $MU$ , дорівнює граничним витратам,  $MC$ ) встановлюється при створенні  $OH$  од. приватних благ при ціні  $(P) OC$ . Споживач  $A$  здобуває  $OF$  од., а  $B$  -  $OG$ . Разом вони купують  $OH = OF + OG$  одиниць.

Економічна природа чисто суспільних благ (мал.1 б) визначається тим, що (на відміну від приватних) вони надходять споживачам у рівній кількості, але при різній граничній оцінці даного обсягу: стан рівноваги встановлюється при створенні  $ON$  одиниць приватних благ при ціні  $(P) OK$ . Для споживача  $A$  рівноважною ціною буде  $OM$ , а для  $B$  -  $OL$ , за однакового обсягу благ. Таким чином, крива сукупного попиту суспільних благ ( $DA_{+E}$ ) утворюється в результаті не горизонтального, а вертикального підсумовування кривих індивідуального попиту.

Результат від споживання частково суспільних благ (змішаних благ) на рівні окремих споживачів зводиться до підвищення якості життя. Вигода від їхнього виробництва й споживання з позицій суспільства позитивно впливає на розвиток економіки в цілому: ринок внаслідок властивої йому економічної природи враховує, як правило, попит окремих споживачів на них. Неможливість ринку врахувати потреби суспільства в суспільних благах приводить до скорочення їх виробництва в порівнянні з реальним попитом на них (мал.1в). Споживачі платять за використання тільки  $OR$ , меж тем ринкова ціна на дані блага становить  $OT$ : різниця між повними витратами й фінансовими надходженнями від споживачів покривається за рахунок субсидій донорів, що фактично субсидіюють підприємства ( $RTCF$ ).

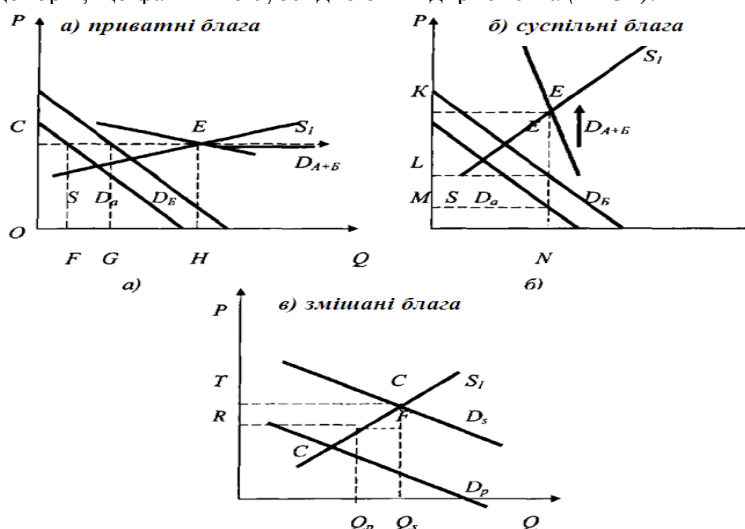


Рис. 1. Відмінності в попиті та пропозиції приватних, суспільних та мішаних благ [7].

У рамках форми присвоєння благ і факторів виробництва відомо, що вся організаційна множина підприємств поділяється на комерційні (організаційна мета - максимізація прибутку) і некомерційні (організаційна мета - вирішення суспільно-значимих завдань або протиріч). При цьому засновниками обох груп, комерційних і некомерційних організацій, можуть виступати відповідні сектори економіки - держструктури, бізнес, організовані домашні господарства (некомерційні організації). Наприклад:

- держструктура може бути представлена певним міністерством або відомством, націленими на досягнення суспільних інтересів, а також муніципальним підприємством, орієнтованим на максимізацію прибутку;
- бізнес-структура може бути представлена класичним ТОВ або ВАТ, орієнтованим на прибуток, а також асоціацією/фондом, діяльність яких спрямована на оптимізацію бізнес-середовища або бізнес-співтовариства;
- неприбуткова організація може бути представлена громадською ініціативою з поліпшення життєдіяльності зацікавлених груп громадян, а також філією цієї ж організації, що займається підприємницькою діяльністю.

У випадках, коли мова йде про ступінь організаційної розгалуженості підприємства за рівнями економіки, можна говорити про корпорації, що працюють і проєктують соціальну орієнтацію:

- усередині регіональної економічної системи;
- в процесі та на рівні міжрегіонального співробітництва;
- на рівні міжнародної або багатонаціональної діяльності організаційних структур.

**Висновки.** Таким чином, можна резюмувати, що різні (за інституціональним походженням, оскільки можуть бути створені та підконтрольні держорганам, бізнесу, недержавним організаціям), соціально-економічні системи можуть проєктувати свій власний ступінь і рівень соціальної орієнтації, створюючи різні економічні блага (приватні, суспільні, змішані на мікро-, мезо-, макrorівнях господарської діяльності) і генеруючі характерний інституціональний зміст КСВ.

#### Джерела та література:

1. Revel J. L'institution et le social / J. Revel // Les formes de l'expérience: Une autre histoire sociale / Sous la dir. de Bernard Lepetit. – Paris, 1995. – P. 81.
2. Сапир Ж. К экономической теории неоднородных экономических систем: Опыт исследования децентрализованной экономики / Ж. Сапир; пер. с фр. под ред. Н. А. Макашевой. – М. : ГУ ВШЭ, 2001. – С. 216-222.
3. Основы экономической теории : учеб. пособие / В. Л. Ключня, М. Л. Зеленкевич, Н. В. Черченко и др.; под ред. В. Л. Ключни. – Мн. : ИП "Экоперспектива", 1997. – 336 с.
4. Белоусов В. М. Некоммерческие институты: закономерности становления и функционирования / В. М. Белоусов, Е. М. Бортник, С. В. Фатева. – Ростов н/Д. : Инфосервис, 2003. – С. 32-34.
5. Нурғалиев Р. Г. Формирование предпринимательства в современной России: экономические аспекты / Р. Г. Нурғалиев. – М. : Экономика, 2002.
6. Гохан П. А. Слияния, поглощения и реструктуризация компаний / П. А. Гохан; [пер. с англ.]. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2004.
7. Гальперин В. М. Микроэкономика : в 2-х т. / В. М. Гальперин, С. М. Игнатъев, В. И. Моргунов; Ин-т "Экономическая школа". – СПб., 2004.

**Кравцова О.М.**

**УДК 65.016.8(477)**

### ДОСЛІДЖЕННЯ ОЗНАК ФІКТИВНОГО БАНКРУТСТВА У МІЖНАРОДНІЙ ПРАКТИЦІ ТА В УКРАЇНІ

Ринкова економіка володіє багатьма інструментами, які використовуються для регулювання відносин між підприємствами, між підприємством і державою, підприємством і різними державними та недержавними організаціями. Механізм банкрутства служить для відновлення платоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності, які опинилися у скрутному фінансовому стані; забезпечує баланс інтересів держави і суб'єктів підприємницької діяльності, надаючи можливість менш болісно ліквідувати збанкрутілі підприємства та підтримати ті підприємства, які ще можна зберегти у якості суб'єктів господарювання, захищає майнові права кредиторів, які потерпають збитки через неплатоспроможність своїх контрагентів, виступає інструментом перерозподілу ресурсів та заміни неефективного власника.

Економічна криза збільшує вірогідність появи банкрутства. Самими незахищеними виявляються невеликі приватні підприємства, які втрачають обсяг замовлень, контрагентів, вимушені знижувати ціни на свою продукцію, послуги під тиском конкурентів або втрачають свої активи в операціях із недобросовісними дебіторами. У результаті підприємства накопичують збитки, борги і вимушені розпочинати процедуру банкрутства за власною ініціативою.

Але поряд з цим руйнівну силу механізму банкрутства часто використовують у корисних цілях, не дарма у законодавстві багатьох країн введено поняття навмисного банкрутства, фіктивного банкрутства та доведення до банкрутства. Незважаючи на те, що кримінальними кодексами багатьох розвинутих країн передбачено покарання за злочини, пов'язані із банкрутством, використання інституту банкрутства у злочинних цілях продовжується, зростає кількість тяжких банкрутств і суми збитків від цих злочинів.

Метою статті є визначення сутності фіктивного банкрутства у міжнародній та вітчизняній практиці та аналіз методики виявлення його ознак.

За своєю сутністю фіктивне банкрутство представляє собою обманні дії, коли підприємство оголошує себе банкрутом, тобто неспроможним задовольнити вимоги кредиторів, а реально така можливість сплатити борги існує. При цьому підприємство незаконно використовує привілеї механізму банкрутства, які йому надаються під час ведення процедури. А за цей час можна перевести та сховати найважливіші активи, а зобов'язання перед кредиторами будуть вважатися погашеними. Тобто підприємство отримує своєрідне безповоротне інвестування з боку ошуканих кредиторів.

Кримінальну відповідальність за організацію фіктивного банкрутства передбачають правові норми більшості держав. Розглянемо основні з них.

За даними судової статистики в США, з усіх справ, що розглядаються в судах з банкрутства, 80-85% закінчуються реорганізацією підприємств, 15-20% - їх ліквідацією, і тільки по 1,1 % винні в умисному