

прогноз фінансових результатів діяльності підприємства та всебічна оцінка отриманих даних є важливою інформаційною основою для керівництва підприємства щодо формування і впровадження подальшої стратегії розвитку підприємства, та корегування короткострокових планів за рахунок зміни тактичних завдань і цілей. Точність і достовірність прогнозу залежатимуть від повноти обсягу підбору статистичної інформації щодо результатів діяльності підприємства за минулі періоди та правильності врахування чинників зовнішнього середовища, що впливатимуть на підприємство. Але варто пам'ятати, що прогнозування не дає можливість передбачити усі події, що відбуватимуться в навколишньому середовищі підприємства в майбутньому зі стовідсотковою точністю та не дає гарантії відсутності певного ступеня ризику. Таким чином, для кожного підприємства дуже важливо мати резерви та план виходу з кризового становища навіть при дуже сприятливих результатах прогнозу.

#### Список використаних джерел

1. Бобирь, О.І. Прогнозування фінансового стану підприємства [Електронний ресурс] / О.І. Бобирь, М.Р. Бовсуновський. – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/23\\_SND\\_2008/Economics/27132.doc.htm](http://www.rusnauka.com/23_SND_2008/Economics/27132.doc.htm) (дата звернення : 16.05.2016). – Назва з екрана.
2. Лазарева, А. С. Особливості аналізу фінансових результатів на підприємстві [Текст] / А.С. Лазарева // Управління розвитком. – 2013. – № 4(144). – С. 175–178.
3. Лісничка, Т. В. Удосконалення методики аналізу фінансових результатів [Текст] / Т. В. Лісничка // Управління розвитком. – 2013. – № 4(144). – С. 122–124.
4. Цмоць, О.І. Прогнозування фінансового стану підприємства за допомогою штучних нейронних мереж [Текст] / О.І. Цмоць // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.9. – С. 347–352.



**Галак Костянтин**

аспірант

*Науковий керівник: д.е.н., професор Сопко В.В.*

Київський Національний торговельно–економічний університету  
м. Київ

## ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНО–ОРІЄНТОВАНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

На міжнародному рівні порівняно не давно почали глобально говорити про відповідальність суб'єктів господарювання перед суспільством. Відповідальні, свідомі керівники приділяють цьому увагу ще із заснуванням суб'єкта господарювання, а відтак крім основної діяльності здійснюють соціально–орієнтовану діяльність.

На думку автора не можливо розглядати економіко–правову сутність будь–якого об'єкту дослідження не знаючи причину виникнення, історію розвитку. Здійснюючи соціально–орієнтовану діяльність будь–який суб'єкт здійснює витрати і при можливості

отримує доходи від такої діяльності, тому бухгалтерський облік не може триматись осторонь від цієї проблематики.

Теоретичне підґрунтя концепції соціальної відповідальності бізнесу було закладене у XVIII ст., коли відбувалися індустріальні революції та формувалося сучасне уявлення про підприємництво [1, с. 36]. Власники підприємств брали на себе відповідальність за своїх працівників, керуючись при цьому власними релігійними чи етичними переконаннями. На початку XX ст. у США зароджується доктрина капіталістичної благодійності, згідно якої прибуткові організації повинні жертвувати частиною своїх коштів на користь суспільства, будувати свої відносини з державою та суспільством за новими правилами і розвивати програми в галузі екології і захисту праці.

Вперше про соціальну відповідальність, як явище, заговорили в США, у місті Чикаго [2, с. 44]. У 1905 році там зародився рух Ротарі (Rotary), суть якого полягала в тому, що люди з великими достатками повинні вносити свій вклад в розвиток економіки та суспільства в цілому. Сьогодні в Ротарі входять понад 1,2 млн. лідерів бізнесу та суспільного життя з усього світу, що втілюють проекти з метою подолання бідності, хвороб, голоду, неписьменності, забруднення довкілля, підтримують представників нового покоління [3].

Сучасного розуміння поняття «корпоративна соціальна відповідальність» набуло після виступу Генерального секретаря ООН Кофі Анана на Всесвітньому економічному форумі в Давосі, коли він закликав лідерів найбільших компаній світу приєднатися до Глобального договору, в рамках якого створюються умови для співпраці бізнесу з установами ООН, профспілками, неурядовими організаціями для втілення в життя загальних принципів соціальної рівності та збереження довкілля [4, с. 328–329].

Переклад його виступу українською мовою: «Ми зрештою маємо обрати між всесвітньою торгівлею, до якої спонукає лише прагнення швидкого одержання прибутку, і торгівлею з людським обличчям. Між тим світом, що прирікає чверть людства на злидні, і тим, що залишає кожному хоча б один шанс на розвиток у здоровому суспільстві. Між боротьбою егоїстів, в якій кожен ігнорує долю переможених, і майбутнім, в якому сильніші перебирають на себе всю відповідальність, демонструючи тим самим глобальне бачення та лідерство» [5, с. 149–158, с. 15].

Глобальний договір базується на громадській відповідальності та ініціативі зацікавлених сторін, поставив завдання розвитку принципів соціальної відповідальності бізнесу, забезпечення його участі у вирішенні найгостріших проблем глобалізації. Таким чином, приватний сектор економіки у співпраці з іншими соціальними партнерами, зможе сприяти реалізації формування глобальної економіки.

Перші наукові підходи до розуміння сутності корпоративної соціальної відповідальності зародилися в 50-х роках XX століття. Провідна роль у їх розвитку належала американським вченим, тоді як у Європі ця концепція офіційно знайшла своє відображення у документі Європейської комісії «Зелена книга», що був опублікований у 2001 році. Порівняно не давно і саме тому дослідження цієї теми й досі актуальне.

У цілому соціальна відповідальність бізнесу – це політика, яка свідомо і цілеспрямовано обирається компанією для того, щоб не просто існувати та отримувати прибуток, а добровільно робити свій позитивний внесок у розвиток сучасного

суспільства. При цьому, отримання надприбутків вже не є основною або єдиною метою суб'єктів господарювання.

Визначною стала публікація статті Нобелівського лауреата, видатного економіста М. Фрідмена «Соціальна відповідальність бізнесу», в якій автор зазначав, що єдиним соціальним зобов'язанням бізнесу є примноження прибутку з дотриманням правил конкуренції [1, с. 37–38]. Незважаючи на такий підхід, концепція корпоративної соціальної відповідальності отримала свій подальший розвиток і визнання на міжнародному рівні.

Світовий досвід сформував критерії, відповідність яким дозволяє визначити суб'єкт як соціально відповідальний. [6, с. 334]. До них належать: добросовісна сплата податків; виконання вимог міжнародного, державного, регіонального законодавства; виробництво та реалізація якісної продукції; реалізація корпоративних програм з охорони здоров'я, благодійних і спонсорських проектів; захист екології та ін.

Враховуючи визначення підприємництва відповідно до Господарського кодексу України та з урахуванням концепції соціальної відповідальності бізнесу науковець Жиглей І.В. соціально відповідальну діяльність трактує як самостійну, ініціативну, систематичну, на власний ризик господарську діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання як задоволення інтересів всіх груп зацікавлених осіб на взаємовигідних умовах з метою досягнення економічних і соціальних результатів [7, с. 46–48].

Говорячи про соціально–орієнтовану діяльність яка направлена на людей, автор вважає, що її виникнення зумовлене потребою суспільства до соціальних взаємовідносин, розвитком людей як особистостей, усвідомлення людьми відповідальності один перед одним та довкіллям.

Враховуючи концепцію соціальної відповідальності, яку було розглянуто вище, та у зв'язку з тим, що поняття «соціально–орієнтована діяльність» розроблене недостатньо, пропонується наступне його визначення: Соціально–орієнтована діяльність – це свідомо, ініціативна, на власний ризик господарська діяльність суб'єктів господарювання пов'язана з виконанням дій (та/або дотриманням принципів) з соціальної відповідальності перед суспільством.

#### Список використаних джерел

1. Охріменко, О.О. Соціальна відповідальність [Текст] : навч. посіб. / О.О.Охріменко, Т.В.Іванова. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. –180 с.
2. Бержанір, А.Л. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник підвищення ефективності сучасного бізнесу [Текст] / А.Л.Бержанір // Економіка і організація управління. – 2014. – № 1 (17) – 2 (18)
3. Ротарі клуб в Україні / Офіційний Інтернет–сайт / Режим доступу: <http://www.rotary.org.ua/znaiomtes-z-rotari/istoriia-rotari.html> (дата звернення : 16.05.2016). – Назва з екрана.
4. Халда Н. О. Соціальна відповідальність бізнесу як складова людського розвитку в Україні та світі [Текст] / Н.О.Халда // Наука й економіка. – 2013. – № 4 (32), Т. 2 – С. 328–329.
5. Буко С. Корпоративна соціальна відповідальність як принцип ціннісно зорієнтованого менеджменту [Текст] / С. Буко // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2006. – № 2. – С. 149–158.
6. Сивак О.Б. Соціальна відповідальність в підприємницькій діяльності: вітчизняний та зарубіжний досвід [Електронний ресурс] / О.Б.Сивак. – Режим доступу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/3224/1/35.pdf> (дата звернення : 16.05.2016). – Назва з екрана.

7. Жиглей, І.В. Облікове забезпечення соціально відповідальної діяльності в умовах антикризового управління [Текст] / І.В.Жиглей. – ВІСНИК ЖДТУ. – 2013. – № 2 (64).



**Гапак Наталія**

к.е.н., доцент

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

м. Ужгород

## **МОДЕЛЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: ЕМПІРИЧНИЙ АНАЛІЗ НА ПРИКЛАДІ АКЦІОНЕРНИХ ШВЕЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗАКАРПАТТЯ**

Багатофакторний регресійний аналіз допомагає знайти вигляд залежності досліджуваного показника від чисельних факторів, що впливають на його зміну, а також кількісно оцінити їх вплив.

Так, наприклад як вихідні дані для дослідження факторів ефективності діяльності підприємств з пошиття одягу Закарпатської області було використано інформацію бухгалтерської звітності даних підприємств за 7 років. На Закарпатті функціонує 5 підприємств з пошиття одягу у формі акціонерних товариств. Для побудови моделі прибутковості було використано дані трьох з них, що становить 60% від усієї вибірки і є цілком достатнім для можливості застосування моделі на всіх аналогічних підприємствах регіону.

Відібрані для моделювання фактори інтерпретовано у лінійну регресію виду

$$Y = A_0 + A_1X_1 + A_2X_2 + A_3X_3 + A_4X_4, \quad (1)$$

де  $Y$  – чистий прибуток;

$x_1$  – продуктивність праці;

$x_2$  – власні оборотні кошти;

$x_3$  – тривалість фінансового циклу;

$x_4$  – операційні витрати на одиницю продукції.

Продуктивність праці характеризує ефективність використання трудових ресурсів підприємства (розрахований коефіцієнт кореляції з чистим прибутком складає 0,8). Власні оборотні кошти, з одного боку, визначають ліквідність, а з іншого – фінансову стійкість фірми. Слід відмітити, що, відповідно до законодавства України про банкрутство, для діагностики неплатоспроможності підприємств застосовується показник загальної ліквідності та різні його інтерпретації. Проте, рівень кореляції чистого прибутку і загальної ліквідності для розглянутих типів підприємств виявився недостатнім для можливості розгляду даного показника як фактору моделі. Показник швидкої ліквідності показав ще нижче значення коефіцієнту кореляції з чистим прибутком – 0,531. Тому для врахування даного аспекту (здатності підприємства розраховуватися за зобов'язаннями та рівня фінансової стійкості) при моделюванні прибутковості підприємств було обрано