

Таблиця 2

Ранжування факторів прямого впливу на трудовий потенціал підприємств АПК за характером їхнього впливу на фінансове становище підприємства

Становище підприємства			
Фактори, що примножують чистий прибуток	Причина класифікації	Фактори, що запобігають фінансовим збиткам	Причина класифікації
ФГ «Марія»			
Вартість основних засобів	додатний коефіцієнт b	Середньооблікова чисельність персоналу	від'ємний коефіцієнт a при додатному коефіцієнті b
Фондоозбросність		Фонд оплати праці	від'ємний коефіцієнт b
Фондоозбросність машинами та обладнанням		Продуктивність праці	
Вартість машин та обладнання		Середня заробітна плата	
		Фактична продуктивність праці	
		Повна собівартість продукції	
	Загальні витрати на виробництво		
ТОВ «Валена»			
Продуктивність праці	додатний коефіцієнт b	Вартість основних засобів	від'ємний коефіцієнт b
Фондоозбросність		Рентабельність персоналу	
Фондоозбросність машинами та обладнанням			

Складено автором

Розглядаючи залежності між показниками на двох підприємствах маємо неоднозначність зв'язків – на ФГ «Марія» вартість основних засобів є фактором, що примножує результативність трудового потенціалу підприємства, а продуктивність праці – фактор, що запобігає фінансовим збитками підприємства. Натомість, на ТОВ «Валена» ці чинники помінялися місцями в даних групах. Проте фондоозброєність персоналу в обох випадках залишилася чинником, що примножує можливості трудового потенціалу підприємства АПК.

Висновки та пропозиції. Отже, відмінні риси результатів кореляційно-регресійного аналізу свідчать про необхідність врахування особливостей кожного підприємства в управлінні трудовим потенціалом підприємства АПК. А систематизація спільних рис дає можливість визначити важелі впливу на його ефективність. Для подальшого оцінювання трудового потенціалу та факторів, які на нього впливають рекомендуємо скористатися методом множинної регресії. Бо саме він дозволить побудувати математичну модель щодо розміру трудового потенціалу підприємства з урахуванням декількох факторів, які на цей розмір впливають. До того ж, даний математичний метод дозволяє оцінити ступінь взаємного впливу цих факторів на розмір трудового потенціалу та один на одного.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ:

1. Экономика сельского хозяйства: учебн. пособ. / [Минаков И. А., Смирнов Г. Е., Касторнов Н. П. и др.]; под ред. И. А. Минакова. — М.: КолосС, 2006. — 288с.
2. Управление персоналом организации: учебник / Под ред. А.А. Кибанова. — 4-е изд., доп. И перераб. — М.: ИНФРА-М, 2010. — 695 с.
3. Зубрицька Я. О. Оцінка факторів впливу на трудовий потенціал підприємства АПК / Я. О. Зубрицька // Міжнародна школа-симпозіум «Аналіз, моделювання, управління, розвиток економічних систем» (АМУР-2013). — м. Севастополь, 2013 р. — С.193-196.
4. Стаття мелітополь 2014
5. Гмурман В.Е. Руководство к решению задач по теории вероятностей и математической статистике: учеб. пособие для студентов вузов / В.Е. Гмурман. — М.: Высш.шк., 2001. — 400 с.
6. Фатхутдинов Р.А. Разработка управленческого решения: учебник для вузов. — 2-е изд., доп. — М.: ЗАО «бизнес-школа «Интел-Синтез», 1998. — 272 с.
7. Шишкин Е.В. Математические методы и модели в управлении: учеб. пособие / Е.В. Шишкин, А.Г. Чхартишвили. — М.: Дело, 2004. — 440 с.
8. Зубрицька Я.О. Використання кореляційно-регресійного аналізу в управлінні трудовим потенціалом підприємства АПК / Я. О. Зубрицька // Інвестиції: практика та досвід. — 2013. — № 18. — С. 110-113.
9. Справочник по математике для экономистов: учеб. пособие / Под ред. В.И. Ермакова. — 3-е изд., перераб. И доп. — М.: ИНФРА-М, 2011. — 464 с.
10. Красс М.С. Математика для экономических специальностей: учебник. — М.: ИНФРА-М, 1999. — 464 с.
11. Зубрицька Я. О. Застосування методу множинної регресії в управлінні трудовим потенціалом підприємства АПК / Я. О. Зубрицька // Формування соціально-економічного розвитку суспільства: зб. матеріалів міжнар. науково-практичної конференції. — Одеса: ЦЕДР, 2013. — С. 75-78.

УДК 330.87

**СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЕЛЕМЕНТ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ
ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ**

Іксарова Н.О., к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки Київського національного торговельно-економічного університету (Україна)

Іксарова Н.О. Соціальна відповідальність як елемент стратегії економічного розвитку транснаціональних корпорацій

У статті досліджено сутність соціальної відповідальності як економічної категорії та основні принципи її реалізації. Визначено, що до основних причин підвищення ролі соціальної відповідальності в розвитку ТНК є перенасичення ринку стандартизованими товарами, в результаті чого корпораціям доводиться шукати додаткові інструменти збереження прихильності споживачів, найбільш ефективним серед яких є надання покупцям можливості за умови купівлі необхідної продукції задовольнити не лише базові, але і ієрархічно вищі потреби: потребу у безпеці, соціалізації, самовираженні. Обґрунтовано, що наслідком актуалізації парадигми соціальної відповідальності стає підвищення рівня соціальної захищеності населення та перерозподіл коштів від найбільших суб'єктів світового господарства (ТНК) до найбільш вразливих соціальних груп. Доведено, що за умови посилення впливу на вітчизняний ринок зарубіжних ТНК відбувається зміна

формату українського бізнес-середовища, формується соціально відповідальний споживач, для задоволення інтересів якого вітчизняним компаніям необхідно реалізувати заходи із соціалізації діяльності. У нинішніх умовах, коли вітчизняний споживач готовий до переходу на споживання української продукції як через підвищення рівня національної самосвідомості, так і внаслідок цінової неконкурентоспроможності імпорту, дотримання принципів соціальної відповідальності є передумовою посилення позицій українських компаній на внутрішньому ринку.

Ключові слова: соціальна відповідальність, транснаціональна корпорація, потреби, міжнародна конкурентоспроможність.

Иксарова Н.А. Социальная ответственность как элемент стратегии экономического развития транснациональных корпораций

В статье исследована сущность социальной ответственности как экономической категории и основные принципы ее реализации. Определено, что к основным причинам повышения роли социальной ответственности в развитии ТНК является перенасыщение рынка стандартизированными товарами, в результате чего корпорациям приходится искать дополнительные инструменты сохранения приверженности потребителей, наиболее эффективным среди которых является предоставление покупателям возможности при покупке необходимой продукции удовлетворить не только базовые, но и иерархически высшие потребности: потребность в безопасности, социализации, самовыражении. Обосновано, что следствием актуализации парадигмы социальной ответственности становится повышение уровня социальной защищенности населения и перераспределение средств от крупнейших субъектов мирового хозяйства (ТНК) в пользу наиболее уязвимых социальных групп. Доказано, что при условии усиления влияния на отечественный рынок зарубежных ТНК происходит изменение формата украинской бизнес-среды, формируется социально ответственный потребитель, для удовлетворения интересов которого отечественным компаниям необходимо реализовать меры по социализации деятельности. В нынешних условиях, когда отечественный потребитель готов к переходу на потребление украинской продукции как из-за повышения уровня национального самосознания, так и вследствие ценовой неконкурентоспособности импорта, соблюдения принципов социальной ответственности является предпосылкой усиления позиций украинских компаний на внутреннем рынке.

Ключевые слова: социальная ответственность, транснациональная корпорация, потребности, международная конкурентоспособность.

Iksarova N. Social responsibility as element of economic development strategies of transnational corporations

The essence of social responsibility and basic principles of its implementation are researched in the article. It was determined that the main reason for increasing of the role of social responsibility in the development of TNC is that consumers are bored with standardized commodities, that makes corporations to look for additional tools to attract them, and the most effective way to do that is to give ability to customer by buying necessary products to satisfy not only basic, but and hierarchically higher needs: the need for security, socialization, self-expression. It is proved that the effect of updating the paradigm of social responsibility is the growth of social protection of the population and the redistribution of financial resources from main players of global economy (TNC) to the most vulnerable social groups. It is proved that under conditions of growing influence of foreign multinationals corporations on the domestic market the format of Ukrainian business environment was changed: now we have socially responsible consumer, and in order to meet their interests it's necessary for domestic companies to implement measures of socialization.

Keywords: social responsibility, transnational corporations, needs, international competitiveness.

Формат міжнародного бізнесу сьогодні зазнає докорінних змін – одним зі стратегічно важливих активів підприємства у нинішніх умовах стає репутація, над підтримкою якої транснаціональні корпорації працюють не менше ніж над розробкою нових технологій. Провідні компанії намагаються отримати переваги над конкурентами не лише у сфері якості та ціни продукції – неодмінним атрибутом успіху на міжнародному ринку стають сьогодні дотримання моральних стандартів у стосунках з працівниками та партнерами, повага правил бізнес-етики при участі у конкурентній боротьбі, захист навколишнього середовища та участь у благодійних проектах. За умови насичення ринку товарами, необхідними для задоволення первинних потреб, для досягнення переваг над конкурентами транснаціональним корпораціям необхідно запропонувати споживачам «бонуси», що дозволять у тій чий іншій мірі задовольнити ієрархічно вищі потреби. Саме тому одним з ключових елементів стратегії розвитку ТНК сьогодні стає соціальна відповідальність як явище, що дозволяє бізнесу говорити зі споживачами зрозумілою останнім мовою.

Актуальність дослідження соціальної відповідальності як чинника успіху ТНК у конкурентній боротьбі пояснюється виключною роллю міжнародних компаній у розвитку вітчизняної економіки. Так, не можна заперечувати, що іноземне інвестування в економіку дозволяє вітчизняним підприємствам отримати не лише необхідні для розвитку грошові кошти, але й сучасні технології ведення бізнесу, виробничі інновації, управлінський досвід. Дослідження особливостей формування стратегій ТНК на споживчих ринках дозволить вітчизняним компаніям зрозуміти, на які аспекти комунікацій зі споживачами доцільно звертати особливу увагу як для посилення позицій на внутрішньому ринку, так і для досягнення успіху за кордоном.

Соціальну відповідальність як економічну категорію досліджували у своїх роботах такі вчені як В. Бібік, О. Березіна, Л. Власюк, Н. Водницька, В. Гесць, В. Деметров, А. Колот, І. Курило, О. Макара, О. Новікова, О. Палій, С. Пирожков, М. Солдатенко, О. Яковенко. Проте роль соціальної відповідальності у діяльності ТНК і, зокрема, її місце у досягненні лідируючих позицій у конкурентній боротьбі досліджено у вітчизняній літературі недостатньо. Зазначене вказує на необхідність поглибленого вивчення зазначеної проблеми в контексті динамічної транснаціоналізації вітчизняної економіки.

Метою статті є дослідження причин та наслідків посилення ролі соціальної відповідальності як елемента стратегії розвитку транснаціональних корпорацій. Завданнями статті є: дослідження сутності соціальної відповідальності як економічної категорії та визначення її принципів, обґрунтування причин переходу ТНК до соціальноорієнтованої парадигми ведення бізнесу, виявлення наслідків соціалізації діяльності ТНК, визначення ролі ТНК у розвитку економіки України та визначення напрямів посилення ролі соціальної відповідальності у діяльності компаній на вітчизняному ринку.

Термін «соціальна відповідальність» для міжнародного бізнесу відносно новий – вперше його було використано у середині 50-х років минулого століття. За достатньо короткий термін «соціальна відповідальність» еволюціонувала від другорядного поняття до однієї з провідних концепцій діяльності найуспішніших міжнародних компаній. У загальному розумінні «соціальна відповідальність» являє собою відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем [1]. На наш погляд даний підхід достатньо повно висвітлює сутність соціальної відповідальності як бізнес-концепції, оскільки зосереджує увагу на усіх аспектах функціонування компанії.

Стандарт ISO-26000 визначає основні принципи дотримання бізнес-суб'єктами норм соціальної відповідальності. До них належать підзвітність, прозорість, етична поведінка, взаємодія з зацікавленими сторонами, дотримання національних та міжнародних правових норм та повага до прав людини [1].

Принцип підзвітності полягає у тому, що кожна корпорація, яка визначила соціальну відповідальність як базову концепцію свого розвитку, має звітувати щодо впливу від своєї діяльності на суспільство і довкілля, повідомляючи при цьому не лише факти, що позитивно можуть вплинути на репутацію підприємства, але й ті, оприлюднення яких може запобігти негативним соціальним явищам чи техногенним катастрофам.

Принцип прозорості полягає у чесній і відкритій позиції корпорації щодо взаємодії з усіма групами впливу: працівниками, споживачами, партнерами, конкурентами. Уся інформація, яка в тій чи іншій мірі стосується інтересів груп впливу на підприємство, має надаватися у зрозумілій формі та у обсязі, що не дозволяє зробити неоднозначні висновки з отриманих даних. Прозорість, яка означає, що організації слід бути прозорою в її рішеннях і діяльності, які впливають на інших.

Етична поведінка як принцип соціальної відповідальності передбачає, що організація повинна приймати і застосовувати стандарти

етичної поведінки, які якнайповніше відповідають її призначенню і сфері її діяльності. Організація повинна розвивати структуру управління так, щоб вона сприяла поширенню принципів етичної поведінки як усередині організації, так і в процесі взаємодії з іншими. Зазначений принцип близький до принципу взаємодії з зацікавленими сторонами, який означає, що організації слід поважати, розглядати інтереси її зацікавлених сторін та всемірно взаємодіяти з ним[1].

Надзвичайно важливим за умов дотримання концепції соціальної відповідальності є дотримання підприємством норм національного та міжнародного права. У контексті соціальної відповідальності принцип дотримання правових норм означає, що організація має дотримуватися всіх чинних законів і правил, вживати заходів, аби бути обізнаною щодо змін законодавства. При цьому мова йде не лише про норми національного законодавства, але й про міжнародні норми, які є важливими для сталого розвитку і добробуту суспільства в усіх країнах світу.

Одним з ключових принципів соціальної відповідальності є також дотримання прав і свобод людини як у стосунках з працівниками підприємства, так і при задоволенні інтересів споживачів.

Дотримання усіх зазначених принципів набуває виключного значення для компаній сьогодні, оскільки споживач, обираючи серед великої кількості подібних товарів, які не мають істотних відмінностей, керується суб'єктивними вподобаннями, базою для яких є інформація про імідж компанії. З одного боку, бажання купувати товари «соціально відповідальних» компаній пояснюється, як зазначалося, бажанням споживачів через купівлю повсякденних товарів та послуг задовольнити потреби у безпеці, причетності і навіть самовираженні. Так, числення диспути щодо складної екологічної ситуації в світі обумовлює бажання споживачів купувати товари, які вироблені з дотриманням екологічних стандартів компаніями, які реалізують численні зелені проекти. Небажання купувати продукцію, яка випробовується на тваринах, або ж навпаки підтримка компаній, які допомагають онкохворим чи дітям з неблагополучних родин є шляхом задоволення потреби у самовираженні – купуючи подібну продукцію споживачі тим самим демонструють власну соціальну позицію. Купівля продукції соціально-орієнтованих корпорацій може бути також відповіддю на модні тенденції суспільстві – за зазначених вищевказаних умов ті особистості, що не мають чітко виражених поглядів та уподобань, можуть ставати споживачами товарів соціально-орієнтованих ТНК через те, що їх найближче оточення або ж соціальні групи, до яких вони б хотіли належати, активно підтримують ті чи інші компанії.

З іншого боку, підвищення значущості соціальної відповідальності можна пояснити також тим, що з розвитком транснаціональних корпорацій на них починає працювати все більша кількість найманих працівників з усіх куточків світу, які, окрім іншого, є кінцевими споживачами різноманітних товарів та послуг. З огляду на те, що однією з основних складових соціальної відповідальності є етичне ставлення бізнесу до персоналу, з розширенням масштабів діяльності ТНК перехід до парадигми соціальної ефективності є передумовою успіху на ринку.

Посилення ролі соціальної відповідальності сьогодні справляє в цілому позитивний вплив на економіку, оскільки загострення уваги провідних ТНК до вирішення глобальних проблем обумовлює акумулювання зусиль світового співтовариства щодо їх вирішення. Окрім цього, механізм соціальної відповідальності виконує також розподільчу функцію в економіці, забезпечуючи перерозподіл коштів найбагатших суб'єктів (ТНК) на користь тих соціальних груп, які найбільше цього потребують. У той самий час, характерною рисою сьогодення є те, що за умови активної реалізації заходів щодо дотримання правових норм та правил, створення систем соціального захисту працівників та інформування споживачів про діяльність компаній, етика ділової поведінки та норми взаємодії з партнерами та конкурентами істотно вдосконалені не були. Таким чином, можна зробити висновок, що соціальна відповідальність сьогодні є скоріше інструментом боротьби за споживача, аніж реальною концепцією ведення бізнесу, спрямованою на підвищення якості міжнародних економічних відносин. Тим не менш, для того, щоб залишатися конкурентоспроможними в умовах експансії ТНК, національних підприємств доцільно переймати норми соціальної поведінки останніх, оскільки споживачі, і зокрема жителі країн, що розвиваються, та країн з перехідною економікою, надзвичайно чутливі до заходів, які реалізуються для вирішення гострих соціальних та екологічних проблем.

Для України, яка нині є надзвичайно залежною від діяльності ТНК, впровадження у практику їх досвіду є передумовою посилення їх внутрішньої міжнародної конкурентоспроможності. Очевидно, що попри значну кількість позитивних сторін прямого іноземного інвестування, яке здійснюють транснаціональні корпорації, їх вихід на ринок України провокує низку загроз, зокрема: витіснення з ринку національних виробників, неспроможних виробляти продукцію так само ефективно як транснаціональні корпорації, скорочення у середньостроковій перспективі кількості зайнятих у філіалах ТНК через автоматизацію бізнес-процесів або ж, навпаки, поглиблення технологічного відставання підприємств галузі через небажання менеджменту ТНК інвестувати в оновлення технологій. Фактично, за умови виходу на ринок транснаціональних корпорацій, держава втрачає можливість контролювати їх діяльність, що ставить країну в залежність від рішень, які приймаються за її межами. У випадку значної кількості ТНК на ринку країни, тобто коли більшість галузей економіки розвиваються за рахунок іноземного капіталу, уряд країни повинен постійно діяти з врахуванням їх інтересів для недопущення процесів дезінвестування, що призведуть до проблем в економіці. Відповідно, економічний суверенітет за таких умов є відносним, оскільки більшість рішень підпорядковуються інтересам не національних, а міжнародних компаній. Це обумовлює необхідність розвитку національних підприємств, спроможних грати на внутрішньому ринку за правилами ТНК.

В умовах обмеженості фінансових ресурсів необхідність їх залучення з зовнішніх джерел є аксіомою. ТНК забезпечують роботою велику кількість населення, є найбільшими платниками податків, які, окрім іншого, часто стимулюють національні компанії до підвищення ефективності роботи. Проте, без належного державного регулювання, контролю за діяльністю ТНК з моменту входження на ринок, зазначені переваги можуть швидко перетворитися у загрози, що істотно знизять рівень економічного суверенітету. З огляду на це, лише обґрунтована політика у сфері інвестування, особливо коли мова йде про інвестування в існуючі об'єкти, може забезпечити отримання країною значних переваг за умов збереження економічного суверенітету.

За даними вітчизняної статистики, на сьогодні основним інвестором в Українську економіку є Європейський союз. Станом на 1 січня 2014 року частка Країн ЄС сягнула 77,11% прямих іноземних інвестицій в Україну. На решту країн світу припадає більше 20% загального обсягу капіталу, при чому на Російську Федерацію — 7,4%, на 1,7 — 2,11% [2]. Переважання в економіці України європейського капіталу обумовлене, на нашу думку, просторовою близькістю України до країн Європейського Союзу, наявністю спільного кордону, що дозволяє істотно посилити контроль за ходом реалізації інвестиційного процесу та, відповідно, знизити ризики. На рівень інвестиційної привабливості України для європейських інвесторів впливає також той факт, що вітчизняний ринок є одним з найбільших у Східній Європі, до того ж рівень конкурентності даного ринку є значно нижчим за європейський. До того ж Україна має достатньо високий науково-освітній потенціал та кваліфіковану робочу силу, що при цьому є дешевшою за європейську.

Вигідним є також географічне розташування України та її достатньо розвинута транспортна інфраструктура, що забезпечує можливості координації потоків між материнською компанією — вітчизняними підприємствами-реципієнтами інвестицій та споживачами продукції, виготовленої в Україні.

Оцінюючи географічну структуру інвестиційних потоків з Європейського Союзу до України, необхідно зауважити, що вона залишається достатньо стабільною. Основним інвестором України є Кіпр, провідні позиції серед інвесторів посідають також Німеччина, Франція, Велика Британія, Австрія. Розглядаючи галузеву структуру інвестицій в економіку України з країн ЄС необхідно зауважити, що вона, у першу чергу, пояснюється різним ступенем розвитку інвесторів в Україну, їх неоднаковою спеціалізацією і, відповідно, різними економічними інтересами на території України. У цілому, значна частка прямих іноземних інвестицій в Україну спрямовується у промисловість, зокрема у металургію — 10,8%, у харчову — 25,3%, добувну — 2,9%. 26,4% спрямовується у фінансову діяльність, 10,8% - у торгівлю [2].

Основними компаніями, що інвестували кошти в українську економіку, є концерн Siemens, Thyssenkrupp AG, Bayer AG, Metro AG,

Linde AG, Mittal Steel Co NV, VS Energy International NV, ING Group, Anheuser-Busch Inbev SA, WPP Group, Astazeneca, Shell, BP, SAB Miller, Unilever, HSBCHoldings PLC, Barclays Capital, Prudential PLC, Danone Group, L'Oréal SA, Total, Perno Ricard. Серед провідних фінансових компаній в Україні інвестували кошти страхова компанія Allianz Se та Commerzbank AG, Deutsch Bank, Reiffeisen International, GLD Invest Group, Asamer, BNP Paribas, Credit Agricole SA Аха. Можна стверджувати що на сьогодні європейські інвестиції присутні у більшості вітчизняних галузей. З огляду на те, що більшість інвестиційних проєктів реалізувалися в Україні не з нуля, а через механізми злиття та поглинання зарубіжними компаніями вітчизняних підприємств, у яких були відповідні виробничі потужності для подальшого розвитку, галузева направленість інвестицій ТНК в економіку України визначалася існуючою структурою вітчизняної економіки. Так, основні кошти спрямовуються у важку промисловість, а також у сферу харчової промисловості, оскільки в Україні існують передумови для вирощування сільськогосподарської сировини, що може бути перероблена у високоякісну готову продукцію. На нашу думку, спрямування інвестицій у сферу харчової промисловості є достатньо перспективним для України. По-перше, розвиток харчової промисловості дозволить Україні зменшити обсяги імпорту харчових продуктів з-за кордону, забезпечити населення якісним продовольством за порівняно невисокими цінами, а також, у перспективі, повною мірою використовувати експортний потенціал харчової промисловості.

Логічним є значний обсяг інвестицій у сферу торгівлі в Україні. З огляду на те, що ринок України є одним з найбільших у східній Європі, а вітчизняних торговельних підприємств на ньому бракує, дана сфера є однією з найбільш привабливих для іноземного інвестування. На нашу думку, для населення України переважання на вітчизняному ринку зарубіжних гігантів сфери торгівлі є позитивним, оскільки протягом останніх 10 років відбулося істотне зростання кількості магазинів оптово-роздрібної торгівлі, а також підвищення якості обслуговування у них. У той самий час спостерігається ситуація, за якої вітчизняні компанії не мають можливості конкурувати на рівних з зарубіжними мережами, що обумовлює високу залежність вітчизняної економіки від зарубіжних інвестицій у достатньо важливий інфраструктурній сфері.

Зазначене дає підстави стверджувати, що вітчизняна економіка характеризується високим рівнем інвестиційної привабливості, що обумовило значні обсяги прямих іноземних інвестицій, спрямованих в різні її сфери. На нашу думку, на сьогодні галузева структура іноземного інвестування вимагає оптимізації з метою уникнення надмірної концентрації іноземного капіталу зокрема у сфері фінансових та ділових послуг, а також активізації інвестиційних потоків у розбудову транспортної інфраструктури та розвитку сфери наукоємних галузей економіки.

Одним з найбільш позитивних наслідків вливання виходу ТНК на ринок України є створення нових робочих місць. Так, за даними звіту аудиторської компанії Ернст енд Янгс про прями іноземні інвестиції в Україну за 2013 рік, протягом 2006 — 2012 рр. завдяки європейським інвестиціям в Україні було створено 7487 робочих місць. За результатами звітного року в Україні було створено додатково 1150 робочих місць, що є, на нашу думку, одним з найбільш позитивних напрямів впливу європейського інвестування на економіку України. Найбільше робочих місць протягом звітної періоду було створено у автомобілебудуванні (2030 робочих місць), на яке припадало усього 3% загальної кількості інвестиційних проєктів, та у харчовій сфері (1895 місць), на яку припадало лише 7% проєктів з інвестування, що проводилися в Україні. Найменша кількість робочих місць була створена у сфері ділових послуг та страхування (14 та 25 відповідно), при тому, що на них припало по 7% обсягу інвестицій в Україну (табл. 1).

Таблиця 1

Кількість створених робочих місць в основних галузях-реципієнтах інвестицій у 2006- 2012 рр.

Сектор економіки	Кількість проєктів	Частка у загальній кількості, %	Кількість створених робочих місць
Фінансові послуги	24	13	590
Логістика	17	10	361
Харчова промисловість	16	9	1895
Страхування	13	7	40025
Неметалічна мінеральна продукція	13	7	14400
Ділові послуги	12	7	20214
Інформаційні послуги	10	6	133202
Металургія	6	3	133
Автомобільна промисловість	6	3	2030
Інші	61	34	1837
Усього	178	100	7487

Джерело: Ernst and Young European Investment Monitor, 2013.[електронний ресурс]. – режим доступу: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/European-Attractiveness-Survey-2013/\\$FILE/European-Attractiveness-Survey-2013.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/European-Attractiveness-Survey-2013/$FILE/European-Attractiveness-Survey-2013.pdf)

Зазначене свідчить про неоднаковий соціальний ефект іноземного інвестування та вказує на доцільність створення в Україні у перспективі нормативів, що зобов'язуватимуть зарубіжних інвесторів створювати одне робоче місце при вкладенні у вітчизняну економіку визначеної суми коштів. З огляду на те, що частина інвестицій в Україну має вітчизняне коріння, такі дії справляють позитивний ефект на вітчизняну економіку. Окрім створення робочих місць, зарубіжні інвестиції в Україну сприяли створенню на її теренах адекватного вимогам сьогодення бізнес середовища, а також підвищенню вимог до кваліфікації спеціалістів у сфері економіки.

У цілому, вихід на ринок України соціально відповідальних ТНК справляє позитивний вплив на соціальні процеси в Україні та створює передумови для удосконалення її бізнес-середовища: вітчизняні компанії. Не бажаючи втратити найбільш якісні кадри, змушені покращувати соціальні стандарти та забезпечувати гідні умови праці для співробітників. Окрім цього, все більша кількість вітчизняних компаній починає активно брати участь у вирішенні гострих соціальних проблем (як приклад можна навести численних благодійних акцій, спрямованих на підтримку учасників та постраждалих в АТО), що є проявом підвищення рівня соціальної відповідальності українських компаній.

Діяльність ТНК на вітчизняному ринку обумовлює трансфер технологій в Україну: підвищується рівень технічного оснащення вітчизняних виробничих підприємств, управлінці знайомляться з новими технологіями ведення бізнесу. Підвищується рівень знання європейських мов у працівників транснаціональних корпорацій, а також студентів, що прагнуть обійняти посади у філіалах зарубіжних підприємств. Усе зазначене обумовлює покращення якості кадрів в Україні, що також можна віднести до проявів соціалізації міжнародного бізнесу.

На сьогодні інвестиційна політика держави та насамперед вихід на ринок соціально орієнтованих ТЕК відіграють велику роль у розвитку економіки та сприяють збалансованості та ефективності народного господарства. Іноземні інвестиції сьогодні особливо необхідні у тих сферах економіки, активізація яких допоможе вивести її з кризового стану, зняти соціальне напруження в суспільстві. Це насамперед виробництво продуктів харчування, товарів широкого попиту та послуг, ліків та іншої життєво важливої продукції. І справа тут не лише в тому, щоб забезпечити населення необхідними товарами та послугами, але й у тому, щоб здійснити їх імпортозаміщення, звільнивши валютні ресурси, що витрачаються на імпорт товарів народного споживання або сировини для їх виробництва.

Таким чином, зазначене свідчить про переважно позитивний вплив діяльності соціально орієнтованих ТНК на вітчизняну економіку. Йдеться не лише про те, що працевлаштування населення у філіалах ТНК допомагає вирішити найбільш гостру проблему – проблему безробіття, чи забезпечити попит якісною продукцією, виробленою в Україні. Мова йде в першу чергу про те, що національний бізнес, і мова йде не лише про великі компанії, але і про малі та середні підприємства, активно переймає засади соціальної відповідальності,

здійснюючи свою діяльність на засадах додержання принципів ділової етики, дотримання норм законодавства, поваги до прав людини. Фактично, можна стверджувати що експансія національного ринку транснаціональними корпораціями призвела до появи соціально відповідальних споживачів, які, в свою чергу, виступають рушійною силою для соціалізації національних підприємств.

У ситуації, яка склалася сьогодні в Україні, посилення соціальної відповідальності є інструментом посилення конкурентоспроможності вітчизняних компаній. Підвищення рівня соціальної свідомості населення вимагає відповідних дій і від вітчизняних компаній. Сьогодні український бізнес має реальний шанс стати конкурентоспроможним на внутрішньому ринку через те, що, з одного боку, імпортований товар стає неконкурентоспроможним, і, з іншого боку, споживач сам споживач налаштований купувати вітчизняну продукцію. Важливо не втратити існуючий шанс та забезпечити покупця саме тим, чого він потребує – можливістю отримати необхідні йому товари та послуги за одночасної підтримки його громадських почуттів.

Висновки. Соціальна відповідальність сьогодні перетворюється на одну з ключових концепцій розвитку міжнародного бізнесу. Дотримання норм законодавства, не порушення норм ділової етики, повага до прав людини, а також екологізація виробничих процесів та участь у вирішенні гострих глобальних процесів стали характерною рисою діяльності ТНК в усьому світі. При цьому, така тенденція пояснюється перенасиченням ринків однотипними товарами та послугами і намаганням споживачів, при придбанні необхідної продукції. Задовольнити не лише базові, але і ієрархічно вищі потреби. У той самий час, необхідно відмітити, що соціальна відповідальність сучасного бізнесу набула поширення переважно у тих аспектах, що стосуються інтересів працівників та споживачів, тоді як недотримання норм бізнес-поведінки все ще залигається нормою конкуренції між ТНК.

Протягом останніх років економіка України стала надзвичайно залежною від транснаціональних корпорацій, при чому їх вплив є відчутним в усіх сферах економіки. В умовах, що склалися, українські компанії, при чому як великі підприємства, так і суб'єкти малого та середнього бізнесу, починають імплементувати в свою діяльність окремі елементи концепції соціальної відповідальності, що позитивно позначається на їх конкурентоспроможності на внутрішньому ринку. При цьому, за умови підвищення соціальної відповідальності населення України, подальше впровадження норм та принципів соціально-орієнтованої поведінки в діяльність українських компаній дозволить підвищити попит на вітчизняні товари серед українських споживачів.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ:

1. ISO 26000: 2010 Guidance on social responsibility [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en>
2. Сайт Державної служби статистики України [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>
3. Ernst and Young European Investment Monitor, 2013.[електронний ресурс]. – режим доступу: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/European-Attractiveness-Survey-2013/\\$FILE/European-Attractiveness-Survey-2013.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/European-Attractiveness-Survey-2013/$FILE/European-Attractiveness-Survey-2013.pdf)
4. Бібік Н. В. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку / Н. В. Бібік // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». – 2012. – № 14. – С. 9 – 16
5. Березіна О. Ю. Адаптація моделей корпоративної соціальної відповідальності до національних умов / О. Ю. Березіна // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. Сер.: Економічні науки. – 2010. – № 4, ч. 2. – С. 60 – 65.
6. Супрун Н. А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку / Н. А. Супрун // Економіка і прогнозування. – 2009. – № 3. – С. 61 – 74.
7. Michael Porter's theory of social responsibility // Financial Times. – 2007. – October 1 [Electronic resource]. – Mode of access :<http://blogs.ft.com/businessblog/2007/10/01/#axzz24H3LAhtU>
8. Амоша О. Соціальна відповідальність в контексті розвитку людського потенціалу / О. Амоша, О. Новікова // Держава і суспільство. – № 1. – 2011. – С. 122 – 127.

УДК 631.164.23

СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Калашніков А.О., аспірант кафедри менеджменту організацій, Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва (Україна)

Калашніков А.О. Стан і тенденції інвестиційного забезпечення сільського господарства України. Проаналізовано стан та тенденції інвестиційного забезпечення сільського господарства України. Досліджено динаміку показників інвестиційної активності в економіці та сільському господарстві України. Досліджено динаміку частки інвестицій в структурі ВВП та валової продукції сільського господарства в Україні. Проаналізовано взаємозв'язок між зміною загальних обсягів інвестицій в основний капітал та розмірів ВВП країни. Проведено аналіз розподілу інвестицій за видами економічної діяльності. Здійснено дослідження інвестицій в основний капітал у поєднанні з іншими факторами виробництва (земля та праця) з огляду на особливості сільськогосподарського виробництва. Визначено тенденції зміни показників інвестиційного забезпечення (питомі інвестиції на одиницю площі угідь та одного працівника), динаміки питомих прямих іноземних інвестицій в сільське господарство, а також здійснено оцінку їх впливу на рівень продуктивності праці, ефективності використання землі та в цілому ефективності діяльності.

Ключові слова: стан, тенденції, інвестиції, інвестиційне забезпечення, сільське господарство, основний капітал, валова продукція

Калашніков А.О. Состояние и тенденции инвестиционного обеспечения сельского хозяйства Украины. Проанализировано состояние и тенденции инвестиционного обеспечения сельского хозяйства Украины. Исследована динамика показателей инвестиционной активности в экономике и сельском хозяйстве Украины. Исследована динамика доли инвестиций в структуре ВВП и валовой продукции сельского хозяйства в Украине. Проанализирована взаимосвязь между изменением общих объемов инвестиций в основной капитал и размеров ВВП страны. Проведен анализ распределения инвестиций по видам экономической деятельности. Проведено исследование инвестиций в основной капитал в сочетании с другими факторами производства (земля и труд), учитывая особенности сельскохозяйственного производства. Определены тенденции изменения показателей инвестиционного обеспечения (удельные инвестиции на единицу площади угодий и одного работника), динамики удельных прямых иностранных инвестиций в сельское хозяйство, а также проведена оценка их влияния на уровень производительности использования земли и в целом эффективности деятельности.

Ключевые слова: состояние, тенденции, инвестиции, инвестиционное обеспечение, сельское хозяйство, основной капитал, валовая продукция

Kalashnikov A.O. Condition and trends of investment ensure of agriculture in Ukraine. Condition and trends of investment ensure of agriculture in Ukraine was analyzed. Dynamics of indicators of investment activity in the economy and agriculture of Ukraine was researched. Dynamics of the share of investment in GDP and gross output of agriculture in Ukraine was researched. Connection between the change in the total volume of investment in fixed assets and the size of the country's GDP was analyzed. Distribution of investments by economic activity in Ukraine was analyzed. Investment in fixed assets in combination with other factors of production (land and labor) was analyzed, taking into account the specific of agricultural production. Trends of investment ensure' indicators (specific investment per unit area of land and per worker) and specific dynamics of