

беззбитковості становить $200000/0,34375=581819\$$.

Власне використання даного методу на цьому етапі закінчується, що робить використання системи CVP в реальних умовах недоцільним.

Водночас з тим дана система має в собі усі необхідні системи розрахунків та вхідні дані для проведення повного розрахунку. Єдиною умовою для такого результату є усунення безпідставного вхідного обмеження про незмінність структури асортименту, що можливо лише в ідеальних теоретичних моделях, або ж в директивній економіці.

Орлов О.О. в своїй роботі пропонує проводити розрахунки способом маржинального прибутку, що знімає обмеження CVP [3]:

1) нівелювати розрахунок частки «вкладу» кожної позиції в загальній структурі шляхом використання коефіцієнту беззбитковості;

2) введення коефіцієнту беззбитковості;

3) розрахунок прибутку: Орлов О.О. (3.2) та А. Апчерч (3.1):

3.1) Поріг безпеки=(загальний випуск-беззбитковий оборот)/загальний випуск= $(30000-10900)/30000=0,64$;

3.2) Запас надійності= $1-\text{постійні витрати/маржинальний прибуток}=1-1-200000/550000=0,64$;

Резюмуючи співставлення робіт Апчерча та Орлова як прихильників методу «CVP» та маржинального прибутку відповідно, автор дійшов висновку, що фактично дані методи є різним баченням одного і того ж підходу до оцінки ефективності діяльності підприємства. Принципи методу маржинального прибутку формують систему, що є більш послідовною та глибокою системою «нового покоління «CVP»». В цілому ж на сьогоднішній день саме розподіл показників та оцінка ефективності згідно методу «Маржинального прибутку» є найбільш доцільним та ефективним для побудови економічних розрахунків, що найбільше приближенні до реальності.

Література

1. Апчерч А. Управлінський облік: принципи і практика [Текст] / А. Апчерч. – М.: видавництво «Фінанси і статистика», 2002. – 952 с.
2. Орлов О.О. Маржинальний прибуток в економічних розрахунках на промислових підприємствах: монографія [Текст] / О.О. Орлов, Є.Г. Рясних. – К.: «Освіта України», 2011. – 192 с.
3. Орлов О.О. Система «CVP». Міфи і реальність. Можливість виходу з глухого кута [Текст] / О.О. Орлов // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2014. – №2 – Т.2. – с. 7-13.
4. Cost-Volume-Profit analysis [Електронний ресурс] / Сайт ACCA. – Режим доступу: <http://www.accaglobal.com/an/en/student/exam-support-resources/fundamentals-exams-study-resources/f5/technical-articles/CVP-analysis.html>
5. Cost-Volume-Profit analysis [Електронний ресурс] / Сайт коледжу штату Орегон. – Режим доступу: <http://classes.bus.oregonstate.edu/spring-07/ba422/Management%20Accounting%20Chapter%207.htm>

Насипайко Д.С., к.е.н., доц., Резніченко О.О., викл.
Кіровоградський національний технічний університет, м. Кіровоград, Україна

ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Інтерес до проблеми соціально відповідальної поведінки компаній викликаний, у тому числі, відсутністю у держави власних ресурсів для проведення повноцінної патерналістської моделі соціальної політики і необхідністю формування нової моделі цієї політики держави, що передбачає необхідність перерозподілу соціальної відповідальності від держави до бізнесу і розвиток відносин держави та бізнесу на засадах партнерства.

Метою статті є дослідження особливостей розвитку соціально відповідальної поведінки компаній країн пострадянського простору.

Якщо говорити про ситуацію в Росії, то бажання враховувати міжнародні тенденції та сучасні закони (формалізовані та неформальні) бізнесу спонукує російський бізнес декларувати свою позицію щодо соціальної відповідальності. Так, Російська спілка промисловців і підприємців прийняла "Соціальну хартію російського бізнесу", Асоціація менеджерів Росії видала "Меморандум про принципи соціальної відповідальності" тощо, а протягом останніх років задекларували управління КСВ такі гіганти бізнесу, як ГМК „Норільський нікель”, ВАТ „ЛУКОЙЛ”, ФК „УРАЛСИБ”, компанія РУСАЛ та інші [1; 2; 3].

Щодо традиції української добродійності, то вона започаткована ще у ХІХ ст., коли українські магнати Терещенки, Бродські, Тарновські, Симиренки, Рильські та інші сприяли поширенню освіти, поліпшенню медичної справи, будували власним коштом храми, посилали на навчання до найкращих європейських університетів здібних молодих українців тощо.

Сьогодні залучення українських підприємств до соціальної діяльності вкрай нерівномірне. Першими серед вітчизняних компаній незалежної України відкрито заявили про свою соціальну відповідальність УМС, „Київстар”, „МакДональдз Україна”, „Ніссан Мотор Україна”, «Кraft Фудз Україна», „Оболонь”, „Сіменс Україна”, „Тетра Пак”, „Укрсоцбанк”, ГК „Фокстрот”, „Ernst & Young Україна”, Intel Microelectronics, Leo Burnett Ukraine та інші непромислові компанії, зорієнтовані на велику кількість клієнтів: адже надаючи користь суспільству, компанія залучає нових споживачів, що сприяє її розвитку і перемозі в конкурентній боротьбі. Інша група компаній, що також демонструють соціально відповідальну поведінку — великі підприємства та компанії нафтової, металургійної й хімічної галузей, як правило, ефективно працюючі: SKM, Метінвест, ДТЕК. Ці та інші підприємства також публікують звіти із соціальної відповідальності й розміщують їх на своїх сайтах. Зазвичай програми „внутрішніх” інвестицій зосереджуються на напрямках підвищення професійно-кваліфікаційного рівня працівників; рекреації та оздоровлення працівників та членів їхніх сімей; залучення і підтримка молоді; матеріальної допомоги працівникам і ветеранам; реалізації дитячих програм; формування корпоративної культури.

Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні відповідає світовим тенденціям, однак є дуже млявим: близько 90% успішних підприємств та компаній (і великих, і середніх) реалізують соціальні проекти, однак відсутня системність і конкретні стратегії соціальної відповідальності, більше половини таких проектів спрямовані лише на промоцію безпосередньо самого підприємства, а соціальна політика у практиці господарювання на таких підприємствах, як правило, має неусвідомлений, реактивний характер. Що ж до дрібного підприємництва, то воно фактично не охоплене КСВ, його благочинність має зазвичай обмежений (місцевий) територіальний масштаб [4;5].

Отже, наявні дисбаланси та недоліки державного менеджменту (адміністративний та податковий пресинг; відсутність реального державного стимулювання соціально відповідальної поведінки підприємств та державної інституції, відповідальної за впровадження КСВ тощо) гальмують активне впровадження місії корпоративної соціальної відповідальності в українському бізнесі. Часто окреслена проблематика досліджувалась фрагментарно, і тому за наявності багатоманітних тлумачень КСВ як явища відсутня розробка системних засад розвитку КСВ, не існує єдиної думки щодо змісту, меж, концептуальних складових кодексу КСВ, її впливу на відтворення людського капіталу як ключового чинника ефективного розвитку і компаній, і регіональних спільнот, і національної економіки в цілому.

Література

1. Костин А. Е. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие: мировой опыт и концепция для РФ / А. Е. Костин // Менеджмент в России и за рубежом. — 2005. — № 3. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.mevriz.ru/articles/2005/3/3735.html>.

2. Мешков В. Р. Особенности российской модели социального аудита / Владимир Родионович Мешков // *Методология, теория та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*: [зб. наук. праць / гол. ред. В. С. Бакіров]. — Харків: Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2009. — Вип. 15. — С. 410—417.
3. Соболева И. Социальная ответственность бизнеса: глобальный контекст и российские реалии / И. Соболева // *Вопросы экономики*. — 2005. — № 10. — С.90—102.
4. Бюллетень о корпоративной ответственности [Электронный ресурс] // PricewaterhouseCoopers. — Режим доступа : http://www.pwc.com/ru_UA/ua/press-room/assets/PwC_CR_newsletter_1_Ru.pdf.
5. Грішнова О. А. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку / О. А. Грішнова, Т. О. Никитюк // *Соціально-економічні аспекти промислової політики. Актуальні проблеми управління людськими ресурсами та маркетинга в контексті стратегії розвитку України* : [сб. науч. тр.]. Т.1 — Донецьк : Ін-т ек-ки промисловості НАН України, 2007. — С.23—32.

Нісфоян С.С., к.е.н., ст. викл.

Кіровоградський національний технічний університет, м. Кіровоград, Україна

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИТРАТ НА ПЕРСОНАЛ

Загальні міркування про управління витратами на персонал підприємства приводять до висновку, що цей процес має супроводжуватись використанням певного організаційно-методичного інструментарію варіювання витратами на персонал залежно від дії чинників внутрішнього та зовнішнього середовища. Чинники, що піддаються впливу з боку господарюючого суб'єкта, зумовлюють якість менеджменту, своєчасність і цілеспрямованість управлінської діяльності. Дія чинників зовнішнього середовища є слабо прогнозованою, практично нерегульованою з боку підприємства та зумовлює вектор його діяльності, підпорядковуючи внутрішні процеси тенденціям розвитку.

З огляду на це моделювання витрат на персонал слід дослідити, базуючись на врахуванні ступеня впливу чинників внутрішнього та зовнішнього середовища. Для цього був проведений аналіз літературних джерел з метою виділення чинників, які впливають на процес з утримання і розвитку персоналу. На думку Н. Л. Гавкалової [31], до внутрішньоорганізаційних факторів системи управління знаннями доцільно віднести кваліфікаційно-професійний рівень персоналу, сприяння інноваційному розвитку управління персоналом, соціальний фактор, рівень розвитку системи менеджменту персоналу, стимулювання до розвитку системи управління знаннями.

Окресленій науковій позиції сприяють пошуки О. А. Грішнова [39], яка також окреслює наукові позиції в розрізі чинників людського капіталу, що за змістом поділені на демографічні, соціально-демографічні, соціальні, економічні, організаційно-економічні, екологічні.

Так, базуючись на дослідженнях вітчизняних і зарубіжних вчених з цієї проблематики [39; 121], до чинників макроекономічного характеру можна віднести економічні, інноваційно-технологічні, соціальні, політико-правові, глобалізаційні, інституційні. З огляду на зазначене слід провести кваліфікований аналіз змісту їх структури та пояснень щодо практичного навантаження й ступеня впливу на управління витратами.

Відносно чинників внутрішнього середовища слід зазначити, що реальна оцінка їх значущості базується на доробках відомих вчених [31; 126] та полягає в структуризації у розрізі таких аспектів техніко-технологічного, інноваційно-інвестиційного, маркетингу та збуту, фінансово-економічного, персоналу, соціально-психологічного, організаційного. В розрізі цих аспектів найбільш кваліфіковані фахівці шляхом експертного анкетування визначатимуть їх роль та значущість у процесі управління витратами на персонал.