

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ: ІНТЕРЕСИ БІЗНЕСУ ТА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Єрмошкіна О.В.

FINANCIAL MAINTENANCE OF THE REGIONAL DEVELOPMENT: BUSINESS INTERESTS AND SOCIAL RESPONSIBILITY

Yermoshkina O.V.

Досліджено основні тенденції промислового та соціального розвитку регіонів України. Виявлено базові диспропорції у формуванні інтересів бізнесу та місцевих громад, що призводить до підвищення рівня соціальної напруги з одного боку та обмеження можливостей щодо розвитку бізнесу у регіонах з іншого. Запропоновано напрями зближення інтересів бізнесу й місцевих громад та підвищення рівня соціальної відповідальності бізнесу.

Ключові слова: розвиток, інтереси, місцева громада, диспропорція, соціальна відповідальність, активний реципієнт.

Постановка проблеми. Ринкові відносини в Україні фактично почали розвиватись з набуттям незалежності. В процесі розподілу раніш суспільного майна між окремими власниками в умовах відсутності сформованої та ефективно функціонуючої ринкової та інституційної інфраструктури суттєво загострились конфлікти інтересів між окремими економічними суб'єктами. Практично відсутність традицій ведення бізнесу на початку становлення ринкових відносин призвела до практично феодального способу ведення бізнесу. Поступово ситуація змінювалась, впроваджувались міжнародні стандарти та положення, які регулюють взаємовідносини бізнесу з іншими сторонами: держава, місцеві спільноти, працівники, тощо. Найбільш визначною подією у даній сфері стало приєднання деяких великих компаній, які працюють в Україні до умов та вимог Глобального контракту ООН [1]. Однак, якщо в межах підприємства або холдингової групи ці вимоги більш-менш виконуються, то у відношенні до зовнішніх суб'єктів по багатьох параметрах дотримання відповідних вимог насить доволі декларативний характер.

Відсутність ефективних важелів впливу, у т.ч. фінансових, на бізнес щодо забезпечення не тільки власного розвитку, а й суспільного є очевидною. Потребують суттєвого доопрацювання практичні шляхи фінансового стимулювання бізнесу до створення та реалізації соціальних програм як на рівні окремих підприємств, та і регіонів в цілому.

Очевидним також є і те, що соціальна відповідальність бізнесу особливо в умовах становлення ринкових інститутів та розвитку інституціональної структури не може спиратись лише на ініціативу власників бізнесу, оскільки, як зазначав

М.Фрідмен ще у 1970 [2], соціальна відповідальність може бути вимушеним кроком, або обумовленим зовнішніми обмеженнями (вплив держави та місцевої спільноти), або бути лише прикриттям для отримання прихованих вигод бізнесу. В цих умовах питання полягає в узгодженні інтересів бізнесу та зовнішніх зацікавлених сторін щодо створення сприятливого клімату для реалізації програм соціального та екологічного спрямування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій щодо розвитку соціально відповідального бізнесу та пошуку інструментів впливу на власників бізнесу щодо реалізації соціальних та екологічних програм свідчить, що даній проблематиці приділяється значна увага як з боку науковців, так і міжнародних організацій. Найбільш вагомий внесок у розвиток теорії корпоративної соціальної відповідальності внесли такі закордонні вчені як П. Болтон, Д. Віндсор, Дж. Вуд, К. Девіс, А. Керолл, Р. Леві, Дж. Пост, Д. Роелл та ін. Також в працях В. Борисова, С. Івченко, Г. Константинова, М. Корсакова, А. Костіна, Ю. Петруні досліджуються окремі аспекти побудови соціально відповідального бізнесу.

Особливо слід відмітити сумісну працю Ф. Котлера та Н. Лі, які розглядають соціальну відповідальність саме з позицій користі для бізнесу [3]. В роботі Л. Довгань та І. Малік [4, С. 109] відмічається, що для участі корпорацій у розвитку соціальної інфраструктури є декілька причин, зокрема: можливість забезпечення сприятливих умов ведення економічної діяльності; вигоди у вигляді покращення репутації. Однак, звичайно ці стимули є доволі слабкими, оскільки відсутній прямий взаємозв'язок з основною ціллю бізнесу – прибутком. Деякі спроби щодо обґрунтування саме економічних вигод розвитку соціальної відповідальності бізнесу викладено у роботах аналітичної групи ООН з Глобального контракту [5], інших дослідженнях [6-8] та ін., які через похідні показники намагаються оцінити економічну доцільність впровадження соціальних програм.

Однак, серед основних проблем у розвитку соціально відповідального бізнесу слід виділити з одного боку правовий нігілізм і деформація правової свідомості, а з іншого – нерівномірне врахування інтересів зацікавлених сторін [9]. Остання позиція є особливо важливою, оскільки саме диспропорції у інтересах сторін є основною причиною відсутності прагнення бізнесу до набуття статусу соціально відповідального.

Мета – дослідження основних тенденції промислового та соціального розвитку регіонів України, виявлення диспропорції у формуванні інтересів бізнесу та місцевих громад, що є основою для вибору напрямів зближення інтересів бізнесу й місцевих громад та підвищення рівня соціальної відповідальності бізнесу

Матеріали і результати досліджень. У сучасному діловому світі соціально відповідальна діяльність бізнесу є загальноприйнятим правилом, може розглядатись як фактор модернізації економіки, і відповідність цим правилам є свого роду перепусткою для компаній до світового ринку, що значно розширює можливості ефективного ведення бізнесу.

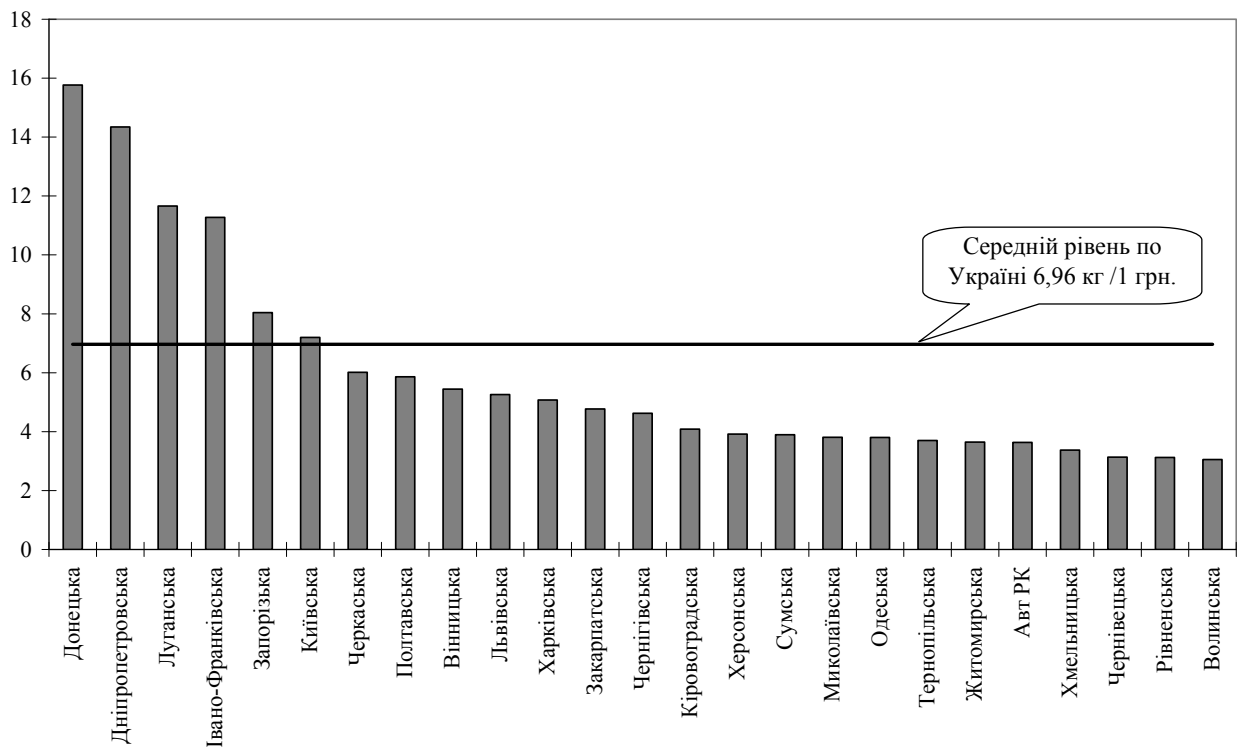
Законодавчою основою для побудови соціально відповідального бізнесу є прийнятий Глобальний контракт ООН [1], який охоплює чотири ключових напрями: права людини, трудові відносини, навколишнє середовище, боротьба з корупцією. Соціальна відповідальність в Україні розглядається як прийняття

суб'єктом на себе відповідальності за вплив рішень і дій на суспільство та навколишнє середовище з урахуванням інтересів та очікувань зацікавлених сторін за такими аспектами: організаційне управління, права людини, трудові відносини, етична операційна діяльність, захист навколишнього середовища, захист прав споживачів, розвиток місцевих громад і співпраця з ними [9].

В Україні існує як підвищена соціальна напруга, так і поступове погіршення і без того критичного стану навколишнього середовища [10]. Особливо це стосується промислових регіонів країни: Дніпропетровська, Донецька, Луганська, Запорізька, Полтавська, Харківська, Київська області, які забезпечують у сукупності більше 74 % усього промислового виробництва в Україні і при цьому генерують біля 70 % усіх шкідливих викидів [11]. Без сумніву така ситуація не може сприятливо відбиватися на населенні відповідних регіонів. Особливо слід враховувати, що найбільша питома вага у промисловості цих регіонів (до 75% від загального обсягу) припадає на добувну, металургійну, хімічну промисловість та машинобудування, виробничі процеси в яких є в багатьох випадках шкідливими для здоров'я людей. Необхідно підкреслити і експортну спрямованість таких виробництв: 32,3% у сукупному експорті товарів припадає на недорогочінні метали (у т.ч. 27% чорні метали), 15% на мінеральні продукти, майже 8% - на продукцію хімічної промисловості [11].

Аналіз фінансових потоків, які генеруються відповідними регіонами також свідчить про те [12], що розподіл фінансового потенціалу на 1 особу, який відбивається у накопиченому чистому фінансовому потоці, за регіонами не є рівномірним. Так при тому, що практично 30% сукупного фінансового потоку підприємств в Україні генерується саме Придніпровсько-Донецьким регіоном накопичений потік, тобто той, який залишається в регіоні складає лише 201 дол. США на 1 особу, що порівнюється з, наприклад Чорноморським регіоном, який генерує лише 10% сукупного потоку, а рівень накопиченого потоку на 1 особу – 272 дол. США на 1 особу. Таким чином, розподіл фінансових ресурсів та їх накопичення у регіонах не є адекватним внеску регіону у промислове та сукупне виробництво. Це у тому числі є свідченням невідповідального ведення бізнесу з точки зору сприяння створення фінансового потенціалу регіону та розвитку соціальних та екологічних регіональних програм.

Якщо розглядати функціонування підприємств у регіональному розрізі з точки зору впливу на соціальне середовище та екологічну безпеку регіону, можна стверджувати, що не дивлячись на існуючу різницю у обсягах наявного доходу на 1 особу (від близько 16 тис. грн. на рік у Чернівецькій області до 24,9 тис. у Донецькій), негативний вплив на населення промислово розвинених регіонів з точки зору екології в рази більший (рис. 1).



Джерело: розраховано автором на основі даних [11]

Рис. 1. Ранжування регіонів за обсягом викидів на 1 гривню наявного доходу населення, кг / грн.

Як видно з рис. 1, на кожну гривню, заробленою працівником Донецької області припадає 15,77 кг шкідливих викидів, що майже у 2,3 рази більше за середній рівень по Україні (при перевищенні рівня наявного доходу над середнім за країною рівнем лише на 15%). Це ж саме стосується Дніпропетровської області, де викиди перевищують середній по країні рівень у 2,1, а наявний дохід більший лише на 12%. Якщо ж розглядати Луганську область, то при перевищенні рівня викидів у 1,7 рази, наявний дохід взагалі на 3,5% менший за середній по країні. Враховуючи те, що з одного боку практично більше 70% промислових потужностей країни сконцентровано в даних регіонах, а з іншого ці промислові підприємства перебувають у приватній власності, можна стверджувати, що реальна реалізація концепції розвитку соціально відповідального бізнесу, хоча й декларується відповідними холдинговими компаніями [13, С. 20], але насправді практично відсутня.

Звертаючись знову до М. Фрідмена, який зазначав, що «є одна і тільки одна соціальна відповідальність бізнесу - використовувати ресурси і брати участь у діяльності, спрямованій на збільшення прибутку до тих пір, поки вона залишається в рамках правил гри» [2] можна стверджувати, що тільки при наявності потужних стимулів з боку зацікавлених осіб – реципієнтів відповідних соціальних та екологічних вигід можна буде спостерігати певні прояви прагнення підприємства до створення та реалізації відповідних соціальних та екологічних програм. Слід зазначити, що при оцінці перспективності реалізації окремих соціальних та

екологічних програм необхідно використовувати комплексний підхід [14, С.117], який передбачає, що виконуватись повинні всі параметри соціальної відповідальності, а не більшість з них, оскільки це забезпечує більш адекватну оцінку реального внеску підприємства чи організації у створення сприятливого соціального та екологічного клімату регіону.

При цьому основним питанням, яке необхідно вирішувати у контексті проблеми формування соціально відповідального бізнесу, є створення механізму узгодження інтересів власників бізнесу з відповідними реципієнтами соціальних та екологічних вигод. В даному аспекті слід враховувати, що інтереси власників бізнесу знаходяться у щільній залежності з існуючими операційними та контрактними правилами, які, у свою чергу, обумовлюються існуючою інституціональною структурою [15, 16], а також наявністю або відсутністю відповідних транзакційних витрат [17].

Таким чином, питання забезпечення створення правил та інститутів соціально відповідального ведення бізнесу полягає у площині інституціональної розбудови країни. Так, наприклад, кожен четвертий з п'яти керівників у Великобританії стверджує, що бізнес-переваги корпоративної відповідальності не перебільшені, та 92% з них стверджують, що їх обов'язок керуватись цими принципами у бізнесі [18, С. 9]. З цих позицій і слід розглядати перспективні напрями побудови соціально відповідального суспільства.

Слід зазначити, що за силою впливу на бізнес практично жоден інструмент не може зрівнятись з фінансовими обмеженнями, стимулами та мотивами. Звичайно треба враховувати, що при перевищенні припустимого рівня тиску інтенсивно розвивається тіньова економіка, фінансові потоки спрямовуються до оффшорних зон, а задеклароване соціально відповідальне ведення бізнесу перетворюється на фарс. Це обумовлено тим, що фінансові обмеження та стимули повинні впроваджуватись лише за наявності (або принаймні одночасно з впровадженням) розвинутої інституціональної структури та усталених операційних та контрактних правил на всіх рівнях економічних відносин.

Більш того, не можна не враховувати можливість опортуністичної поведінки окремих економічних суб'єктів як з боку бізнесу (ухилення від виконання прийнятих обов'язків, неякісне та неповне їх виконання), так і з боку реципієнтів соціальних та екологічних вигід (зловживання соціальними пільгами та набутими благами, неналежне відношення до навколишнього середовища, тощо). В даному випадку питання вже полягає не тільки у створенні дієвого інструментарію та інфраструктури забезпечення дотримання суб'єктами виконання прийнятих зобов'язань, операційних та контрактних правил, а й у підвищенні обізнаності окремих суб'єктів щодо порядку та процедур формування соціально відповідального суспільства.

В процесі розробки інструментарію для забезпечення стимулювання бізнесу до соціальної відповідальності слід також враховувати, що основою для сталого розвитку підприємства у відповідному регіоні є створення міцної системи взаємодії між підприємством та місцевою громадою [19]. Так, як свідчать аналітичні дослідження [20], розглядаючи практику ведення соціально відповідального бізнесу найбільш згадуваним підприємствами інструментом є відносини з місцевими

ми громадами. На нього припадає більше 19% всіх відповідей, у той час як на відносини з працівниками – 18,7%. Сприймають як частину корпоративного управління ці інструменти 17,6%. При цьому на взаємовідносини з акціонерами припадає лише 1,9%, а зі споживачами – 5,5% [20]. Тобто бізнес розуміє, що основа його сталих позицій у відповідному регіоні – це відношення з місцевою громадою. Слід зазначити, що ця взаємодія повинна спиратись на зустрічні ініціативи бізнесу та громади, тобто громада не повинна бути лише реципієнтом соціальних або екологічних вигод. Лише взаємовигідне партнерство є стимулом для бізнесу до розвитку подальшої співпраці. Відповідно, від місцевих громад слід вимагати набуття позицій «активного реципієнта», який по-перше активно захищає власні інтереси, а по-друге здатен запропонувати бізнесу якісну робочу силу, вигідні умови ведення бізнесу та акумуляції фінансових потоків в регіоні.

Висновки. Підсумовуючи вище викладене можна констатувати, що на сьогоднішній день не дивлячись на велику кількість вітчизняних та закордонних розробок щодо соціальної відповідальності бізнесу, задекларованих багатьма промисловими підприємствами та холдингами правил соціально відповідального бізнесу ці питання у практичній площині ще не знайшли своєї адекватної реалізації.

Проблема належного фінансового забезпечення розвитку регіонів, а, відповідно, й покращення соціального та екологічного їх клімату знаходиться у площині неузгодженості інтересів між бізнесом, державою та місцевими громадами.

Основними інструментами створення адекватного середовища для інтенсивного впровадження правил ведення соціально відповідального бізнесу є інституціональна розбудова, яка повинна ґрунтуватись на виборі відповідних інструментів впливу та стимулювання бізнесу, визначенні адекватної сили впливу за відповідними інструментами та створенні інституту «активного реципієнта» соціальних та екологічних вигід.

В подальших дослідженнях доцільно сконцентрувати увагу на двох принципових питаннях: формування оптимального механізму узгодження інтересів бізнесу та основних реципієнтів соціальних та екологічних вигід; пошук оптимального ступеня впливу різних стимулюючих інструментів на забезпечення соціальної відповідальності бізнесу.

Література

1. UN Global Compact. The Ten Principles // [Електронне джерело]: Режим доступу: URL: <http://www.unglobal-compact.org/AboutTheGC/TheTenPrinciples/index.html>
2. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits / M. Friedman // New York Times Magazine. – 1970. – 356 p.
3. Котлер, Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства [Текст] / Ф. Котлер, Н. Лі; Изд-во А. Капусты. Ж., – 2005. – 302 с.
4. Довгань Л.Є. Економічні аспекти корпоративної соціальної відповідальності в умовах макроекономічної кризи / Л.Є. Довгань, І.П. Малік // Економічний вісник НТУУ «КПІ», 2010. - № 7. - С. 106-110.

5. Show Me The Money: Linking Environmental, Social and Governance Issues to Company Value // UNEP Finance Initiative Asset Management Working Group [Електронне джерело]: Режим доступу: URL: http://www.unglobalcompact.org/docs/issues_doc/Financial_markets/UNEP_show_me_the_money.pdf
6. Кричевський Н. Корпоративная социальная ответственность / Н. Кричевський, С. Гончаров. – Дашков и Ко, 2007. – 216 с.
7. Малік І.П. Соціальна відповідальність корпорацій в Україні / І.П. Малік // Економічний вісник НТУУ «КПІ», 2008. [Електронне джерело]: Режим доступу: URL: <http://economy.kpi.ua/ru/node/187>
8. Юзик Л.О. Підходи щодо оцінки впливу КСВ на показники діяльності підприємства / Л.О. Юзик // [Електронне джерело]: Режим доступу: URL: http://www.nbu.gov.ua/PORTAL/Soc_Gum/Vdnuet/econ/2010_3/Yuzik.pdf
9. Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні // [Електронне джерело]: Режим доступу: URL: <http://svb.org.ua/publications/kontseptsiya-natsionalnoi-strategii-sotsialnoi-vidpovidalnosti-biznesu>
10. Довкілля України у 2009 році. [Електронний ресурс] Режим доступу: URL:<http://www.segodnya.ua/files/articles/141432/52/1.pdf>
11. Офіційний сайт. Державна служба статистики України: [Електронний ресурс] Режим доступу: URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
12. Єрмошкіна О.В. Фінансовий потенціал регіонів в умовах вільного руху капіталу / О.В. Єрмошкіна // Вісник ДДФА: Економічні науки, 2012 - № 2 (28), - С. 120-126.
13. Зінченко А.Г. Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010: стан та перспективи розвитку / А.Г. Зінченко, М.А. Саприкіна. – К.: Вид-во «Фарбований лист», 2010. – 56 с.
14. Olga Galushko, Financial mechanism of providing social business responsibility / O.Galushko // United Europe: widening borders: monograph / ДВНЗ «Національний гірничий університет», Вища банківська школа, Вроцлав; наук. ред. О.І. Амоша. — ДВНЗ «Національний гірничий університет», 2012. — с 112- 118
15. Єрмошкіна О.В. Управління фінансовими потоками промислових підприємств: теорія, практика, перспективи / О.В. Єрмошкіна /. – Дніпропетровськ: Національний гірничий університет, 2009. – 479 с.
16. Дементьев В.В. Экономика как система власти / В. В. Дементьев; М-во образования и науки Украины. Донецкий нац. техн. ун-т. – Донецк: Каштан, 2003. – 404 с.
17. Шепеленко О.В. Трансакционные издержки в переходной экономике: проблемы теории и практики / О.В. Шепеленко / МОН Украины. Донецкий нац.ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского. – Донецк, 2007. – 360 с.
18. Little A. D. The Business Case for Corporate Responsibility / A. D. Little. – Cambridge: Beacon Press, 2003. – 12 p.
19. Beyond Corporate Social Responsibility: The Scope for Corporate Investment in Community Driven Development // Report No. 37379-GLB, December 21, 2006. –The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, 2006. - 56 p.
20. Бегма Ю.К. Якісне дослідження методів впровадження соціальної відповідальності бізнесу в Україні / Ю.К. Бегма, О.Ю. Вінніков, О.І. Редько. – К.: Центр Корпоративного Громадянства, 2006. – 129 с.

References

1. UN Global Compact. The Ten Principles // [Electronic source]: access mode: URL: <http://www.unglobal-compact.org/AboutTheGC/TheTenPrinciples/index.html>
2. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits / M. Friedman // New York Times Magazine. – 1970. – 356 p.
3. Kotler Ph. Corporate Social Responsibility. Doing the Most Good for Your Company and Your Cause / Philip Kotler, Nancy Lee; Wiley Publishing, – 2005. – 302 p.

4. Dovgan' L.Y. Ekonomichni aspekty korporatyvnoi' social'noi' vidpovidal'nosti v umovah makroekonomichnoi' kryzy / L.Y. Dovgan', I.P. Malik // Ekonomichnyj visnyk NTUU «KPI», 2010. - № 7. - pp. 106-110.
5. Show Me The Money: Linking Environmental, Social and Governance Issues to Company Value // UNEP Finance Initiative Asset Management Working Group [Electronic source]: access mode: URL: http://www.unglobalcompact.org/docs/issues_doc/Financial_markets/UNEP_show_me_the_money.pdf
6. Krychevs'kyj N. Korporatyvnaja social'naja otvetstvennost' / N. Krychevs'kyj, S. Goncharov. – Dashkov y Ko, 2007. – 216 s.
7. Malik I.P. Social'na vidpovidal'nist' korporacij v Ukrai'ni / I.P. Malik // Ekonomichnyj visnyk NTUU «KPI», 2008. [Electronic source]: access mode: URL: <http://economy.kpi.ua/ru/node/187>
8. Juzyk L.O. Pidhody shhodo ocinky vplyvu KSV na pokaznyky dijial'nosti pidpryjemstva / L.O. Juzyk // [Electronic source]: access mode: URL: http://www.nbu.gov.ua/PORTAL/Soc_Gum/Vdnuet/econ/2010_3/Yuzik.pdf
9. Konceptija Nacional'noi' strategii' social'noi' vidpovidal'nosti biznesu v Ukrai'ni // [Electronic source]: access mode: URL: <http://svb.org.ua/publications/> kontsepsiya-natsionalnoi-strategii-sotsialnoi-vidpovidal-nosti-biznesu
10. Dovkillja Ukrai'ny u 2009 roci. [Electronic source]: access mode: URL: <http://www.segodnya.ua/files/articles/141432/52/1.pdf>
11. Official site. State Statistic Service of Ukraine: [Electronic source]: access mode: URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
12. Yermoshkina O.V. Financial potential of regions under free capital movement / O.V. Yermoshkina // Visnyk DDFa: Ekonomichni nauky, 2012 - № 2 (28), - S. 120-126.
13. Zinchenko A.G. Korporatyvna social'na vidpovidal'nist' 2005-2010: stan ta perspektyvy rozvytku / A.G. Zinchenko, M.A. Saprykina. – K.: Vyd-vo «Farbovanyj lyst», 2010. – 56 s.
14. Olga Galushko, Financial mechanism of providing social business responsibility / O.Galushko // United Europe: widening borders: monograph / National Mining University, High Banking School in Wroclaw; Scient. Ed. O.I. Amosha. — National Mining University, 2012. — p. 112-118
15. Yermoshkina O.V. Managing the financial flows of the enterprises: theory, practice, prospects / O.V. Yermoshkina. – Dnipropetrovs'k: National Mining University, 2009. – 479 p.
16. Dement'ev V.V. Ekonomyka kak sistema vlasty / V. V. Dement'ev; M-vo obrazovanyja y nauky Ukrainy. Doneckyj nac. tehn. un-t. – Doneck: Kashtan, 2003. – 404 s.
17. Shepelenko O.V. Transakcyonnye yzderzhky v perehodnoj ekonomyke: problemy teoryy y praktyky / O.V. Shepelenko / MON Ukrainy. Doneckyj nac.un-t eko-nomyky y tovgovly ym. M. Tugan-Baranovskogo. – Doneck, 2007. – 360 s.
18. Little A. D. The Business Case for Corporate Responsibility / A. D. Little. – Cambridge: Beacon Press, 2003. – 12 p.
19. Beyond Corporate Social Responsibility: The Scope for Corporate Investment in Community Driven Development // Report No. 37379-GLB, December 21, 2006. –The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, 2006. - 56 p.
20. Begma Ju.K. Jakisne doslidzhennja metodiv vprovadzhennja social'noi' vidpovidal'nosti biznesu v Ukrai'ni / Ju.K. Begma, O.Ju. Vinnikov, O.I. Red'ko. – K.: Centr Korporatyvnogo Gromadjanstva, 2006. – 129 s.

Ермошкина Е.В. Финансовое обеспечение развития регионов: интересы бизнеса и социальная ответственность.

Исследованы основные тенденции промышленного и социального развития регионов Украины. Выявлены базовые диспропорции в формировании интересов бизнеса и местных общин, которые приводят к повышению уровня социальной напряженности с одной стороны и ограничению возможностей по развитию бизнеса в регионах с другой. Предложены направления сближения интересов бизнеса и местных общин, повышения уровня социальной ответственности бизнеса.

Ключевые слова: развитие, интересы, местная община, диспропорция, социальная ответственность, активный реципиент.

Yermoshkina O.V. Financial maintenance or the regional development: business interests and social responsibility

The basic trends in industrial and social development of the regions of Ukraine were analyzed. The imbalance in the formation of interests of business and local communities, which lead to increased social tensions on the one hand and to limitation of opportunities for business development in the regions on the other was determined. The directions of convergence of business interests and interests of local communities, ways for improvement of the social responsibility of business were proposed.

Keywords: development, interests, local community, imbalance, social responsibility, active recipient.

Єрмошкіна Олена Вячеславівна – д.е.н., доц., професор кафедри економічного аналізу та фінансів, ДВНЗ «Національний гірничий університет», eev@ua.fm