

Фиксируются различия в оценках влияния иммигрантов на различные сферы общественной жизни в возрастных группах. Молодежь считает, что из-за присутствия мигрантов происходит утрата рабочих мест у местного населения (средний балл в группе – 6,0; в целом по массиву – 5,3), люди старше 45 лет отмечают, что иммигранты способствуют росту преступности (средний балл в группе – 7,0; в целом по массиву – 5,9). Угрозой для будущего страны чаще всего считают иммигрантов респонденты старше 60 лет (средний балл в группе – 6,0; в целом по массиву – 5,2).

Таким образом, результаты исследования фиксируют наличие у определенной части населения республики интолерантной позиции по отношению к иммигрантам. Для снижения социальных рисков большое значение имеет разработка эффективной политики управления миграционными процессами, способствующей устойчивому социально-экономическому и демографическому развитию Беларуси, формированию толерантного отношения местного населения к иммигрантам, обеспечивающей приемлемое соотношение спроса и предложения на иностранную рабочую силу.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Бобосов Е.М. Беларусь перед демографическими вызовами XXI века// Социология. 2007.- №3
2. Республика Беларусь. Статистический ежегодник Министерства статистики и анализа Республики Беларусь. Мн.: 2007
3. Рынок труда в странах содружества независимых государств. Статистический сборник. М.: Статкомитет СНГ. 2006

*Рукопис надійшов до редакції 30.03.09 р.*

УДК 331.103

### СТАНОВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ У ПОСТСОЦІАЛІСТИЧНИХ КРАЇНАХ

**Коноваленко А.С.**

Мелітопольський відособлений підрозділ Запорізького інституту економіки та інформаційних технологій

*Розглянуто основні тенденції становлення соціальної відповідальності бізнесу в умовах ринкових перетворень у постсоціалістичних країнах.*

*Ключові слова: соціальна відповідальність, бізнес, постсоціалістичні країни.*

*Рассмотрены основные тенденции становления социальной ответственности бизнеса в условиях рыночных преобразований в постсоциалистических странах.*

*Ключевые слова: социальная ответственность, бизнес, постсоциалистические страны.*

*In the article main tendencies of business social responsibility establishment under conditions of market transformations in post-socialist countries are determined.*

*Key words: social responsibility, business, post-socialist countries.*

Ринкові перетворення, які відбуваються в постсоціалістичних країнах, в тому числі в Україні, спрямовані на побудову ефективної національної моделі економіки, створення умов для соціальної стабільності та достойного життя громадян у відповідності до загальносвітових тенденцій. Процеси глобалізації обумовлюють пошук місця постсоціалістичних країн у світі, змушують порівнювати рівень життя громадян цих держав та населення інших країн, шукати можливості до його підвищення, визначатися з союзниками, окреслювати перспективи розвитку на найближчий час та віддалену перспективу. При цьому необхідно враховувати особливості національної історії, ментальність населення, аналізувати соціально-економічні та суспільно-політичні умови, вивчати іноземний досвід, виявляти основні тенденції світового розвитку, а відтак – приймати правильні рішення щодо спрямованості подальших зусиль.

Проблеми становлення концепції соціальної відповідальності в країнах постсоціалістичного простору є актуальними. Соціальна відповідальність досліджувалась як зарубіжними, так і вітчизняними вченими з позиції теорії та практичного застосування. Вагомий внесок в розвиток розуміння сутності корпоративної соціальної відповідальності зробили такі дослідники, як Ла Порта, Рафаель, Лопес-де-Сіланес, Флоренсіо та Шлейфер, Радаєв В.В., Богомолова І.П., Овчиннікова Т.І., Давиденко І.О., Якимець В.М., Савіна Т.М. тощо.

Прагнення представників постсоціалістичних країн, в тому числі й України, розробити певну модель соціальної відповідальності бізнесу та впровадити її у практику ґрунтується на аналізі зарубіжного досвіду. Окремі дослідження присвячувались аналізу процесу та особливостей становлення концепції соціальної відповідальності в Російській Федерації, Білорусії, Україні, однак дослідження цього процесу в багатьох країнах постсоціалістичного простору не проводились, загальні характеристики,

закономірності та тенденції вченими не обговорювались. Саме з врахуванням цього основною метою нашого дослідження є аналіз становлення соціальної відповідальності бізнесу в умовах ринкових перетворень у постсоціалістичних країнах.

У XX ст. існувало дві господарські системи: капіталізм і соціалізм. Наприкінці 1980-х рр. після розпаду соціалістичної системи вчені стали приділяти більше уваги тому, що капіталістична система теж не є монолітною в соціально-економічному, політичному та ідеологічному плані. В різних країнах моделі корпоративного управління різняться в правовому та в ідеологічному полі [14]. Французький економіст М.Альбер у своїй роботі "Капіталізм проти капіталізму" виділив дві моделі соціальної відповідальності бізнесу в капіталістичній системі: англосаксонську і рейнську [4]. Англосаксонської моделі соціальної відповідальності бізнесу дотримуються США, Великобританія, Канада, Австралія, Нова Зеландія, Ірландія тощо. Рейнська модель представлена Німеччиною, більшістю континентальної Європи (особливо скандинавськими країнами) і Японією.

Спираючись на результати проведеного аналізу, нами зроблено висновок, що кожна з моделей соціальної відповідальності бізнесу має свої переваги і недоліки, тому рідко можна зустріти компанію, яка б застосовувала одну з них у чистому вигляді [12]. В сучасних умовах англосаксонська модель соціальної відповідальності більш розповсюджена. Її відносно легко впроваджувати, однак обґрунтувати її безпосередній вплив на зростання прибутковості компанії досить важко [12]. У той же час, якщо англосаксонська модель розглядає етичність відносно як засіб більш повного задоволення інтересів власників, то рейнська модель виходить з необхідності рівного відношення до всіх груп зацікавлених осіб, особливу увагу приділяючи екологічним і соціальним програмам [5, 187].

На території країн пострадянського простору трансформація господарських систем відбувалась під гаслом: «ринковій економіці немає альтернатив». При цьому не йшла мова про певну господарську модель. В результаті цього у більшості країн постсоціалістичного простору відсутня стратегія соціально-економічного розвитку, а національні моделі економіки є певним гібридом адміністративно-командної та ринкової систем [14]. Скажімо, в Росії спостерігається формування американської моделі соціалізації бізнесу, яка породжує у населення думки, що через соціальні програми компанія здійснює певні фінансові махінації. Такі оцінки підтвержені результатами опитування, проведеного Всеросійським центром дослідження громадської думки у 2003 р. [12].

Щоправда, в Росії є компанії (“Лукойл”, ЗАТ “Північсталь”, ВАТ “СУАЛ-Холдінг”), які успішно застосовують європейську модель соціальної відповідальності бізнесу. Наприклад, у соціальному кодексі компанії “Лукойл” офіційно закріплено наміри підтримувати соціальні ініціативи. Ініціатива компанії щодо навчання і соціального забезпечення персоналу, фінансування соціальних об’єктів і розширення спектру соціальних послуг для персоналу спрямована на підвищення вартості акціонерного капіталу та збільшення вартості нематеріальних активів підприємства. ВАТ “СУАЛ-Холдінг” вкладає кошти у розвиток міст регіону з метою підвищення ефективності бізнесу в містах розташування виробничих потужностей холдингу.

Проведений аналіз свідчить, що в російській практиці застосовують елементи різних моделей, які ще не стали єдиною інституціональною системою. Починаючи з 1990-х рр. більшість власників-менеджерів керувались поточними фінансовими інтересами і використовували одержану ними колишню державну власність як можливість швидкого особистого збагачення. В Росії відбувалось активне формування складних мереж і виробничих структур різних типів. У сучасних умовах більшість російських компаній прагне до об’єднання функцій крупних власників і топ-менеджерів. На сьогодні існує думка про незавершеність процесу перерозподілу власності. Достатньо високим є рівень поглинань (“захоплень”) підприємств, сумнівних з позиції етики, моралі й закону. В результаті обраної моделі приватизації значна частка власності формально перейшла до рук трудових колективів. Однак реальна участь робітників у справах управління підприємствами відсутня, незважаючи на те, що напередодні ринкових перетворень тут діяли механізми участі робітників в прийнятті рішень через Ради трудових колективів. Сьогодні в законодавстві Росії на відміну від більшості європейських країн відсутні статті, які гарантують право участі працівників в управлінні.

Незважаючи на наявність крупних контролюючих власників, підприємства в сучасній Росії у більшості випадків дотримуються англосаксонського варіанту соціальної відповідальності бізнесу. При цьому інтереси державної влади враховуються в інтересах окремих чиновників, а не населення тієї чи іншої території. Так, гіпертрофованим варіантом участі бізнесу у вирішенні соціальних проблем територій, де вони розгашовані, є “державний рекет” – примушення до “добровільного” пожертвування коштів в результаті неформального торгу між бізнесом і владою [14].

Витоки благодійності, як прояву соціальної відповідальності бізнесу в країнах колишнього Радянського Союзу, закладені в їх однаковому історичному минулому. Традиції особистої благодійності підприємців

були зумовлені як нормами православ'я, так і можливістю покращити свій статус, отримавши особисте і навіть успадковане дворянство за особливі заслуги в розвитку окремих установ. В радянську епоху філантропічна діяльність не заохочувалась, однак деякі форми приватної благодійності (наприклад, волонтерська робота) повністю не зникли. Сьогодні в Росії та Грузії сформована законодавча база для благодійної діяльності, однак політика держави стосовно цього залишається невизначеною. В реалізації своєї соціальної роботи компанії систематично стикаються зі значними бюрократичними труднощами. Більш того, з позиції держави, розробка і впровадження соціальних програм підприємств є їх обов'язком, на компанії спричиняється тиск, фактично вимагаються від організацій певні "соціальні" інвестиції. Так, регіональні і місцеві адміністрації примушують підприємства поставляти продукти за зниженими цінами для військових частин, ідалень професійно-технічних училищ або інших соціальних установ. Про це свідчать результати дослідження, проведеного Міжрегіональним громадським фондом "Сибірський центр підтримки громадських ініціатив" у 1999 р.[11].

Результати дослідження, проведеного Всеросійським центром вивчення громадської думки в 2004 р., свідчать про те, що громадяни вважають бізнес соціально відповідальним у тому випадку, коли організація прагне виготовляти якісну продукцію, здійснює допомогу місцевій громаді, дотримується норм чинного законодавства, покращує умови праці персоналу тощо. Результати опитування свідчать про пріоритетність відповідальної поведінки бізнесу стосовно конкретних людей: працівників підприємства (через виконання своїх зобов'язань і реалізацію соціальних програм), споживачів (через виготовлення якісної продукції), реальних і потенційних партнерів по бізнесу (через виконання ділових зобов'язань), громади (через створення нових робочих місць). Так, на необхідність виконання ними обов'язків перед персоналом підприємства, споживачами та партнерами вказало від 20 до 34% респондентів, на необхідність виконання обов'язків перед громадою, державою (тобто перед більш широкою, конкретно не визначеною аудиторією людей) – від 4 до 12% [7].

Результати дослідження, проведеного Асоціацією менеджерів у 2004 р. свідчать про те, що в уяві менеджерів і населення соціальна відповідальність бізнесу пов'язана з корпоративною етикою і внутрішньою соціальною політикою. Для менеджерів більш важливим є поліпшення умов праці і вкладання коштів у виробництво, а для населення – виплата заробітної плати [9]. В Україні за даними дослідження, проведеного Програмою розвитку ООН у 2005 р., окремі показники значно перевищують дані російських опитувань. Так, втричі більше респондентів

вважають важливою роль підприємств у реалізації регіональних соціальних програм та забезпеченні високої якості продукції.

Більшість опитаних керівників компаній (95% в Росії і 90% в Грузії) основним мотивом своєї соціальної активності вважають вирішення ключових соціальних проблем в галузі освіти, спорту, культури, екологічної безпеки. Якщо компанія прагне отримати певну користь для себе, то це вигода іміджевого порядку. В Росії 80%, а в Грузії 88% опитаних керівників підприємств назвали поліпшення репутації компанії мотивом доброчинності. Основними напрямками соціальної діяльності цих компаній є допомога незахищеним верствам населення, підтримка розвитку культури і мистецтва. Компанії виділяють кошти на впровадження соціальних заходів та застосовують такі форми реалізації соціальних програм, як волонтерська праця, організація корпоративних фондів [11].

В російських компаніях поширена філантропічна діяльність з маркетинговими цілями, пожертвування на дольових началах (частина внеску вноситься співробітниками, а інша частина – компанією), що викликало необхідність створення спеціалізованих структур і запрошення спеціалістів для стратегічного планування і розробки цільових соціальних програм [11]. Представники російських ділових кіл, усвідомлюючи свою соціальну відповідальність, розробляють заходи з її практичної реалізації. Створюються громадські комітети з корпоративної соціальної відповідальності, опрацьовуються різні моделі соціального партнерства державних, громадських і комерційних структур. У 2004 р. 200 російських компаній впровадили більше ніж 350 соціальних програм і проектів у сфері розвитку персоналу і професійної підготовки, охорони здоров'я і природоохоронної діяльності, розвитку місцевої громади і розповсюдження корпоративної соціальної звітності [8, 15]. Російським союзом промисловців і підприємців (роботодавців) у 2004 р. утворено Соціальну хартію російського бізнесу, прийняту представниками ділового світу, які вважають неможливим розвиток бізнесу окремо від розвитку суспільства країни. “Соціальна хартія” визначила стратегічну ініціативу, принципи соціально відповідальної ділової практики [8, 17].

У Латвії значна кількість підприємств підтримала Ініціативу Генерального секретаря ООН і приєдналась до Глобального договору ООН. Однією з перших це зробила провідна компанія Акціонерне товариство “Grindex”. Керівництво компанії пояснює її швидкий розвиток ефективністю цілеспрямованої підтримки різних соціальних і громадських заходів. Керівництво компанії вважає, що суспільство вправі очікувати підтримку від провідних підприємств, які є фінансово стабільними

і позитивно орієнтованими. З цієї ж точки зору, будує концепцію розвитку значна кількість підприємств Латвії [1].

Вестмінстерський Міжнародний Університет в Ташкенті (Узбекистан) спільно з Торговельно-Промисловою Палатою при підтримці Британського Посольства в Узбекистані у жовтні 2006 р. розпочали роботу над проектом “Підтримка Соціальної Відповідальності Бізнесу в середовищі малого бізнесу в Узбекистані”. Мета цього проекту – підтримка існуючих форм соціальної відповідальності бізнесу серед суб’єктів малого бізнесу в Узбекистані, ознайомлення їх з принципами соціальної відповідальності бізнесу, прийнятих в західних країнах. З цією метою проводяться семінари для представників малого бізнесу спільно з експертами з Великобританії, розробляються і публікуються мультимедійні ресурси, які демонструють досвід європейських країн, у вузах Узбекистану вивчають курс з корпоративної соціальної відповідальності [6].

В Казахстані у 2008 р. відбувся Республіканський форум з питань соціальної відповідальності бізнесу за участю представників влади пострадянських держав. Президент Н.Назарбаєв відмітив, що формування соціальної відповідальності держави і бізнесу є однією з базових умов стійкого розвитку країни [10]. На сьогодні в Казахстані проводяться економічні реформи, створюються інститути, необхідні для нормального функціонування ринкової економіки. На основі “Стратегії входження Казахстану до числа 50 найбільш розвинутих країн світу до 2015 р.” розроблено Концепцію розвитку громадянського суспільства в Республіці Казахстан на 2006-2011 рр., передбачено заходи із сприяння розвитку самофінансування соціально значущих проектів, своєчасності виплати заробітної плати, забезпечення безпечних умов праці, соціальної підтримки найманих працівників. Практикується також підписання угод між урядом Казахстану, республіканськими об’єднаннями працівників і роботодавців на окремі роки, яких мають дотримуватись всі сторони [3]. При формуванні програми реформ урядом Казахстану враховано необхідність підтримки соціальної сфери, боротьби з бідністю і безробіттям, побудови ефективної моделі розвитку людського потенціалу, закладення основ для постійного покращання якості життя. Таку модель розвитку, на думку президента, потрібно будувати на основі партнерства бізнесу та уряду. І хоча в країні є приклади фінансування національними компаніями і крупними інвесторами проектів у сферах освіти, спорту, культури, охорони здоров’я, необхідність залучати бізнес-сектор до вирішення соціальних, економічних та екологічних проблем суспільства в цій країні виникла нещодавно [2].

Все більша кількість підприємств постсоціалістичного простору долучається до Глобального Договору ООН. Українські підприємства не є виключенням [15]. Як російські, так і українські компанії в якості посередників підключають до своєї діяльності некомерційні організації. Наприклад, для реалізації національної програми Росбанку "Новий день" було проведено конкурс соціальних проєктів серед державних і громадських організацій. Переможці отримали гранти на надання допомоги дітям-інвалідам і обдарованим дітям [11].

З метою виявлення готовності українських підприємців впроваджувати соціальні програми у 2002 р. фондом "Інтелектуальна перспектива" проводились дослідження. Опитування керівників підприємств показало, що 60% з них визнають користь від реалізації соціальних проєктів, 25% респондентів заявили, що соціальну активність повинні виявляти ті, хто має для цього фінансові можливості. Соціальну діяльність негативно сприймають 5% опитуваних. 46% респондентів вказали на те, що в разі наявності фінансових можливостей, вони обов'язково братимуть участь в реалізації соціальних заходів. Стільки ж учасників дослідження вказали на бажання брати участь у громадсько-корисних акціях за умови удосконалення нормативно-правової і податкової бази. За даними дослідження, проведеного Програмою розвитку ООН в Україні в 2006 р., 75% опитаних керівників підприємств розуміють зміст поняття соціальної відповідальності бізнесу [13, 11].

В цілому в окремих країнах пострадянського простору спостерігається тенденція перетворення ідеї соціальної відповідальності бізнесу у складову частину стратегії розвитку бізнесу, яка має певні мотиви. Так, грузинські й російські компанії розраховують привернути увагу споживачів через реалізацію соціальних програм, сформувані позитивний імідж, збільшити обсяги продажу продукції тощо.[11] Керівництво підприємств в Узбекистані пріоритетним напрямком соціальної відповідальності вважає покращення економічних показників господарської діяльності. Однак, за даними опитування в Узбекистані виявлено ще й релігійні мотиви корпоративної соціальної відповідальності такі, як милосердя, бажання допомогти [6]. Більша частина українських підприємців (2/3 опитаних) від реалізації соціальних програм очікують отримати власну користь – зміцнення позитивної репутації, покращення іміджу підприємства. Опитані вважають, що стійка позитивна репутація є вагомим нематеріальним активом і впливає на позиціонування підприємства на сучасному ринку. На друге місце респонденти поставили покращення соціального середовища підприємства і регіону, в якому воно функціонує.



В Україні підприємці прагнуть здійснювати соціальні програми більш раціонально, керуючись методами стратегічного планування й оцінки ефективності, а не тільки емоціями. Дослідження теми соціальної відповідальності бізнесу проводилось українськими дослідниками у січні 2007 р. й довело наявність прагнення бізнесу та українського суспільства в цілому до цивілізованого ринку і громадської згоди. За результатами дослідження виявлено, що в Україні достатньо сильними є патерналістські традиції у суспільстві. Однак, незважаючи на те, що лише 17% опитаних покладають на бізнес важливу роль у вирішенні соціальних питань, 21% респондентів при прийнятті рішення щодо купівлі товарів або послуг беруть до уваги соціальну діяльність компанії.

Отримані дані свідчать про те, що на даний момент в Україні з розповсюдженого розуміння соціальної відповідальності як прояву благодійної діяльності акценти перемістились у бік внутрішніх соціальних програм компанії, спрямованих на працівників. Це викликано тим, що ефективність роботи компанії залежить від лояльності працівників до керівництва підприємства, продуктивності їх праці, а також тим, що, незважаючи на безробіття, гострою залишається потреба в кваліфікованій робочій силі. Однак, розуміння сутності поняття соціальної відповідальності бізнесу та усвідомлення необхідності дотримання цієї концепції українськими бізнес-колами ще не дає змоги стверджувати, що соціальна відповідальна позиція підприємств стала нормою для вітчизняного бізнесу. У більшій мірі в Україні процедура соціалізації бізнесу і ефективність управління підприємствами в цілому знижується у зв'язку з відсутністю єдиної державної програми підтримки розвитку соціалізації бізнесу, постійними змінами в законодавчій базі, відсутністю вільних коштів для соціальних інвестицій тощо.

В таких умовах без державної підтримки українські підприємства ризикують опинитись в жорсткому конкурентному середовищі і втратити конкурентоспроможність. Тому з метою підтримки вітчизняних підприємств окремих галузей Кабінет Міністрів України у січні 2006 р. видав розпорядження "Про затвердження плану заходів щодо нейтралізації можливих негативних наслідків у зв'язку зі вступом України до ВТО та забезпечення підвищення конкурентоспроможності національної економіки". Однак ці заходи, на жаль, не мають практичної реалізації.

В Україні, як і в інших постсоціалістичних країнах, систематично ініціюється обговорення теми соціальної відповідальності бізнесу в межах круглих столів, прес-конференцій, форумів. Ці заходи спрямовані на формування культури соціалізації бізнесу через підтримку впровадження вітчизняними компаніями практики укладання і розповсюдження соціальних звітів. Прикладом активної позиції до вирішення питання

соціальної відповідальності бізнесу є оприлюднення та підписання Хартії виробників дитячого харчування "За здорове дитяче харчування" в Києві у 2007 р.. Учасники Хартії добровільно взяли на себе обов'язок і турботу про збалансоване та корисне харчування дітей України. Зокрема, учасники Хартії добровільно дійшли згоди проводити відкритий взаємоконтроль за виробництвом своєї продукції як свій внесок до розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні.

За результатами проведеного дослідження можна зробити висновок, що становлення соціальної відповідальності бізнесу в країнах постсоціалістичного простору в умовах побудови ринкових відносин позитивно впливає на розвиток демократичних сил суспільства, соціального партнерства та екологічної свідомості. Ідеї соціальної відповідальності бізнесу стають складовою частиною стратегії розвитку бізнесу, тому з метою подолання проблем становлення соціальної відповідальності бізнесу в пострадянських країнах виникає необхідність розробки механізмів заохочення підприємницької ініціативи, формування нової філософії бізнесу з урахуванням загальних тенденцій і національних особливостей.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. [www.grindeks.lv](http://www.grindeks.lv)
2. [www.nomad.su](http://www.nomad.su)
3. [www.spv.kz](http://www.spv.kz)
4. Альбер М. Капіталізм проти капіталізму. СПб.: Економічна школа, 1998.
5. Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: возвращение к истокам // Российский журнал менеджмента. - 2006. - Том 4, №3. - С.186-190.
6. Вестник Торгово-промышленной палаты Руз «Ташаббус – 2006», конкурс по Сурхандарьинскому виroyату», Ташкент, 2006.
7. Всеросійський центр вивчення громадської думки (ВЦИОМ) - [www.wciom.ru](http://www.wciom.ru)
8. Корпоративна соціальна відповідальність в сучасній Росії: теорія та практика: М., Аналітичне управління апарату Ради Федерації, 2005.
9. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания, потребители, менеджеры. СМИ и чиновники оценивают социальную роль бизнеса в России. – М.: Ассоциация менеджеров, 2004.
10. Курятов В. Бізнес і відповідальність // [www.kazpravda.kz](http://www.kazpravda.kz). - 2008.
11. Социально ответственный бизнес: глобальные тенденции и опыт стран СНГ. Пер. с англ. Лаптєва А.А.; под. ред. Либоракиной М.И., – М.: Фонд «Институт экономики города» – 2001. – 72 с.

12. Стародубська М. Соціальна відповідальність бізнесу – PRямо в ціль // [www.marketingmix.com.ua](http://www.marketingmix.com.ua). - 2005.
13. Стародубська М. Стратегія, милосердя, мода або PR? Бізнес в Україні про соціальну відповідальність // [www.Marketing-Mix.ru](http://www.Marketing-Mix.ru)
14. Шевчук А.В. Соціальна роль бізнесу в моделях корпоративного управління // SPERO. – 2005. -- №2. – С.17-26
15. Юценко К. Корпоративна соціальна відповідальність: глобальний аспект (виступ на XVII Економічному Форумі у Криниць, Польща). – 2007.

*Рукопис надійшов до редакції 27.03.09 р.*

УДК 338.28.021.8(477)

## **РИНКОВІ ПЕРЕТВОРЕННЯ І СТАНОВЛЕННЯ ЗНАНСВОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ**

**Черепніна О.І.**

кандидат економічних наук, доцент

Київський національний торговельно-економічний університет

*В статті розкриті різні підходи дослідників до вирішення питання про співвідношення перехідного періоду від планової до ринкової економіки і становлення постіндустріального (інформаційного, знаннєвого) суспільства.*

*Ключові слова: перехідний період, ринкова економіка, постіндустріальне суспільство.*

*В статье раскрыты разные подходы исследователей к решению вопроса о соотношении переходного периода от плановой к рыночной экономике и становлении постиндустриального (информационного, знаниевого) общества.*

*Ключевые слова: переходной период, рыночная экономика, постиндустриальное общество.*

*In the article the different going of researchers is exposed near the decision of question about correlation of transitional period from planned to the market economy and becoming of postindustrial (informative, knowledge-based) society.*

*Key words: transitional period, market economy, postindustrial society.*