

V. Svyatnenko, PhD in Economics, Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

MARKETING TECHNOLOGIES AS AN INSTRUMENT FOR EFFICIENT DEVELOPMENT OF DOMESTIC ENTERPRISES

The paper investigates the essence and characteristics of marketing technologies, necessity of their use in domestic enterprises in conditions of competition. The problems of interpretation of the term "marketing techniques", their species and main characteristics are examined. The aim of the article is to research roles marketing technologies in ensuring the effective development of domestic enterprises in modern conditions.

Keywords: technology, technologization marketing activities, marketing technology, the main characteristics of marketing technologies.

Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics, 2014; 161: 49-52

УДК 316.42:330.88

JEL M 14

Г. Ільїна, канд. філос. наук, доц.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

МОРАЛЬНА ТЕЛЕОЛОГІЯ В ЕТИЧНІЙ КРИТИЦІ ЕКОНОМІЗМУ

У статті розглянута моральна телеологія в умовах етичної критики економізму. Відповідальність як етична категорія проінтерпретована з точки зору економічної етики та з урахуванням генетичного взаємозв'язку економіки і моралі. Визначені альтернативні інтерпретації ідей економізму в етиці бізнесу. Виявлений вплив етики відповідальності на формування нових стилів економічного та управлінського мислення.

Ключові слова: етика бізнесу, економізм, моральна телеологія, відповідальність, економічне мислення, управління.

Постановка проблеми. "Економіка – напрям етики" – це відоме твердження лунає в багатьох дослідженнях етичних проблем економічної діяльності. Критика ідей економічного детермінізму виникає як наслідок зведення економічної діяльності винятково до економічної раціональності та винесення при цьому "за дужки" ролі взаємодії економічних акторів. На противагу цьому постає питання про те, яким чином буде реалізована людська гідність, свобода, відповідальність в умовах господарської діяльності, це і відсилає до прямого взаємозв'язку між економічною діяльністю та її етичним унормуванням. Відтак актуальним постає питання про місце етики бізнесу в умовах критики економізму та розвитку моральної телеології.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Хоча проблема моральної телеології економіки не є новою, сьогодні зростає увага до етичних аспектів діяльності бізнес-організацій, їх впливу на соціум і довкілля, а також управління ними. Це демонструють, зокрема, й основні дослідження у сфері економічних етик – англосаксонська парадигма етики бізнесу (представлена науковими роботами Дж. Елкінгтона, А. Керола, М. Бекмана, А. Пайса, Е. Шерера, М. Бейкера та ін.) і континентальна господарська етика (П. Ульріх, Г. Гамерман та ін.). Разом із тим, основна тема етики бізнесу, а саме – тема відповідальності бізнесу перед суспільством і майбутніми поколіннями, – є фундаментальною міждисциплінарною проблематикою. Відтак знаходить своє обґрунтування, по-перше, у дослідженні загальних етичних, соціологічних і соціально-філософських проблем сучасного капіталізму (у визначенні дискурсів відповідальності та виявленні етичних викликів в умовах глобалізації, що показано у роботах К.-О. Апеля та Ю. Габермаса), по-друге – у теоріях екологічно орієнтованої етики майбутнього (Г. Йонас, К. Рау). Окрім того, ряд дослідників (наприклад, Р. Де Жорж) зазначають, що етика бізнесу – це не тільки дисципліна, але й "рух" за дотримання соціальної відповідальності та за приведення бізнес-діяльності у відповідність до принципів сталого розвитку. У свою чергу, це підтримується багатьма міжнародними організаціями й ініціативами та фіксується відповідно в їх документаціях, деклараціях і рекомендаціях (наприклад, принципи "Глобального договору ООН", "Керівництво ОЕСР для багатонаціональних компаній", декларація Круглого столу Ко "Принципи бізнесу" та ба-

гато інших), які здійснюють вагомий вплив не тільки на думку громадськості, але й на етичні дискусії загалом.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. В умовах економізму власна логіка розвитку ринків (незалежно від намірів окремих економічних акторів) робить ідею економічної етики по-своєму парадоксальною: внутрішньо властива капіталізму логіка економізму певною мірою передбачає самодостатність, первинність інтересів економіки (яка забезпечує людські потреби) перед інтересом гуманістичних цінностей. Поряд з тим, життя людства в глобальних умовах, "постнаціональна констеляція" (Ю. Габермас) приводять спочатку до поступового подолання іронічного ставлення до етичного виміру економічної діяльності, а далі – до виведення на авансцену етико-економічних розвідок проблеми відповідальності економічних акторів як на макро-, так і на мікрорівні. Критика економізму, яка виникає в результаті переоцінки світоглядних орієнтирів сучасних економічних моделей та переосмислення соціальної, соціокультурної ролі бізнесу в житті спільнот, суспільств і планети, акцентує увагу на перевагах гуманістичних, етичних, філософських підходів до управління з урахуванням такого сучасного етичного стандарту, як відповідальність за майбутнє людства. У такій перспективі виникає необхідність перегляду місця економізму в умовах нових етичних стратегій, які проголошуються менеджментом багатьох організацій та набувають швидкого розвитку в останні десятиліття.

Формулювання завдань та цілей статті. Мета статті – проаналізувати сучасне становище етики бізнесу та виявити роль моральної телеології в етичній критичі економізму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині етика бізнесу стає інструментом іміджетворення й разом формування "ділової бездоганності" (П. Ульріх). На соціальному рівні етичні стандарти впроваджуються в діяльність організацій шляхом створення етичних кодексів та кодексів корпоративної поведінки, а також знаходять відображення в стандартизації ділової комунікації. На індивідуальному рівні імідж ділової людини, окрім іншого, включає такі традиційні етичні поняття, як відповідальність, дотримання взятих на себе зобов'язань, зрештою – самоповаги та гідності. Відтак, можна погодитися, що "бізнес-організації нині очікують відповідальної поведінки бізнесу, що іде в розріз із тим, що очікується традиційно. Хоча люди все ще частіше гово-

рять про бізнес у термінах товарів, робіт і прибутків, по всій планеті розуміється і приймається той факт, що бізнес-підприємство залишається членом спільноти. Ціллю прибутку та економічного прогресу не є право ігнорувати норми спільноти, її цінності, а також стандарти поваги, єдності та якості" [7, с. 4].

Як зазначають сучасні дослідники, "ринки стають вільними і залишаються вільними, якщо їх гравці відповідальні та поважають базові цінності чесності, надійності, справедливості та самодисципліни. Альтернативою до відповідальної поведінки бізнесу є неефективні ринки та високовартісне урядове регулювання. Вільні потоки капіталу, таланту, знання і креативності можливі там, де спільноти дотримуються прозорості, поваги до власності, ринково-орієнтованих правових рамок, а також надійних механізмів вирішення суперечок" [7, с. ix-x]. Отже, з точки зору управлінської ефективності, етиці бізнесу віддається прерогатива у створенні таких стандартів комунікації, які б підтримували функціонування вільного ринку. Проте є й більш глобальний запит щодо ділової етики, пов'язаний з темою відповідальності бізнесу за свою діяльність у зв'язку із загрозами, які стоять перед людством загалом. Так, на планетарному рівні необхідність соціальної відповідальності бізнесу загострюється глобалізацією екологічної проблематики й проблемами виживання людства, що в концепції сталого розвитку.

Стан сучасної етики в цілому нині є "наржним каменем" і розглядається в багатьох сферах діяльності. Суть його парадоксальності зауважує відомий німецький філософ К.-О. Апель: "З одного боку, необхідність етики солідарної відповідальності людства, яка мала б силу інтерсуб'єктивного зобов'язання, ніколи ще не була такою актуальною, як сьогодні, і саме через жахливе збільшення ризику людської активності взагалі та конфлікти, спричинені технічними можливостями науки. З іншого боку, мабуть, ще ніколи не було так важко, як сьогодні, рціонально обґрунтувати інтерсуб'єктивний чинну етику, причому саме тому, що сучасна наука за своєю стереотип рціонального інтерсуб'єктивного обґрунтування як ціннісно-нейтрального і за цією ознакою розглядає всі ціннісно не нейтральні теоретичні побудови як чисті ідеологізми" [1, с. 16]. Як бачимо, сучасна етика в цілому – це етика відповідальності, яка регулює комунікативні механізми спільнот і суспільств, формуючи певні рціональні зразки етичних норм.

Усе вищесказане підводить до думки, що в мозаїчній палітрі проблем і питань, які ставляться в сучасних економічних етиках, можна виокремити дві ключові сфери – тему соціальної відповідальності акторів економічної діяльності та тему кінцевої мети економічної діяльності загалом (друга випливає з генеалогічного взаємозв'язку економіки і моралі). Перше питання акцентоване в англосаксонській традиції ділової етики (Business Ethics), яка зосереджує власні зусилля на концептуалізації корпоративної соціальної відповідальності (її соціальної, екологічної та економічної складових), корпоративного громадянства тощо. Натомість впливові європейські концепції господарської етики шукають фундаментальні засади досконалої ділової репутації у сфері взаємозв'язку моралі з рціональною діяльністю (видатним зразком якої виступає економічна діяльність) [Див.: 4].

Позиція економізму знаходить чітке відображення у традиційній критиці етики бізнесу. З одного боку, "справа бізнесу – тільки бізнес", – заявляють економісти, які відстоюють ідею самодостатності економічної рціональності, принципи економічного детермінізму та ідеї вищої доцільності економічного блага. Бізнес повинен дбати сам про себе, і його успішне функціонування є благом, без будь-яких додаткових надбудов у вигляді

етики [Див.: 10]. Така позиція, по суті, є позицією "економізму", визначеного П. Ульріхом як "віра економічної рціональності тільки в саму себе і в ніщо інше" [4, с. 21], відповідно до чого всі соціальні явища розглядаються крізь призму їх економічних витоків. Проте сучасне економічне мислення зазнає значних трансформацій саме у зв'язку з розширенням сфери відповідальності бізнесу (тобто етичної сфери).

Слід додати, що каталітична модель економіки в цілому орієнтована на взаємодію, що в сукупності з формуванням інформаційного суспільства зрештою привело до формування норм цієї взаємодії. Вони проголошуються у пошуках етичної легітимації пізнього капіталізму, у встановленні принципів "морального капіталізму" тощо. Відтак, на думку Дж. Елкінгтона, "у всьому світі люди бізнесу усвідомлюють той факт, що ключові ринки перебувають на грані швидких змін, зумовлених новими екологічними стандартами і пов'язаних із запитом споживачів. У результаті нові сутнісні напрямки (new bottom lines) розгорнулися поруч із старими константами "прибутку-збитку". Проблема корпоративного громадянства, яка була оцінена як низькопріоритетна, у програмі сталого розвитку постає у процесах становлення конкурентного і стратегічного завдання для основних ділянок індустрії й комерції" [9, с. 44]. Згадані дослідником напрями – це екологічна, економічна та соціальна відповідальність бізнесу, тобто формування такого економічного мислення, в якому бізнес стає соціальним актором, і відповідальність його розуміється не тільки як відповідальність за свою діяльність, але й відповідальність перед локальними спільнотами, з якими суміжна його діяльність.

Таким чином, соціальна відповідальність бізнесу нині стає основним предметом ділової етики, що оцінюється дослідниками почасти іронічно. "Якщо людожери користуються виделками – чи це прогрес?" Таке запитання-парадокс Стансілава Ежи Леца стало метафоричним відображенням сучасного бізнесу. Так, на думку Дж. Елкінгтона, бізнесмени, які традиційно розглядалися як "людожери", що зосереджені на прибутках, нині зобов'язані дбати про власний імідж, отже, вести відповідальний бізнес. Таким чином, ділова етика розглядається як напрям знань, який забезпечує фундаментальне обґрунтування моралі в господарській діяльності, і є зосереджена на проблемі відповідальності людства перед майбутнім. Окрім того, вона має й суто прикладне значення – виявити загальні засади ділової бездоганності учасників економічних процесів.

Відтак особливостями критичного виміру практично всіх напрямів етики бізнесу стає наявність суперечливого ставлення з приводу її доцільності, ґрунтоване на позиції економічного детермінізму. Хоча в такому випадку етика бізнесу виходить у своєму обґрунтуванні суто із засновків економізму ("етика платить" – тобто етика впливає на імідж, що впливає на прибуток). У випадку господарської етики "гібрид" етики з економікою виступає способом встановлення взаємозв'язків "між економічною логікою та етичним здоровим глуздом", що, на думку П. Ульріха, виходить за межі сфери впливу політичної економії, причиною чого є те, що остання з часом "уявила себе вільною від будь-яких "цінностей", "чистою" економічною теорією, в аксіоматиці якої немає місця для етичних категорій" [4, с. 10]. Водночас "життєва доцільність" такої економіки часто ставиться під сумнів, оскільки передбачає, що мета рціональної діяльності – забезпечення максимального добробуту і блага: усе це в умовах споживчих орієнтирів сучасного суспільства та очевидних соціальних і екологічних наслідків економічної діяльності виглядає непереконливим. Отже, роль моралі в етиці

бізнесу передбачає постановку питання про співвідношення господарювання і гідного життя.

Генеалогічний взаємозв'язок економіки і моралі в цьому сенсі виступає вагомим аргументом на користь важливості встановлення та дотримання етичних стандартів у бізнес-діяльності. Звертаючись до європейської традиції етико-економічних досліджень, яка акцентує більш значну увагу на темі моральної телеології (зокрема, на ідеї гідного життя як на кінцевій меті економічної діяльності загалом), слід вказати на їх історичну детермінованість, яка ігнорується в критиці амбітних цілей сучасної бізнес-етики. Так, за зауваженням П. Ульріха, у добу премодерну "автономізація комерційних мотивів наживи, їх виділення з безпосереднього життєво-практичного смислового контексту і ціннісного масштабу було буквально немислимим. Відповідно, усі економічні вчення премодерну – від Арістотеля до Адама Сміта – були за своєю суттю господарською етикою" [4, с. 24–25].

Етичний вимір економізму виявляється також у тезі про те, що (на думку Г. Габерманна) "між економічно вигідним та етично правильним (для підприємця в ринковій економіці) немає суперечності: ці поняття співпадають. Це не суперечить моралі, а, навпаки, є моральним обов'язком підприємця, згідно з його підприємницьким резонам робити все, щоб підтримувати підприємництво на відповідному рівні" [Цит. за: 4, с. 76]. Подібний "принцип прибутку", який у тому чи іншому вигляді формує економічний дискурс із часів А. Сміта, апелює до ідей економізму, проте в багатьох випадках ігнорує той факт, що кінцевою метою економічної діяльності в повноцінному сенсі є не абстрактне накопичення матеріальних благ, а – забезпечення гідного і щасливого життя людини.

Тому поряд із класичним філософським дискурсом щодо проблеми відповідальності, нині виникає ряд її альтернативних інтерпретацій та вимірів у зв'язку із її включенням у центральну тематику бізнес-етики. Е. Шерер назвав традиційну парадигму етики бізнесу "парадигмою національних держав", не придатною для доби глобалізації [11, с. 415], в умовах якої міжнародні корпорації можуть володіти надпотужними ресурсами, зв'язками, впливовістю. Відбувається "транснаціоналізація" політичної, економічної, культурної діяльності, що приводить до "постнаціональної констеляції" (Ю. Габермас) [5] – стану, особливостями якого є провідна міжнародна роль корпорацій та відсутність достатньо потужних міжнародних організацій для контролю за їх діяльністю.

У такій ситуації неможливою стає засаднича теза традиційної парадигми, а саме – розподіл економічної та політичної сфер впливу. Зокрема, антагоністами постають капіталізм і демократія, і саме на подолання цього антагонізму спрямоване формування етичного мислення. Так, з позиції Ю. Габермаса, "ринки товарів, капіталу і праці керувалися власною логікою, незалежно від намірів людей, залучених до них. Разом із адміністративною владою гроші, таким чином, також стали анонімним посередником соціальної інтеграції, що функціонує поза свідомістю окремих акторів. Зараз така системна інтеграція конкурує з іншою формою інтеграції, тією, що панує у свідомості людей, залучених до неї, тобто із соціальною інтеграцією через цінності, норми та процеси досягнення взаєморозуміння" [2, с. 61].

За умов "постнаціональної констеляції" та з появою ідеї комунікативного консенсусу як мети спільної діяльності людей соціальна відповідальність постає способом саморегуляції наслідків діяльності бізнесу, що формує нові парадигмальні осяги тієї ж ідеї відповідальності бізнесу. "Задля уникнення серйозної й незворотної шкоди необхідно буде не тільки протистояти неконтрольованому зовнішньому впливу на довкілля, але й са-

мій логіці нічим не стримуваного наукового й технологічного прогресу, – заявляє Е. Гідденс. – Ця гуманізація технології, ймовірно, буде також поєднана з привнесенням моральної проблематики у нинішні, здебільшого "інструментальні" відносини між людьми й штучно створеним навколишнім середовищем" [3, с. 317].

Як бачимо, етика бізнесу нині ставить перед собою актуальні й амбітні цілі – спрямувати бізнес на забезпечення гідного співжиття людей, зменшення екологічних небезпек, боротьбу з вадами капіталізму та на участь у житті спільнот. Відтак вона стає інструментом менеджменту – етичні принципи працівника стають темою співбесіди при прийомі на роботу, корпоративні кодекси встановлюють етичні стандарти поведінки, значна кількість міжнародних організацій працює над приверненням уваги бізнесу до боротьби з порушеннями етики бізнесу. Етика бізнесу нині стає в тому числі й управлінською проблемою.

Управління, яке є феноменальною основою менеджменту як науки, повинне виступати біосоціальним явищем, в якому оприявлюється проблема особистості, що пов'язано з індивідуалізацією соціального буття. Власного загострення ця проблема здобуває у зв'язку з поставанням "індивідуалізованого суспільства" (З. Бауман). Індивід у межах міжособистісних інтеракцій здобуває власну ідентичність через дистанціювання (від самого себе), і саме те, що його самість є принципово соціальною структурою, уможлиблює відчуття власної унікальності, без якого він ризикує сформувати хибну, кризову ідентичність. Процеси позбавлення індивідом абстрактності (що є суттєвою настановою сучасних соціальних дискурсів) призводять до розриву соціальних зв'язків. Отже, індивідуалізація соціального життя впливає з розпаду ідеї суспільства, зумовленого відсутністю в ньому метасоціальних принципів, які б забезпечували його інтеграцію. У цьому сенсі ділова етика виступає способом раціоналізації та впорядкування кризових процесів і явищ, які зумовлені глобальними соціальними трансформаціями і новим становищем людини. Моральна телеологія в умовах етичної критики економізму в управлінському вимірі означає спрямування економічної діяльності не саму на себе (як це передбачено ідеями економізму), а спрямування її на традиційно етичні явища (гідне життя, самореалізація, відповідальність тощо).

Висновки. Нині бізнес розглядається не тільки в сенсі його економічних параметрів, але й з точки зору його ролі у житті спільнот і суспільств. Сферою застосування етики бізнесу стає проблема соціальної відповідальності, яка формує новий тип економічного мислення, а також нові управлінські цінності. Ідеї економізму, які наразі не зникають з поля соціоекономічного буття людини, тим не менше, знаходять альтернативні інтерпретації в етиці бізнесу як у зв'язку з тим, що етика бізнесу пропонує бізнес-організаціям взяти на себе амбітні місії щодо зниження негативних екологічних наслідків людської діяльності та покращення становища людей у планетарному масштабі, так і, що важливо, у формуванні нових стилів економічного та управлінського мислення, головною засадою якого є відповідальність. Переоцінка економізму, таким чином, стає світоглядним орієнтиром етики бізнесу, в яку впроваджується тема моральної телеології як основної мети економічної діяльності загалом й економічного актора зокрема.

Перспективи подальших досліджень у цьому напрямі. Тема економізму, широко досліджена в англосаксонських та особливо континентальних етичних доктринах, наразі недостатньо розроблена в перспективі українського економічного мислення, що важливо

як для розвідок з філософії бізнесу (що може знайти вияв у темі становлення економічної ідентичності), так і суто в етиці бізнесу (щодо питань етики управлінської діяльності у сфері соціальної відповідальності).

Список використаних джерел

1. Апель К.-О. Дискурс і відповідальність: проблема переходу до пост-конвенціональної моралі / К.-О. Апель. – К.: Дух і Літера, 2009. – 430 с.
2. Габермас Ю. Громадянство і національна ідентичність / Ю. Габермас // Умови громадянства: зб. ст. – К., 2005. – С. 49–70.
3. Гидденс Э. Последствия современности / Э. Гидденс. – М.: Издательская и консалтинговая группа "Практис", 2011. – 352 с.
4. Ульрих П. Критика экономизма / Петер Ульрих; [пер с нем. И. П. Смирнова]. – [2-е изд.]. – М.: Вузовская книга, 2008. – 120 с.
5. Хабермас Ю. Постнациональная констелляция и будущее демократии / Ю. Хабермас // Хабермас Ю. Политические работы. – М.: Практис, 2005. – С. 269–340.
6. Broom J. Why Economics Needs Ethical Theory [Electronic source] // J. Broom. – Access mode to a resource: :http://users.ox.ac.uk/~sfop0060/pdf/Why%20economics%20needs%20ethical%20theory.pdf.

Г. Ильина, канд. филос. наук, доц.

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев

МОРАЛЬНА ТЕЛЕОЛОГИЯ В ЭТИЧЕСКОЙ КРИТИКЕ ЭКОНОМИЗМА

В статье рассмотрена моральная телеология в условиях этической критики экономизма. Ответственность как экономическая категория проинтерпретирована с позиции этической критики экономизма. Определены альтернативные интерпретации идей экономизма в этике бизнеса. Выявлено влияние этики ответственности на формирование новых стилей экономического и управленческого мышления.

Ключевые слова: этика бизнеса, экономизм, моральная телеология, ответственность, экономическое мышление, управление.

H. Iliina, PhD, Associate Professor

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

MORAL TELEOLOGY IN ETHICAL CRITIQUE OF THE ECONOMISM

The paper considers the moral teleology in terms of ethical critique of the economism. Responsibility as an ethical category is interpreted in terms of economic ethics and taking into account the genetic relationship between the economy and morality. The alternative interpretation of ideas of the economism in business ethics is identified. The influence of ethical responsibility to the formation of new styles of economic and management thinking is revealed.

Keywords: business ethics, economism, moral teleology, responsibility, economic thinking, management.

Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics, 2014; 161: 52-56

УДК 330.322.54

JEL G 310

П. Кухта, канд. екон. наук, доц.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

ОСОБЛИВОСТИ МЕТОДУ MIRR В ОЦІНЮВАННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ

Розкрито особливості методу MIRR в оцінюванні ефективності інвестиційних проєктів, обмеження щодо його застосування, переваги і недоліки порівняно з показниками оригінального IRR та NPV для проєктів з певними вихідними характеристиками. Визначено можливості адаптації методу MIRR до альтернативних розрахункових підходів оцінювання грошових потоків інвестиційного проєкту.

Ключові слова: модифікована внутрішня норма дохідності, грошові потоки, ефективність, реальні інвестиції, оцінювання, інвестиційні проєкти.

Постановка проблеми. У сучасних умовах гострого дефіциту на підприємствах України вільних фінансових ресурсів, що можуть бути спрямовані на реальне інвестування, критичного значення набуло правильне обґрунтування доцільності реалізації інвестиційних проєктів, що є найбільш відповідальним і складним етапом у процесі управління інвестиційною діяльністю підприємств. Недосконалість інструментарію оцінювання ефективності використання засобів на технічне переозброєння підприємств, недостатня практична розробленість цієї проблеми зумовили необхідність перегляду не лише методичних рекомендацій щодо управління інвестиціями, але й розробки і впровадження нових, значно ефективніших та адекватних сучасним економічним реаліям підходів до оцінювання ефективності реальних інвестицій підприємств.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематика розвитку методичного інструментарію оцінювання ефективності реальних інвестицій приділяло ува-

гу багато вітчизняних та західних науковців. Придатність окремих методів для оцінювання інвестиційних проєктів обговорювалася часто та емоційно. Щодо методу внутрішньої норми дохідності історичне значення має спір між Боулдінгом (*Boulding K.*) [12] і Райтом (*Wright C.*) [20], варто також звернути увагу на тривалу дискусію між Хостербахом (*Hosterbach E.*) і Хаберштоком (*Haberstock L.*), наприклад [14] та [15].

Окремі аспекти можливості застосування методу модифікованої внутрішньої норми дохідності (*MIRR*) у сучасній практиці проаналізовано у роботах Ю. Бріггема і Л. Гапенскі [2; 13], С. Ліна (*Lin S.*) [18], російських учених П. Віленського, В. Лівшиця та С. Смоляка [4]. Систематизацію принципів оцінювання інвестиційних проєктів на основах компаундингу та розвиток відповідного методичного інструментарію на комплексних засадах здійснено у роботах А. Растяпіна [9], проте аналізу перспектив застосування методу *MIRR* уваги не приділено. Широко зустрічається твердження про можливість застосування

7. Business Ethics: a Manual for Managing a Responsible Business Enterprise in Emerging Market Economies. – W.: U.S. Department of Commerce, International Trade Administration, 2012. – 333 p.

8. De George R. A History of Business Ethics / R. De George [Electronic source]. – Access mode to a resource: <http://www.scu.edu/ethics/practicing/focusareas/business/conference/presentations/business-ethics-history.html>.

9. Elkington J. Cannibals with Forks. The Triple Bottom Line of 21 Century Business / J. Elkington. – Capstone, 1997. – 402 p.

10. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits [Electronic source]. – Access mode to a resource: <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>.

11. Scherer A. G. Globalization and Corporate Social Responsibility / A. G. Scherer // The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility / Eds.: A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon, D. Siegel. – Oxford: Oxford University Press, 2008. – P. 413–431.

Надійшла до редколегії 30.06.14