

3. Кудлай В. Г. Актуальні питання професійного розвитку персоналу в сучасних умовах. *Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення (випуск 6)*. Всеукраїнська наукова інтернет-конференція, м.Тернопіль, Тернопільський національний економічний університет 28-29 серпня 2014, С. 26-27.

4. Кудлай В. Г. Виклики та напрямки модернізації бізнес-освіти // Інновації в бізнес-освіті [Електронний ресурс] : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. ; 22-23 травня 2019 р., м. Київ. К. : КНЕУ, 2019. 230 [1] . С.44-47.

5. Кудлай В.Г. Партисипативне управління як чинник підвищення ефективності управління персоналом // Управління соціально-економічними трансформаціями господарських процесів: реалії і виклики: збірник тез доповідей II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Мукачево, 6-7 квітня 2020 р.). Мукачево: МДУ, 2020. С.167-169.

6. Кудлай В.Г. Особливості мотиваційної політики в умовах економічної кризи // Інноваційні стратегії та моделі економічних трансформацій в умовах євроінтеграційних викликів матеріали //міжнародна науково-практична Internet-конференції 15 травня 2020 р. Харків Ужгород Софія Пшеворськ. С.47-49.

7. Маслак М.В. Фактори розвитку трансферу технологій машинобудівного підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. Київ : ВНЗ «Національна академія управління», 2016. № 5. С. 171–181.

8. Перерва П.Г. Венчурна діяльність промислового підприємства та внутрішньо фірмова комерціалізація технологій на засадах інтрапренерства. *Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки*. Харків : НТУ "ХПІ", 2016. №27 (1199). С. 90-96.

ВИЗНАЧЕННЯ ПРИНЦИПІВ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

К. О. ГОРОВА, канд. екон. наук, доц.

ДЕНЬ ЦІВЕНЬ

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

В сучасних умовах господарювання підприємства все більше приділяють уваги завоюванню позитивного іміджу серед споживачів завдяки впровадженню у свою діяльність корпоративної соціальної відповідальності

(КСВ). Відповідальний бізнес в умовах жорсткої конкуренції має більше шансів на отримання стійкої прихильності споживачів. КСВ – це складова загальної стратегії підприємства, що спрямована на вирішення суспільних, економічних, соціальних та екологічних проблем та забезпечення стійкого розвитку як на рівні окремого підприємства, так і на макrorівні, із врахуванням інтересів усіх зацікавлених сторін, що впроваджується у систему менеджменту організації на основі інтеграції відповідних дій у бізнес-процеси та цінності компанії та сприяє забезпеченню цільового рівня результативності діяльності організації.

Впровадження КСВ у загальну стратегію компанії має відбуватися згідно певних принципів. Принципи КСВ представляють собою правила поведінки та здійснення певних дій, відповідно до яких реалізуються завдання управління компанією, підвищується результативність її діяльності та удосконалюються взаємовідносини організації із середовищем її функціонування. Нами було проаналізовано літературні джерела щодо різноманіття поглядів на принципи КСВ (табл. 1).

Таблиця 1 – Узагальнення інформації щодо принципів КСВ

Джерело	Принципи КСВ
1	2
Бержанір А.Л. [1]	Розробка соціальних пакетів для працівників та їх сімей; підвищення кваліфікації працівників; дотримання екологічної відповідальності; розвиток корпоративної культури; розвиток відносин з профспілками та радами трудових колективів; відповідальне ставлення до партерів і споживачів; відповідальність компанії перед суспільством в цілому
Лебедев І. [2]	Патріотизм; гуманізм; органічне поєднання економічної ефективності, соціальної справедливості та ресурсно-екологічної збалансованості; баланс інтересів роботодавців, працівників і держави; добровільність прийняття і виконання додаткових соціальних зобов'язань, не передбачених законодавством; етичність; соціальна звітність і відвертість до діалогу із заінтересованими сторонами
Зибарева О. В., Вербівська Л. В. [3]	Налагодження довгострокових відносин зі споживачами, постачальниками та діловими партнерами; прискорення розробки високоякісних товарів і послуг та скорочення термінів їх просування на світовий ринок; формування банку кваліфікованої та мотивованої на високу продуктивність робочої сили; орієнтація на споживача, лідерство у якості, сервісному обслуговуванні та надійності; новаторство, безперервне удосконалення; отримання репутації надійної організації, яка відповідально відноситься до соціальних та екологічних проблем; створення сприятливого соціально-психологічного клімату для колективу

Продовження таблиці 1

1	2
Mapfre [4]	Дотримання міжнародних зобов'язань, відповідність чинним національним та міжнародним законам та правилам, збереження практики корпоративного управління, спілкування та діалог з усіма зацікавленими сторонами, дотримання прозорості, дотримання прав людини, фінансова відповідальність, збереження оточуючого середовища
Brother's Group [5]	Справедливі умови праці (недопущення дискримінації та расизму, справедливі та законні трудові відносини, свобода об'єднань, недопущення примусової та дитячої праці, чітко визначена дисциплінарна політика, ефективна система сповіщення), здоров'я та безпека (здоров'я та безпека на роботі, санітарія, харчування та житло), охорона навколишнього середовища, етичне та відповідальне ведення бізнесу (чесне укладання угод, відповідна реклама, відсутність корупції, звітність та збереження корпоративної інформації, інформаційне управління, захист особистої інформації, політика проти інсайдерської торгівлі, захист прав інтелектуальної власності)
Кроутер Д., Арас Г., [6]	Стійкість, підзвітність, прозорість
ISO 26000 [7]	Підзвітність, прозорість, етична поведінка, повага до інтересів зацікавлених сторін, повага до верховенства права, повага до міжнародних норм поведінки, повага до прав людини

Також при формуванні принципів КСВ слід звернутися і до міжнародних нормативних та рекомендаційних джерел, до яких можна віднести Глобальний договір ООН, Тресторонню декларацію МОП про принципи, що стосуються багатонаціональних підприємств та соціальної політики, Настанови Організації економічного співробітництва та розвитку для транснаціональних підприємств, Принципи Глобальної ініціативи звітності, розроблені для відповідального бізнесу.

За допомогою узагальнення вищенаведених джерел нами було виділено такі принципи КСВ:

- стратегічності – компанії впроваджують КСВ у свою діяльність на довгостроковій основі у відповідності до стратегії свого розвитку;
- добровільності – впровадження КСВ у діяльність компанії здійснюється на добровільній основі в межах, які компанія здатна підтримувати з наявним обсягом ресурсів на довгостроковій регулярній основі;
- підзвітності та прозорості – компанія повинна вести всебічний облік своєї діяльності та надавати відповідну зрозумілу, релевантну, своєчасну інформацію усім зацікавленим особам;

– врахування інтересів всіх зацікавлених сторін – при формуванні КСВ компанія враховує інтереси та підтримує ефективні взаємозв'язки з усіма зацікавленими особами – власниками, працівниками, споживачами, партнерами, територіальною громадою, постачальниками тощо;

– сталого розвитку – компанії при прийнятті бізнес-рішень повинні враховувати не тільки поточну вигоду від своєї діяльності, а і як вони вплинуть на майбутній розвиток регіону чи світу в цілому, чи не споживає компанія протягом своєї діяльності ресурсів більше, чим може бути відновлено;

– відповідальності перед суспільством, екологією, регіоном – компанії здійснюють свою діяльність відповідно до мінімізації економічних, екологічних, суспільних, політичних тощо ризиків та запобігання здійснення можливої шкоди; сприяють економічному та суспільному розвитку регіону;

– дотримання законодавства – компанії здійснюють свою діяльність в межах законодавства регіону, де вони функціонують, норм міжнародного права, прав людини, дотримуються умов укладених угод та в межах своєї компетенції запобігають корупції;

– чистої конкуренції – компанії взаємодіють з конкурентами відповідно до принципів чистої конкуренції, протидіють будь яким проявам шахрайства та промислового шпіонажу;

– професіоналізму – компанії є відповідальними за якість виготовлення продукції та надання послуг на всіх рівнях, прагнуть до досконалого її рівня та професіоналізму всіх категорій співробітників в межах наявних ресурсів;

– етичності – у своїй діяльності компанія не допускає ніяких проявів дискримінації, дотримується етичних норм та гуманістичних цінностей, свою діяльність здійснює чесно та справедливо;

– результативності – формування стратегії КСВ здійснюється з метою досягнення цільового рівня показників результативності за всіма бізнес-процесами;

– інтеграції у бізнес-процеси – стратегія КСВ є складовою загальної стратегії компанії та інтегрується у всі бізнес-процеси та господарські операції компанії.

Впровадження КСВ у діяльність компанії керуючись наведеними принципами дозволить їй забезпечити сприятливий імідж серед споживачів та суспільства в цілому у довгостроковій перспективі, досягти стійких конкурентних переваг та цільового рівня показників результативності бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Бержанір А. Л. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник підвищення ефективності сучасного бізнесу. *Економіка і організація управління*. 2014. Вип. 1-2. С. 43-47.
2. Корпоративна соціальна відповідальність: концепція і модель для України. *Україна: аспекти праці*. 2014. № 5. С. 13-19.
3. Зибарева О. В. Корпоративна соціальна відповідальність в контексті сталого розвитку підприємництва. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2017. Вип. 4. С. 20-35.
4. Corporate Social Responsibility Policy. Mapfre, 2015. 10 p.
5. Brother Group Corporate Social Responsibility Report. Brother Industries, 2019. 70 p.
6. Corporate Social Responsibility / David Crowther, Guler Aras. – [electronic resource] - Access mode : <https://bookboon.com/en/defining-corporate-social-responsibility-ebook>
7. Discovering ISO 26000 provides a basic understanding of the voluntary International Standard ISO 26000:2010, Guidance on social responsibility. International Organization for Standardization : Geneve. 20 p.

АКТУАЛЬНІСТЬ ПЛАНУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ТА РОЛЬ БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ У ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННІ

В. М. ПРАСОЛ, доцент

І. Р. КУТАФІН, студент

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова.*

В умовах ринкових відносин зберігається актуальність планування діяльності підприємства. Взагалі, планомірний розвиток економіки знижується