

клітинами враховує багато факторів при оцінці довгострокової привабливості галузі та конкурентної позиції підприємства.

Також матриця має і свої недоліки:

- велика кількість факторів та необхідність їх виміру;
- суб'єктивність бальних оцінок;
- загальний характер рекомендацій;
- труднощі вибору стратегій із більшості варіантів;
- при невірному підборі факторів можуть бути отримані невірні стратегічні рекомендації [3].

Після аналізу всіх переваг можна зробити висновок, що запропонована матриця може дати більш точну та об'єктивну оцінку позиції підприємства та подальшої його поведінки.

### **Література.**

1. Маркова В.Д. Стратегический менеджмент: Курс лекций. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002. – 288 с.
2. Дмитрієв І.А. Формування та оцінювання бізнес-портфеля підприємства автомобільного транспорту / І.А. Дмитрієв, І.А. Касатонova. – Харків: ХНАДУ, 2010. – 152 с.
3. Шинкаренко В.Г. Формирование стратегии развития автотранспортного предприятия: монограф. / В.Г. Шинкаренко, О.П. Левченко. – Х., ХНАДУ, 2009. – 166 с.

## **СФЕРИ ПРОЯВУ ТА СТАНДАРТИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

*Щепиліна А. К., Шевченко І. В., студенти  
Науковий керівник: Бочарова Н. А., к. е. н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

На даний час пріоритетними напрямками для України є інтеграція до європейського співтовариства, перехід до сталого економічного розвитку та формування ефективних відносин між державою, суспільством та підприємствами. Досягненню цих цілей сприятиме дотримання підприємствами канонів соціально відповідального бізнесу.

Посилення конкуренції на ринку, постійні кризи, невизначеність, зміна економічних центрів і вихід нових лідерів на політичну і економічну арени висуває бізнесу все нові вимоги. Підприємці

шукають нові шляхи виходу зі скрутного становища. Україна є країною з економікою, що розвивається, отже, бізнес тільки на шляху свого становлення. Дуже багато механізмів, взяті з минулого досвіду, давно застаріли, і, для того, щоб утриматися на плаву, підприємці повинні постійно впроваджувати нововведення, розробляти нові принципи ведення свого бізнесу. Одним з абсолютно нових для українських реалій інструментів є впровадження корпоративної соціальної відповідальності.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) є показником реальної участі підприємств в рішенні соціально-економічних проблем суспільства. У це поняття входить дотримання організацією вимог закону, морально-етичних норм і виконання зобов'язань перед широким колом стейкхолдерів (зацікавлених сторін).

Актуальність теми дослідження обумовлена зростаючою роллю корпоративної соціальної відповідальності та підвищенням впливу бізнесу на суспільство. Низький рівень корпоративної культури призвів до фінансової та економічної слабкості значної частини суб'єктів бізнесу в Україні. Ситуація, що склалася в країні, вимагає пошук нових шляхів досягнення соціального благополуччя в суспільстві. Одним з таких способів є соціальна відповідальність бізнесу. КСВ пов'язується не тільки з внутрішньогосподарською діяльністю підприємств, а й поширюється на її стосунки із зовнішнім оточенням. Це можна побачити на рис. 1 та 2.

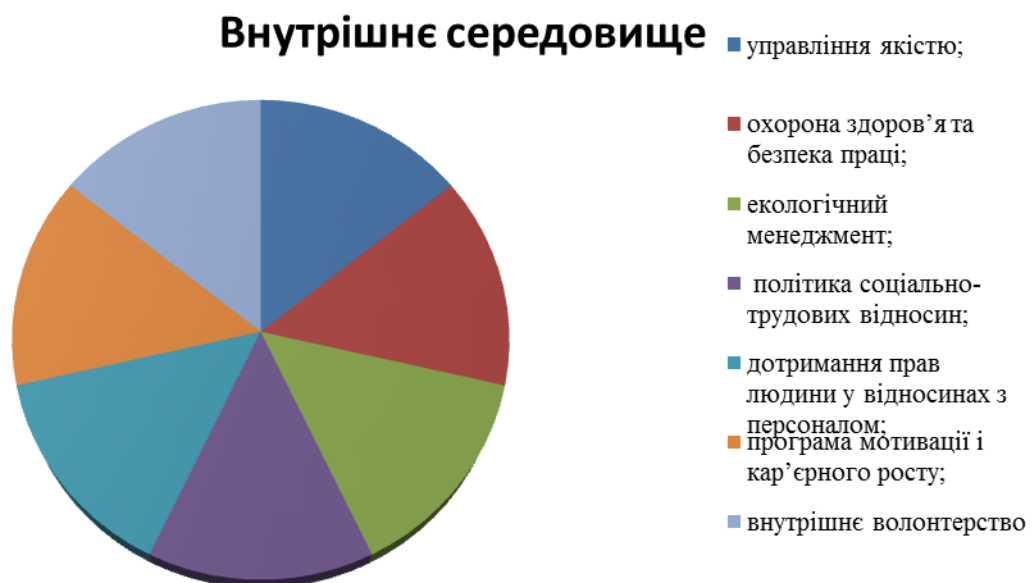


Рисунок 1 – КСВ у внутрішньому середовищі підприємства

## Зовнішнє середовище

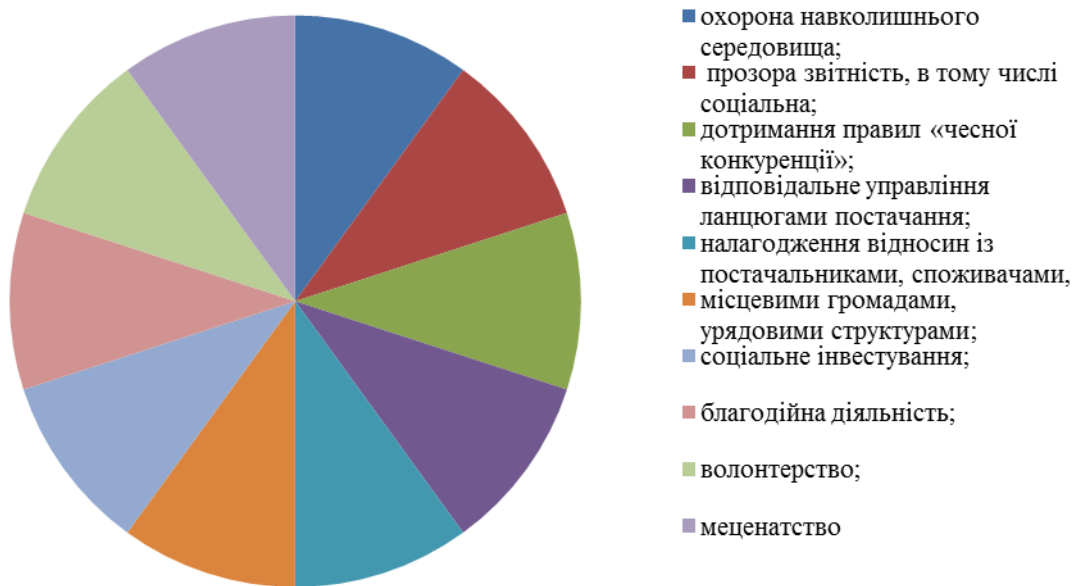


Рисунок 2 – КСВ у зовнішньому середовищі підприємства

Недоліком КСВ в Україні є орієнтація на споживача та органи державної влади. Серед недоліків у становленні та розвитку КСВ можна виділити і підготовку нефінансової звітності. По-перше, почавши підготовку не фінансової звітності, відмовитися будь-коли вже буде неможливо: це буде рахуватися поганим тоном та стосуватиметься іміджу підприємства. При цьому, ресурси, які будуть витрачатися на підготовку цього звіту (людські ресурси) будуть збільшуватися.

По-друге, важливою складовою цієї проблеми є еволюційний перехід до більш складних та благонадійних методик підготовки соціальної звітності. Часто буває таке, що підприємство готує перший звіт у вільній формі, потім вирішує приєднатися до Глобального договору і вже готує документи у відповідності до його вимог. Наступне, це перехід на стандартизовану звітність, яка передбачає багаторівневу ієрархію глибини даних звітності та рекомендованість завірення третьою особою (СКМ, ДТЕК). І останнє, це відсутність національних даних, які підтверджують високу ефективність соціальної звітності при використанні її всередині країни.

Країни-члени ОЕСР (Швеція, Норвегія, Нідерланди) зобов'язалися впроваджувати ці принципи і стандарти серед підприємств, що працюють на їх території, або вітчизняних підприємств, які працюють на інших територіях. Україна не є членом ОЕСР, однак підприємства країн-членів ОЕСР працюють на її території.

Існують окремі міжнародні стандарти. Стандарт SA 8000 можна визнати одним з перших стандартів в галузі стандартизації корпоративної соціальної відповідальності. Стандарт розроблений за сприяння Міжнародної організації праці в 1997 р (за даним стандартом можлива сертифікація організацій). ISO 26000:2010 «Керівництво з соціальної відповідальності» є керівництвом щодо принципів соціальної відповідальності, основних питань соціальної відповідальності, а також способів інтеграції соціально відповідальної поведінки у стратегії, практики і процеси діяльності організації. В даному стандарті наведено таке визначення соціальної відповідальності: «соціальна відповідальність (social responsibility) - відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності на суспільство і навколишнє середовище через прозору і етичну поведінку, яка: узгоджується зі стійким розвитком і добробутом суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає законам і узгоджується з міжнародними нормами поведінки; введена в усій організації».

Стандарт можна використовувати для всіх типів організацій, включаючи урядові та неурядові організації, а також для підприємств, оскільки кожна організація впливає на суспільство і навколишнє оточення. Стандарт сприяє досягненню довіри зі стейкхолдерами, втіленню в практиці діяльності організацій принципів Глобального договору ООН, Декларації ООН про права людини, рекомендацій Організації економічного співробітництва і розвитку, конвенції МОП та інших документів. Стандарт ISO 26000 є добровільним, він не містить жодних вимог і не розглядається як стандарт, що підлягає обов'язковій сертифікації.

Світова практика ведення бізнесу така, що приватні та державні підприємства прагнуть вести справи тільки з тими організаціями-партнерами, які мають сертифікати відповідності системи управління якістю (ISO 9000), менеджменту профбезопасності (OHSAS 18000), менеджменту енергоефективності (ISO 50000), екологічного менеджменту (ISO 14000) та ін.

КСВ передбачає використання декількох стандартів і керівництв в цій області, з урахуванням специфіки конкретного підприємства. Отже, науковий результат даного підрозділу: сфери прояву та принципи корпоративної соціальної відповідальності отримали подальший розвиток.

Виникає необхідність в подальшому дослідженні проникнення і можливостей розвитку КСВ в Україні. Основними перешкодами для

впровадження КСВ, відповідно до опитування українських підприємств, є: нестача коштів; податковий тиск та недосконалість нормативно-правової бази, відсутність стимулів з боку держави (пільги); недостатність власного досвіду, невідпрацьовані механізми впровадження КСВ; неможливість контролю за використанням наданих коштів; недостатність інформації позитивних прикладів впровадження корпоративної соціальної відповідальності, організацій, які змогли надати таку допомогу.

Український бізнес для реалізації соціальних програм все активніше використовує такі елементи корпоративного управління, як соціальні інвестиції, соціально значимий маркетинг, корпоративний фонд, корпоративне спонсорство, грошові гранти, спонсорська допомога та благодійні пожертвування.

### **Література.**

1. Социальная ответственность SA 8000 [Електронний ресурс]. ООО "Системный Консалтинг". – Режим доступа: <http://www.s-konsalt.ru/articles/SA-8000-Social-Accountability-8000-socialnayaotvetstvennost.1710.html>.

2. ДСТУ ISO 26000-2012 Керівництво з соціальної відповідальності [Електронний ресурс]. ЗАТ «Кодекс». - Режим доступу: [docs.cntd.ru/document/gost-r-iso-26000-2012](http://docs.cntd.ru/document/gost-r-iso-26000-2012).

## **ЕЛЕКТРОННА ВЗАЄМОДІЯ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ ТА ДЕРЖАВНИХ СТРУКТУР**

*Сопельник Н. М., студентка*

*Науковий керівник: Касатонova І. А., к. е. н., доцент*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сучасний розвиток економіки характеризується стрімким зростанням темпів інформатизації економічних процесів, поширенням масштабів електронної взаємодії суб'єктів ринку та державних структур. Однак нова форма функціонування підприємств визначає необхідність розгляду загальних питань управління в умовах електронної економіки, зокрема вивчення потребують питання сутності понять електронний бізнес та електронна комерція, питання забезпечення їх економічної безпеки.

Найважливішою складовою Е-бізнесу, яка охоплює не тільки операції купівлі-продажу, а й супровід процесів створення попиту на