

планів. Адже, наявність якісного бізнес-плану надає змогу отримати більший обсяг залученого капіталу, стратегічно планувати діяльність підприємства з урахуванням усіх можливих ризиків та перешкод. Також, розробка якісного бізнес-плану з урахуванням стратегії розвитку та аналізу поточної ситуації на ринку надає підприємствам можливість займати лідируючі конкурентні позиції. В умовах ринкової системи бізнес-план стає потужним інструментом для діяльності підприємства, як в аспекті планування, так і в аспекті дотримання планованих показників.

Література:

1. Необхідність розробки бізнес-плану інвестиційного проекту. URL: <http://stb.sumy.ua/reformuvannya/neobxidnist-rozrobki-biznes-planu-investicijnogo-proektu.html>
2. Алексеева М. М. Планування діяльності фірми : навч.-метод. посібник. К.: Фінанси і статистика, 2011. 248 с.

ЩОДО ПИТАННЯ АКТУАЛЬНОСТІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ

Обозна М.Д.

*Науковий керівник: Деділова Т.В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це головний вектор розвитку бізнесу в Україні. КСВ це не тільки видатки, а ще й користь.

За визначенням Міжнародного керівництва соціальної відповідальності, ISO 26000 – це відповідальність підприємства за вплив його рішень та дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки [1].

КСВ – це особистий бренд компанії, її обличчя та власна репутації. Саме на заході КСВ розвивається значними темпами, але, на жаль, в Україні чимало підприємців навіть не чули про це.

Якщо розглядати актуальність КСВ в Україні, то можна зробити висновок: зараз рівень довіри громадян та суспільства до держави, до бізнесу занадто низький. За цих умов сучасні українські компанії, що мають великий ступінь відповідальності, виборюють довіру стейкхолдерів. Як і в будь-яких взаємовідносинах, вона здобувається поступово. Громадськість вірить у той чи інший бізнес, коли має підстави для цього – факти, дії, результати.

Корпоративна соціальна відповідальність, як і піар, спрямована на довгостроковий ефект. Це тривалий шлях пліч-о-пліч – організації і громадськості. Є три рівні, на які організація здійснює вплив, і відповідно, на яких може запроваджувати КСВ: економічний, екологічний, соціальний.

- економічний – боротьба з корупцією;
- екологічний – залучення енергозощаджуючих технологій, сортування сміття;

– соціальний – покращення умов праці персоналу, підвищення кваліфікації, комунікація зі споживачами (їхній фідбек).

Об'єктами КСВ є внутрішня та зовнішня аудиторія компанії.

Для внутрішньої аудиторії (співробітники) КСВ можуть стати програми підвищення кваліфікації персоналу, гранти тощо. Наприклад, «Щасливі співробітники у стратегії КСВ «1+1 media». Сюди входять комплексне медичне страхування, правильне харчування, тренування, тренінги, майстер-класи.

Для зовнішньої аудиторії (споживачі, суспільство, навколишнє середовище, стейкхолдери) – профорієнтаційні заходи. Наприклад, «Чисте довкілля», «Здорова нація», «Екскурсії для школярів» зі стратегії КСВ «1+1 media». Навколишнє середовище також можна вважати зовнішньою аудиторією. Так, бренд Apple перевів свої магазини на відновлювану енергію [2].

В Україні також існує свій центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності», і у 2018 році він провів дослідження. Щоб зрозуміти тенденцію нашої країни до КСВ, опитали 400 громадських організацій та юридичних осіб. Виявилось, що 55% опитуваних запроваджують КСВ через моральні міркування, 33% лишаються осторонь через брак фінансів, а ще 14% – чекають на стимул з боку держави [3].

Отже, КСВ – це не питання благодійності, це цінності компанії, які формуються разом з громадою. Коли весь світ постає проти навколишніх проблем, бізнес не може залишатись осторонь. Бізнес заради бізнесу – це історія не про нашу країну!

Література:

1. ДСТУ ISO 26000:2019 Настанови щодо соціальної відповідальності [Чинний від 2020-01-01]. URL : http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=87921. (дата звернення: 20.02.2021).

2. Що таке КСВ? Розповідаємо, чому це не про благодійність, а про розвиток бренду. Bazilik : веб сайт. URL : <https://bazilik.media/shcho-take-ksv/>. (дата звернення: 20.02.2021).

3. Статистична інформація. Державна служба статистики України : веб сайт. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>. (дата звернення: 20.02.2021).

ТЕХНОЛОГІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0

Петря Д.М.

Науковий керівник: Білявська Ю.В., к.е.н, доцент

Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ

Сьогодні Україна вимагає від сучасних управлінців більш поглибленого вивчення теоретичних положень й практичних підходів щодо діяльності з управління ефективністю організації. Правильність та раціональність складання стратегій й тактик в управлінні персоналом та всім