

оновлення основних засобів, що сприятиме випуску конкурентоспроможної продукції та виходу з нею на зовнішні ринки. Особливо гостро дане питання вимагає вирішення за умов коли економіка країни потребує перепрофілювання більшості підприємств та великих обсягів інвестицій. На макроекономічному рівні, інвестиції потрібні для приведення галузевої структури народного господарства у відповідність до вимог ринкової економіки, фінансової стабілізації, створення нової економічної системи, спроможної стимулювати виробниче зростання.

Література.

1. World Investment Report 2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : – http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2015_
2. Драчук С. Іноземні інвестиції у світі ростуть, а в Україні падають / С. Драчук // Україна: Ефективна економіка. – 2014. – С. 1–3.
3. Гайдуцький А. Не за крихти. Україні потрібна якісно нова стратегія залучення іноземного капіталу / А. Гайдуцький [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://gazeta.dt.ua/finances/ne-za-krihti-ukrayini-potribna-yakisnonova-strategiya-zaluchennya-inozemnogo-kapitalu-_.html.
4. Сыч В. 10 шагов, которые правительство Яценюка должно сделать прямо сейчас / В. Сыч [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://nvua.net/opinion/sych/10-shagovkotorye-novoe-pravitelstvo-yacenyuka-dolzhno-sdelat-pryamoseychas-23605.html>.

ВСТАНОВЛЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ "КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ"

Щепиліна А. К., студент

Науковий керівник: Бочарова Н. А., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що єдиного трактування суті корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) бізнесу ні у вітчизняній, ні в зарубіжній літературі не існує через її багатоаспектність та складність.

Уже в 1970-х роках у міжнародній практиці поняття КСВ дещо розширюється і починає використовуватися для визначення добровільних зобов'язань, які компанія бере на себе для підвищення

якості роботи та життя не тільки своїх працівників, а також суспільства та навколишнього середовища.

На сучасному етапі КСВ допомагає компаніям покращити ділову репутацію, встановити збалансовані і довірчі відносини з державою та суспільством.

Проаналізувавши розуміння багатьох вітчизняних підприємств та компаній, дослідники Центру «Розвиток КСВ» дійшли висновку, що більшість українських компаній мають дещо хибне уявлення про корпоративну соціальну відповідальність і розуміють її лише як благодійну допомогу. Хоча і слід зазначити, що кількість підприємств, які вважають, що бізнес повинен брати активну участь у вирішенні соціальних та екологічних проблем зросла вдвічі порівняно з 2009 роком.

Дослідження ідентифікують недосвідченість та недостатню поінформованість українських компаній щодо практики КСВ, що може бути викликано тим, що саме поняття з'явилося в Україні відносно нещодавно (2005 р.), а тому повністю усвідомити, а також знайти правильний напрямок реалізації КСВ дуже важко [1].

Так як загально визнаного поняття КСВ не має, то можна навести декілька визначень поняття та сутності корпоративної соціальної відповідальності, які розроблені як в українському бізнес середовищі, так й у світовому (таблиця 1).

Таблиця 1 – Корпоративна соціальна відповідальність у розумінні різних авторів

№	Автор	Визначення КСВ
1	2	3
1	Форум соціально відповідального бізнесу (Україна) [3]	КСВ – це відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем
2	Європейський Альянс корпоративної соціальної відповідальності [4]	КСВ – це концепція залучення соціальних і екологічних напрямків у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між усіма зацікавленими сторонами
3	Міжнародна організація праці [5]	КСВ - це добровільна ініціатива ділових кіл, яка стосується діяльності, що перевищує просту вимогу дотримання букви закону
4	Конфедерація роботодавців України [6]	КСВ – це добровільна ініціатива власника компанії або засновників організації з розробки і реалізації певних соціально-спрямованих, неприбуткових заходів, що мають на меті якісне покращення зовнішнього для компанії або організації середовища

Продовження таблиці 1

1	2	3
5	Лорд Холм і Річард Уаттс [6]	КВС - це постійна прихильність бізнесу щодо ведення справ на засадах етики і вносити свій внесок в економічний розвиток, в той же час покращуючи якість життя своїх працівників та їх сімей і суспільства в цілому
6	Найл Фіцджеральд [6]	Корпоративна соціальна відповідальність є безкомпромісним бізнес-рішенням. Не тому, що це хороша практика, а тому, що люди змушують нас зробити це, тому що це добре для нашого бізнесу
7	Джим Райлі [7]	КВС – це зобов'язання, за яким передбачено законом, для бізнесу – переслідувати довгострокові цілі, які корисні для суспільства
8	із «Зеленої книги» ЄС [7]	КВС – це концепція, за якою організації враховують інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив усіх сфер своєї діяльності на споживачів, постачальників, працівників, акціонерів, громаду та навколишнє середовище
9	Світова рада компаній зі сталого розвитку [8]	КВС – це довгострокове зобов'язання компаній щодо етичного ведення бізнесу та сприяння сталому економічному розвитку підприємства, громади і суспільства загалом
9	Організація економічної співпраці та розвитку (OECD) [8]	КВС передбачає збалансованість економічних, соціальних та екологічних цілей суспільства, інтеграцію їх у взаємовигідні приписи та підходи (policies and practices).
11	Поважний О.С. [8]	КВС – це соціально відповідальний бізнес, котрий розглядається як добровільна стратегія компанії, що має на меті досягнення сталого розвитку та здійснюється з огляду на потреби власного персоналу, місцевих громад і довкілля.

Визначення поняття КСВ формується залежно від галузі, в якій працює підприємство, від місцезнаходження, а особливо від цілей діяльності організації.

Наприклад, в країнах Північної та Південної Америки соціальним підприємництвом називають підприємницьку діяльність неприбуткових організацій, доход від якої спрямовується на вирішення соціальних проблем, надання послуг цільовій групі, заради якої створювалась організація, та покращення якості життя. Суб'єктами соціального підприємництва, в переважній більшості, є неприбуткові організації. В Європейських країнах соціальне підприємництво визначається більше як бізнес із соціальною місією. На відміну від звичайного підприємництва, на перше місце виходить соціальний аспект, або соціальний ефект від підприємницької діяльності, а потім фінансова ефективність. Важливим критерієм соціальних підприємств в Британії, наприклад, є колективна форма власності та діяльність на користь територіальної громади, суб'єктом соціального підприємництва тут виступають бізнес-підприємства з

соціальною місією. Третій напрямок соціального підприємництва використовується в більшості міжнародними приватними та громадськими фондами, створених задля розвитку і підтримки даного напрямку соціально-економічної діяльності. Такі відомі та дієві фундації як Schwab Foundation for Social Entrepreneurship (Швейцарія), Skoll Foundation (США) та Ashoka Foundation (Індія) визначають соціальне підприємництво як інноваційну підприємницьку діяльність задля соціальних перетворень в суспільстві та громадах. Відмінністю даного підходу є те, що на перше місце виходить лідер - соціальний підприємець.

Корчагіним О. В. сформовано основні принципи корпоративної соціальної відповідальності [2, с. 15]:

- 1) налагодження тісних та довгострокових відносин зі споживачами, робітниками, постачальниками та іншими діловими партнерами;
- 2) отримання репутації надійної організації, яка відповідально відноситься до соціальних та екологічних проблем;
- 3) орієнтація на споживача, лідерство у якості, сервісному обслуговуванні та надійності;
- 4) прискорення розробки високоякісних товарів і послуг та скорочення термінів їх просування на світовий ринок;
- 5) новаторство, безперервне удосконалення;
- 6) формування банку кваліфікованої та мотивованої на високу продуктивність робочої сили.

Українські компанії, які впровадили принципи КСВ, є лідерами в українському ринковому середовищі, що значно впливає на їх популярності та прибутковості. За результатами Центру «Розвитку корпоративної соціальної відповідальності» найвищий індекс прозорості та підзвітності має компанія ДТЕК (160 балів із 200 можливих; 80 % прозорості), яка з отриманими балами увійшла до топ-10 найпрозоріших компаній світу за оцінкою Центру [8, с. 8].

Таким чином, можна зробити висновок, що на сьогоднішній день єдиного визначення КСВ не існує. Але пропонується таке визначення: КСВ – це добровільна або передбачена законом діяльність підприємства, що у разі доцільного, продуманого впровадження забезпечує покращення іміджу підприємства, сприяє сталому розвитку не тільки на рівні окремого підприємства, але й суспільства в цілому в соціальній, економічній та екологічній сферах.

Література.

1. Конфедерація роботодавців України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.confeu.org/ua/home.html>.
2. Корпоративная социальная ответственность [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.csrjournal.com/lib/networkoverview/188-что-такое-sob-kso.html>.
2. Форум соціально відповідального бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://svb.org.ua/>.
4. Лазоренко О. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / Лазоренко О., Колишко Р., та ін.. – К.: «Енергія», 2008. – 196 с.
5. Міжнародна організація праці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ilo.org.ua/Pages/default.aspx>.
6. Конфедерація роботодавців України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.confeu.org/ua/home.html>.
7. Визначення: корпоративна соціальна відповідальність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://csrgender.org.ua/discrimination/53-zagalna-informaciya-pro-ksv-ta-ender.html>.
8. Поважний О.С. Формування корпоративної стратегії на основі соціальної відповідальності / О.С. Поважний, Н.С. Орлова // ДонДУУ «Менеджер». – 2014. - № 1 (67). - С. 4-10.

**НАЦІОНАЛЬНІ МОДЕЛІ ДІЛОВОГО СЕРЕДОВИЩА:
КУЛЬТУРНО-МЕНТАЛЬНІ ДЕТЕРМІНАНТИ**

*Сурай А. С., к.е.н, доцент; Титаренко Ю. С., студентка
Черкаський державний технологічний університет*

Глобалізація світового економічного простору далеко не в повній мірі поглинула різноманіття багатофакторних особливостей світової спільноти, представленої багатьма країнами, кожна з яких має своє особливе ділове середовище, а також, території всередині країни – регіони, яке може бути охарактеризоване і визначене за допомогою базових чинників, властивих діловому середовищу конкретного регіону.

Незважаючи на процеси глобалізації економіки, міжнаціональні відносини все ще носять далеко не домінуючий характер. Навіть у найбільш інтегрованій західноєвропейській економіці національні моделі ділового середовища продовжують грати визначальну роль. У