

Тому побудова концепції власних конкурентних переваг на основі засад сталого розвитку суспільства є одним з перспективних напрямків розвитку сучасного підприємства.

### *Література:*

1. Дикань В.Л. Обеспечение конкурентоустойчивости предприятия. Х.: Основа, 2005. 168 с.
2. Близнюк С.В., Остапенко А.В. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень. *Інвестиції: практика та досвід*. 2011. № 7. С. 40-42.
3. Портер М. Международная конкуренция / Под ред. В.Д. Щетинина. Пер. с англ. М.: Международные отношения. 1993. 896 с.
4. Солопун Н.М., Пономарьова Н.В. «Зелені» інвестиції як приклад соціально-перетворювального впливу у функціонуванні автомобільного транспорту. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету*. 2019. № 2 (23). С. 139-152.

## **СФЕРИ ПРОЯВУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

*Шестріко Д.В.*

*Науковий керівник: Бочарова Н.А., к.е.н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

На сьогодні 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.

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.

Корпоративна соціальна відповідальність (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 рис. 2.

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 нефінансової 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.

## Внутрішнє середовище

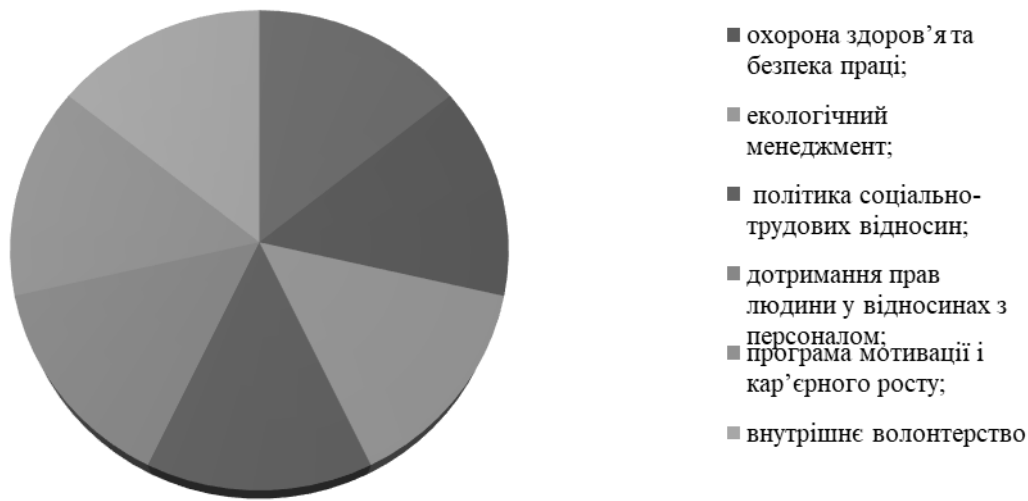


Рис. 1. КСВ у внутрішньому середовищі підприємства

## Зовнішнє середовище



Рис. 2. КСВ у зовнішньому середовищі підприємства

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 рекомендацію, завірену третьою особою (СКМ, ДТЕК). І останнє, це відсутність національних даних, які підтверджують високу ефективність соціальної звітності при використанні її всередині країни.

Виникає необхідність в подальшому дослідженні застосування й можливостей розвитку КСВ в Україні. Основними перешкодами для впровадження КСВ 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 соціальні інвестиції, соціально значимий маркетинг, грошові гранти, спонсорська допомога та благодійні пожертвування.

### *Література:*

1. Социальная ответственность SA 8000. ООО «Системный Консалтинг». URL: <http://www.s-konsalt.ru/articles/SA-8000-Social-Accountability-8000-socialnayaotvetstvennost.1710.html>.

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

## **ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ОПТИМАЛЬНОГО ПОСТАЧАЛЬНИКА МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА**

*Яссін Баба, Чень Чен*

*Науковий керівник: Величко Я.І., асистент*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Проблеми вибору оптимального постачальника, який би був надійним партнером для підприємств, установ та організацій, є одними з найважливіших питань в умовах сучасного ринку. Відділ управління закупівлями вирішує завдання пошуку і вибору постачальників, а також визначає умови, на яких закуповуються сировину і матеріали.

Вченими-економістами недостатньо уваги приділено використанню факторних моделей вибору постачальників, що і зумовило вибір напрямку дослідження. Метою даного дослідження є побудова факторної моделі обґрунтування вибору постачальника при формуванні закупівельної логістики, яка враховувала б такі критерії, як якість сировини і матеріалів, своєчасність постачання, ціну, місцезнаходження постачальника, порядок розрахунку, фінансову стабільність, можливість отримання позапланових поставок тощо.

Автотранспортні підприємства надають транспортні послуги з перевезення вантажів та пасажирів. В процесі виробництва використовуються такі види сировини і матеріалів, як паливо, мастильні та експлуатаційні матеріали, запасні частини, агрегати та інше.

Запропоновані наступні етапи обґрунтування вибору постачальників:

1) визначення мети підприємства під час закупівлі сировини і матеріалів;