

2. Як трансформуються бізнеси під час війни: досвід українських компаній. URL: <https://prohr.rabota.ua/yak-transformuyutsya-biznesi-pid-chas-viyni-dosvid-ukrayinskih-kompaniy/>

3. Як працюють українські продуктові компанії за часів війни. URL: <https://ain.ua/2022/03/12/yak-proczyuyut-ukrayinski-prduktovi-kompaniyi-za-chasiv-vijny/>

4. HR під час війни. Як підтримувати та спрямовувати тисячі співробітників під час кризи. Кейси трьох великих українських компаній. URL: <https://forbes.ua/inside/hr-pid-chas-viyni-yak-pidtrimuvati-ta-spryamovuvati-tisyachi-spivrobitnikov-pid-chas-krizi-keys-trokh-velikikh-ukrainskikh-kompaniy-21042022-5566>

УДК 005.35

Колісниченко Т. О.

доцент, Київський національний університет
технологій та дизайну

КВІНТЕСЕНЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Питання корпоративної соціальної відповідальності бізнесу визначається з точки зору мотивів розвитку суб'єктів господарювання, добровільної діяльності або юридичного зобов'язання, що впливає, наприклад, із нормативно-правових актів про охорону навколишнього середовища чи звіту про прибутки та збитки відносно власної діяльності.

Роль корпоративної соціальної відповідальності бізнесу проявляється у необхідності формулювати цілі бізнесу не лише з точки зору економічного інтересу та включати соціальні та екологічні аспекти у бізнес діяльність, а також будувати діалог із стейкхолдерами. Соціально відповідальний бізнес є одним із основних методів формування конкурентної переваги бізнесу на ринку, а соціальна прихильність розглядається як «показник нового бізнесу» та довготермінові інвестиції.

Корпоративну соціальну відповідальність бізнесу можна розглядати як внутрішню, так і зовнішню. У першому випадку характеристикам підлягають наступні елементи:

- безпека на робочому місці;
- управління людськими ресурсами;
- управління сировиною, що споживається бізнесом, та впливом його діяльності на природне середовище, відносини з акціонерами та принципи корпоративного управління.

У зовнішньому вимірі, тобто у впливі бізнесу на навколишнє середовище, згадуються:

- вплив на місцеві громади;
- відносини з діловими партнерами, постачальниками, замовниками та державними установами;
- дотримання прав людини;
- турбота про довкілля.

Корпоративна соціальна відповідальність у діяльності бізнесу охоплює такі сфери:

1. Ринкове середовище (постачальники, конкуренти, споживачі, союзники); вираженням корпоративної соціальної відповідальності бізнесу є застосування етичних принципів у контактах з навколишнім середовищем, використання чесної інформації та реклами, впровадження відповідних правил у процесах приватизації, злиття та поглинання [1].

2. Суспільне середовище (державне управління, суспільні інституції, громадські організації, населення); корпоративна соціальна відповідальність реалізується бізнесом на благо науки, освіти, культури, охорони здоров'я, спорту, у формі меценатства, спонсорства, державно-приватного партнерства та інших видів співпраці бізнесу із державною сферою, у тому числі волонтерської діяльності працівників.

3. Сфера зайнятості: управління персоналом (підбір, відбір, система мотивації, оплата праці), вирішення конфліктів між працівниками, особливо у відносинах між начальником і підлеглим; корпоративна соціальна відповідальність — це дотримання принципу суб'єктивності співробітників, соціальної справедливості, можливостей розвитку особистості, гарантія відчуття стабільності та безпеки в управлінні людськими ресурсами.

4. Охорона довкілля (технологія й організація всієї діяльності бізнесу, пов'язаної з використанням екологічних ресурсів); корпоративна соціальна відповідальність — це правильне управління природними ресурсами бізнесом, правильна оцінка використання ресурсів та дотримання норм охорони навколишнього середовища.

5. Відносини з інвесторами (з нинішніми або потенційними акціонерами); корпоративна соціальна відповідальність означає достовірність та повноту інформації для інвесторів, дотримання переважного права купівлі та обіцянок [2].

Дотримання принципів відповідального бізнесу найбільш популярне у високорозвинених країнах, де споживачі вимагають не тільки якісних товарів, а й таких, які виробляються з дбайливістю

про природне середовище, з повагою до прав працівників і дотриманням стандартів. Така поведінка стає джерелом конкурентної переваги бізнесу на ринках. Товари, виготовлені, наприклад, відповідно до суворих екологічних стандартів, відрізнятимуться від пропозиції конкурентів.

Як показує практика, кількість, тип і пропозиція бізнесу, що працюють у сфері корпоративної соціальної відповідальності, постійно розвиваються і розвиваються в багатьох сферах економічної діяльності. Сьогодні питання соціальної відповідальності потребує особливої уваги через соціальні очікування, а також розвиток і концентрацію діяльності багатьох організацій у цій сфері. У зв'язку з тим, що в Україні питання соціальної відповідальності є новим питанням, виникає потреба розвивати цю концепцію на різних рівнях. І в літературі, і в практичній діяльності відчувається недостатність дискусій у цій сфері, а також пропозицій рішень і практичних вказівок, які дають основу для вироблення концепції.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Yurynets Z., Bayda B., Petruch O. Country's economic competitiveness increasing within innovation component. *Economic Annals* — XXI. 2015. № 9-10. P. 32-35.
2. Yurynets Z. Forecasting model and assessment of the innovative and scientific-technical policy of Ukraine in the sphere of innovative economy formation. *Investment Management and Financial Innovations*. 2016. Volume 13. Issue №2. P. 16-23. URL: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.13\(2\).2016.02](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.13(2).2016.02)

УДК: 332.1

Кравчук К.О.

здобувач вищої освіти, Донецький національний університет
імені Василя Стуса

Науковий керівник: Атаманчук З.А.

к.е.н., доцент, Донецький національний університет
імені Василя Стуса

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКИХ ТОВАРІВ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Питання конкуренції товарів в Україні є одним із пріоритетних, оскільки все більше компаній розглядають можливість розширення бізнесу за кордоном. Поява нових ринків збуту, підприємс-