

відповідальності персоналу підприємства корпоративним інтересам та поліпшенні чинників людського розвитку.

Список використаних джерел:

1. Забаштанський М.М., Сирбу І.М. Концептуальні засади стимулювання праці персоналу підприємства. Проблеми і перспективи економіки та управління. Чернівці, 2016. № 1(5). С.45–52.
2. Конвенція про статистику праці № 160 від 25.06.1985 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/993_055 (дата звернення: 23.10.2019).
3. Витрати на робочу силу в Україні та ЄС. Економічний дискусійний клуб. URL: <http://edclub.com.ua/analitika/vytraty-na-robochu-sylu-v-ukrayini-ta-yevropeyskomu-soyuzi> (дата звернення: 23.10.2019).
4. Офіційний сайт Державної служби статистики. URL: <http://www.ukrstat.org.ua> (дата звернення 23.10.2019).
5. Семікіна О. В., Коваленко Т. В. Сутність заробітної плати в умовах сучасної економіки. Економіка і маркетинг в XXI сторіччі: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Донецьк, 19-21 трав. 2006 р.). Донецьк, 2006. С. 108–109.

Павлова С.В., к.е.н.
Волинський інститут
економіки та менеджменту

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ПІДПРИЄМСТВ З КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) - це відповідальність підприємства за опосередкований та прямий вплив на економічну, екологічну та соціальну системи, в яких воно працює. Для нашої країни КСВ є поняттям досить новим та мало застосовуваним, воно більше адаптоване для закордонних підприємств. Тому розвиток КСВ в Україні проходить досить по іншому [1].

Основними перевагами підприємства які використовують корпоративну соціальну відповідальність є:

1. Працівники виконують свої обов'язки більш відповідально та поважають себе більш захищеними перед роботодавцем;
2. Постачальники та покупці більш зацікавлені у співпраці тому що асоціюють свою репутацію з репутацією партнера тому часто приймають участь в різних заходах;
3. Місцева влада та контролюючі органи, інвестори з більшою довірою ставляться до таких підприємств.

Недоліками підприємств з КСВ є:

1. Благодійна діяльність яка відбувається в рамках КСВ чітко повинна бути прописана в Кодексі корпоративного управління підприємства;
2. Створення відповідної бухгалтерської та фінансової звітності для відображення результатів проведеної роботи;
3. Затрати на робочу силу або створення відповідного відділу КСВ та інші.

КСВ вперше почали використовувати за Заході. Основну увагу компанії приділяли усуненню екологічних криз та аварій, наприклад забрудненню ртуттю в

Затоці Мінамата (Японія), витоку діоксину в Севесо (Італія), розливу нафти корпорацією Амоко Кадіс (Франція), ядерній аварії в Гаррісбурзі (США). У відповідь на екологічні катастрофи з'явилися нові інституції із охорони навколишнього середовища і консервації природи, а також була створена нова законодавча база. Головним завданням була потреба в ознайомленні з кількістю екологічних законів, що стрімко зростала, та мінімізація витрат на впровадження екологічних норм на підприємствах. Більш активна КСВ. Що вимагає дотримання правил та повного використання бізнес-можливостей. Розроблено нормативно-правову базу, що дає більш свободи для компаній щодо внутрішньої екологічної політики та правових норм. Закони і правила які раніше були зосереджені на одному елементі довкілля, розширили вектор своєї дії. Стали впроваджувати економічні елементи, такі як торгівля відходами та викидами. Екологічні стандарти засновані на результатах, ніж існуючих технологіях.

В Україні КСВ займаються представництва іноземних так вітчизняних великих підприємств. До прикладу можна навести досвід наступних підприємств: «Нова Пошта», «Оболонь», «Київстар», «Українські мобільні системи» та інші.

Найчастіше КСВ має досить обмежений фокус (наприклад, лише сфера освіти, здоровий спосіб життя чи охорона природи) відповідно до внутрішньої політики та розпоряджень із керівництва. КСВ має дещо епізодичний характер і частіше за все представляється як благодійна акція, чи одnodенна подія, а це є досить не правильно тому що КСВ має прослідковуватися постійно та бути закладена в бізнес-стратегію підприємства.

Deutsche Post DHL або DHL — міжнародна логістична компанія, яка має більше 600 тисяч працівників у більш ніж 220 країнах світу та дохід більше 75 млрд євро в 2018 році. Компанія має три внутрішні програми в межах КСВ компанії:

- Go Green — включає в себе широкий спектр заходів та ініціатив: від ведення аудиту викидів парникових газів до складання і оприлюднення звіту про викиди парникових газів (ПГ), внутрішнього природоохоронного менеджменту та дій з ощадливого використання природних ресурсів, просвітницької роботи із інформування і створення екоощадливої культури праці робітників та інше. Одним із прикладів дій з ощадливого використання природних ресурсів є те, що інфраструктура будівлі головного центру європейського регіону дозволяє збір дощової води з даху будівлі. Ця вода потім використовується в технічних цілях сантехнічної системи, що значно скорочує затрати води багатьох тисяч працівників у будівлі;

- Go Teach — передбачає соціальні ініціативи компанії із покращення можливості для навчання та можливість працевлаштування молоді, особливо тих, хто перебуває на соціально-економічному рівні. Сайт DHL говорить: «У сучасному світі, який швидко змінюється, освіта сприяє підвищенню стабільності та процвітання — як для людей, так і для суспільства та ринків»;

- Go Help — передбачає дії із ліквідації наслідків стихійних лих. Так, маючи знання про регіони та їхню інфраструктуру, маршрути та особливості транспортних систем у світі, компанія бере на себе відповідальність щоразу

впоратись із викликом та допомогти населенню і своїм працівникам у разі лиха [3].

Поширеною є КСВ-практика партнерства підприємств із неприбутковими організаціями (НПО). Корпорації встановлюють з НПО стратегічне партнерство. Благодійні пожертвування корпорацій уже не сприймаються як достатній внесок до сталого розвитку КСВ. В результаті цього все частіше розробляються продукти, програми та проекти у співпраці із НПО. Так, для прикладу українські підприємства можуть встановити співпрацю із WWF (World Wildlife Fund) та Greenpeace в Україні, НЕЦУ та іншими НПО [2, с.36-38].

Корпоративну соціальну відповідальність слід починати з наступних етапів:

1. Потрібно залучити менеджмент та заручитися його підтримкою. Керівництво, що зацікавлене у впровадженні КСВ, — це вже половина успіху. Зрештою будь-які заходи із КСВ вимагатимуть інвестицій — фінансів, ресурсів, робітників тощо. Тому схвалення керівництва і підтримка у втіленні намірів — запорука результативності ваших дій.

2. Окреслити бюджет, який ваше підприємство може виділити на заходи із КСВ. Це, своєю чергою, допоможе чітко усвідомити масштаб дій. Так, впровадження проекту із встановлення вітрових електростанцій для «відшкодування» викидів парникових газів чи встановлення урн для роздільного збору сміття та його вивіз вимагають витрат різного порядку. Ваші дії із впровадження КСВ можуть і не вимагати фінансових витрат. Так, відмова від поїздок (машиною) на бізнес-зустрічі та перехід до практики скайп- чи конференц-дзвінків дозволить скоротити CO₂.

3. Слід визначитись із цілями, яких ви хочете досягти. Їх перелік та пріоритет різняться від компанії до компанії. Ви можете бажати отримати певні нагороди чи відзнаки (наприклад, «Кращий роботодавець року») або підняти рівень професійної кваліфікації працівників та їх задоволеність працею (наприклад, за потреби забезпечити робітників формою, спецвзуттям тощо, проводити щомісячні тренінги для робітників, потім відкрити окрему групу для дошкільнят працівників на базі підприємства і т. д.).

Корпоративна соціальна відповідальність сьогодні це основний чинник формування корпоративної стратегії, що являє собою сферу діяльності корпоративних структур, пов'язану з добровільно узятими на себе соціальними зобов'язаннями щодо зацікавлених груп і суспільства в цілому.

Отже при формуванні корпоративної стратегії необхідно визначити та розробити заходи, які б дозволили підвищити конкурентоспроможність українських компаній, серед яких можна запропонувати наступні: - включати стратегічні заходи КСВ в стратегію корпоративного розвитку, започаткувавши стандарти звітності у своїй програмі соціально відповідального ставлення підприємства у майбутньому з урахуванням принципів соціальної відповідальності; - впроваджувати політику відповідального ставлення організації до своїх найманих працівників, підтримувати та розвивати позицію активного громадянства, навчати персонал соціальній відповідальності на рівні з іншими бізнес - цілями, в системі оцінки персоналу ввести компетенцію

«корпоративна соціальна відповідальність працівника»; - започаткувати діалог із групами впливу як інструмент отримання інформації щодо оптимізації соціальних програм та мінімізації ризиків підприємства. Виховувати соціальну відповідальність всіх груп впливу, як з боку бізнесу, так і зацікавлених сторін поза бізнесом;- створити спеціалізовані підрозділи (для великих за розміром та масштабом діяльності підприємств), до компетенції яких було б віднесений напрям діяльності з управління КСВ, або, якщо це не є можливим (йдеться про малий бізнес), уведення окремої посади (функції), відповідальної виключно за адміністрування цієї діяльності; - впровадити принципи корпоративної соціальної відповідальності в діяльність органів державної влади і місцевого самоврядування;- збільшити бюджети організацій на заходи з КСВ.

Список використаних джерел:

1. J. Smith America's most inspiring companies / [Електронний ресурс]. – Доступно з: <http://www.forbes.com/sites/jacquelynsmith/2018/10/01/americasmost-inspiring-companies-2018/>.

2. Денис О.Б. Сфери прояву корпоративної соціальної відповідальності бізнесу: зарубіжний досвід і вітчизняна практика // Вісник університету банківської справи Національного Банку України. – 2015. – №2(8). – с.36-38.

3. <https://www.morningstar.com>

Павлишина К. І., студентка

Хмурова В. В., к.е.н., доцент

Київський національний торговельно-
економічний університет, м. Київ, Україна

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

В період інформаційної цивілізації та високотехнологічного світу постає питання оцифрування економіки.

Цифрова економіка – це форма прояву виробництва товарів та послуг, в яких домінують цифрові технології, а торгівля відбувається за допомогою електронних засобів.

Важливим кроком у контексті даної проблеми в Україні є розробка різних концепцій та стратегій розвитку інновацій в економіці.

Тому, 17 січня 2018 року Кабінетом Міністрів України було затверджено Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки. Також, був призначений державний орган з питань електронного урядування – «Державне агентство з питань електронного урядування». А починаючи з 5 липня 2018 року Координаційна рада з розвитку цифрової економіки почала свою роботу. [1]

Документ щодо трансформації економіки України розроблений спільно з провідними експертами ІТ-сфери передбачає перехід від сировинного типу економіки до високотехнологічних виробництв та ефективних процесів а допомогою ІТ-технологій та комунікацій.

Основними сферами, на які звернуть увагу першочергово:

▪ Розвиток цифрової інфраструктури – широкопasmовий інтернет (ШСД) має бути по всій території України.