

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

**Економіка та менеджмент:
перспективи розвитку**

**Экономика и менеджмент:
перспективы развития**

**Economics and management:
development perspectives**

Матеріали
IV Міжнародної науково-практичної конференції
(Суми, 20 листопада 2014 року)



Суми
Сумський державний університет
2014

4

ЕКОНОМІКА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ЕКОНОМІКА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ENTERPRISE DEVELOPMENT ECONOMICS

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНОІСТЬ ДЛЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Білопільська О.О., асистент **Прокопенко М.О.**, студент
Сумський державний університет (Україна)

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) - 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.

Корпоративна соціальна відповідальність можлива за умови досягнення стійкого розвитку самостійних і відповідальних компаній та організацій, що відповідає їх довгостроковим інтересам, сприяє досягненню соціального миру, безпеки, благополуччя громадян, збереженню навколишнього середовища, дотриманню прав людини.

Реалізація корпоративної соціальної відповідальності повинна відбуватись за умови не втручання держави та її відповідних органів до оперативної діяльності компанії. Надмірна регламентація такої діяльності позбавляє КСВ діяльність духу добровільності, соціально-спрямованої діяльності компанії або організації.

Одним зі шляхів розробки та регулювання КСВ діяльності є діалог держави, громадських організацій та представників бізнесу. Тому, політика соціальної відповідальності може бути вироблена і впроваджена в результаті соціального діалогу, і в цьому процесі ключова роль належить саме організаціям роботодавців.

Динаміку розуміння та практичного застосування КСВ в українських компаніях можна окреслити за результатами наступних досліджень сфери КСВ: «Практика благодійної діяльності бізнес-компаній в Україні: сучасний досвід» (2009 р.), «Корпоративна соціальна відповідальність в Україні 2005–2010 рр.: стан та перспективи розвитку», «Корпоративна соціальна відповідальність малого та середнього бізнесу в Україні» (2007 р.), «Діалог зі стейкхолдерами: міжнародні та українські реалії сьогодення» (2008 р.)

Аналізуючи перелічений список літератури та інші джерела, дійшли до висновку, що корпоративна соціальна відповідальність малого та середнього бізнесу в Україні розвивається, але знаходиться ще не на достатньому рівні. Є перспективи розвитку за умови діалогу між бізнесом та державою, а також впровадженням, наприклад, субсидій або інших мотиваційних сазобів для запровадження КСВ власниками бізнесу в Україні.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ И КАЧЕСТВА РАЗВИТИЯ ИНТЕГРАЦИОННЫХ СВЯЗЕЙ С ПАРТНЕРАМИ

Вайлунова Ю. Г., аспирант

*УО «Витебский государственный технологический университет»
(Республика Беларусь)*

Каждое предприятие нуждается в эффективных интеграционных связях, что является главным условием его благополучного функционирования в рамках того или иного фрагмента целостного хозяйственного процесса, а также условием повышения конкурентоспособности предприятия. Поэтому для повышения конкурентоспособности предприятий и повышения эффективности их деятельности необходимо развивать интеграционные связи с партнерами.

В соответствии с институциональной теорией и концепцией стейкхолдеров, источником экономического роста и повышения конкурентоспособности в условиях нестабильной внешней среды является ресурс межличностных отношений, основанных на доверии и сотрудничестве между хозяйствующими субъектами, представляющий социальный капитал. В условиях динамично развивающегося рынка, обостряющейся конкурентной борьбы оказывается, что интеграция субъектов хозяйствования дают им более весомые стратегические преимущества, чем сама конкурентная борьба. В связи с этим существует необходимость межфирменной интеграции, развития интеграционных связей, от формирования корпоративных структур до вхождения в различные объединения. Интеграционные связи можно классифицировать следующим образом.

В зависимости от субъекта взаимодействия: горизонтальные и вертикальные.

Вертикальная интеграция - это установление взаимоотношений с предприятием-поставщиком (интеграция вниз) или предприятием-потребителем (интеграция вверх) продукции или услуг данного предприятия.