
ISSN 2078-1628

*Міністерство освіти і науки України
Східноєвропейський університет
економіки і менеджменту*

***Вісник
Східноєвропейського університету
економіки і менеджменту***

Науковий журнал

***СЕРІЯ:
ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ***

Виходить 2 рази на рік

Заснований у серпні 2007 року

№ 2 (27), 2019

Черкаси 2019

ВІСНИК
Східноєвропейського університету
економіки і менеджменту

Серія: економіка і менеджмент
Науковий журнал

2 (27), 2019

*Журнал включено до переліку наукових фахових видань України з економічних наук (наказ Міністерства освіти і науки України № 1328 від 21.12.2015)
Журнал «Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту» входить до таких міжнародних наукометричних баз реферування та індексування: Російський індекс научного цитування, Росія (<http://elibrary.ru/>), Index Copernicus Journals Master List, Польща (<http://www.indexcopernicus.com/>), Google Академія (<http://scholar.google.com.ua>)*

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Почесний редактор: Аблязов Р. А., д. т. н., професор, заслужений діяч науки і техніки України, академік Інженерної академії України, президент Східноєвропейського університету економіки і менеджменту.

Головний редактор: д. е. н. Савченко С. О.

Заступники головного редактора: д. е. н. Козловський В. В.; к. е. н. Дмитрук Б. П.

Редакційна колегія: д. е. н. Войтоловський М. В.; д. е. н. Ус Г. О.; д. е. н. Чудаєва І. Б.; д. е. н. Михайленко С. В.; д. е. н. Сергєєва Л. Н.; д. е. н. Кисель Р.; д. е. н. Медведєв В. Ф.; д. е. н. Чаплигін В. Г.; к. е. н. Аблязова Н. Р.; к. е. н. Сукач О. М.; к. е. н. Сарана Л. А., к. і. н. Захарова І. В.

Відповідальний секретар: Дешевенко Л. П.

Науковий журнал публікує статті з економічних проблем підприємств різних галузей промисловості, національного господарства, менеджменту, маркетингу, підготовлені науково-педагогічними працівниками, науковими співробітниками, аспірантами та здобувачами наукових ступенів вищих навчальних закладів, а також ученими та спеціалістами інших організацій, підприємств, установ.

Призначений для науковців, викладачів, аспірантів і студентів, спеціалістів національного господарства, державних і регіональних органів управління.

- Статті для публікації в науковому журналі відбираються на умовах конкурсу.
- Відповідальність за достовірність фактів, дат, назв, імен, прізвищ, цифрових даних, які наводяться, несуть автори статей.
- Редакція може публікувати статті в порядку обговорення, не поділяючи точки зору авторів.

**ЗМІСТ****ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

<i>Ус Г. О., Савченко С. О.</i> Підходи до моделювання системи управління якістю та її результативності для закладу вищої освіти	5
<i>Задорожний І. С., Задорожний С. В., Чудаєва І. Б., Козловська С. Г.</i> Історія формування менеджменту як науки управління організацією	16
<i>Зінченко О. А., Кобченко А. А.</i> Сучасні інструменти формування конкурентних стратегій підприємств туристичного бізнесу	48
<i>Хоменко М. М., Семеніхіна В. В.</i> Інструментарій соціо-екологічної діагностики діяльності промислового підприємства	55
<i>Романчукевич В. В.</i> Засади концепції сталого розвитку в умовах інтенсифікації глобалізаційних процесів.....	63
<i>Васильченко Л. С.</i> Інноваційні інструменти маркетингових комунікацій підприємства.....	70
<i>Продіус О. І.</i> Подолання бар'єрів на шляху до інклюзивної інноваційної діяльності осіб з обмеженими можливостями	77
<i>Сарана Л. А., Сиволап Ю. Ю.</i> Маркетинговий аналіз діяльності підприємства на ринку.....	86
<i>Светлова Н. М.</i> Актуальні питання обліку основних засобів та напрями їхнього удосконалення	92
<i>Щербина С. І.</i> Формування української торговельно-промислової буржуазії в другій половині XIX – на початку XX століття (на прикладі родини Симиренків).....	101
<i>Набока Р. М.</i> Управлінські інструменти підвищення якості логістичного сервісу в ланцюгах поставок промислових підприємств	108

УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ ТА РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

<i>Фінагіна О. В., Захарова О. В., Плаксюк О. О.</i> Корпоративна соціальна відповідальність: інтереси регіонів України.....	117
<i>Федорчук О. М., Петренко В. С., Карнаушенко А. С.</i> Інноваційна інфраструктура як основа формування конкурентоспроможності підприємств регіону.....	126
<i>Мильніченко С. М., Пригодюк О. М., Якушев О. В.</i> Сценарії реалізації кластерної політики в регіонах України.....	134
<i>Глевацька Н. М., Якушева О. В., Мартинов Д. С.</i> Підвищення кваліфікації державних службовців: регіональний аспект	142
<i>Швед О. М.</i> Надання постачальниками природного газу побутовим споживачам ключової інформації як елемент соціальної відповідальності.....	151

НАШІ АВТОРИ..... 160

Про набір до аспірантури зі спеціальності 051 «Економіка»..... 162



CONTENTS

ECONOMY AND BUSINESS MANAGEMENT

<i>Us G., Savchenko S.</i> Approaches to Modeling the Quality Management System and its Efficiency for a Higher Education Institution.....	5
<i>Zadorozhniy I., Zadorozhniy S., Chudaeva I., Kozlovska S.</i> History of Formation of Management as a Science of Management of Organization.....	16
<i>Zinchenko O., Kobchenko A.</i> Modern Tools for Formation of Competitive Strategies of Tourism Business Enterprises	48
<i>Khomenko M., Semenikhina V.</i> The Toolkit of Socio-Environmental Diagnostics of the Industrial Enterprise.....	55
<i>Romanchukevych V.</i> Principles of Concept of Sustainable Development in the Conditions of Globalization Processes Intensification.....	63
<i>Vasylchenko L.</i> Innovative Tools of Enterprise Marketing Communications.....	70
<i>Prodius O.</i> Combating barriers on the Way to Inclusive Innovation Activities of Persons with Disabilities.....	77
<i>Sarana L., Syvolap Y.</i> Marketing Analysis of Entrepreneurship Activities	86
<i>Svetlova N.</i> Actual Issues of Accounting of Property and Directions	92
<i>Shcherbyna S.</i> The Formation of the Ukrainian Trade-Industrial Burguage in the Second Half of the XIX – Beginning the XX Century (on the Example of the Simirenko Family).....	101
<i>Naboka R.</i> Management Instruments to Increase the Quality of Logistic Service in the Industrial Supply Chain	108

NATIONAL ECONOMY MANAGEMENT AND REGIONAL ECONOMY

<i>Finagina O., Zakharova O., Plaksiuk O.</i> Corporate Social Responsibility: Interests of the Regions of Ukraine.....	117
<i>Fedorchuk A., Petrenko V., Karnaushenko A.</i> Innovative Infrastructure as the Framework for the Development of Regional Enterprises Competition.....	126
<i>Milnichenko S., Prygodiuk O., Yakushev O.</i> Scenarios of Implementing Cluster Policy in the Regions of Ukraine	134
<i>Hlevatskaya N., Yakusheva O., Martynov D.</i> Qualification of Civil Servants: Regional Aspect	142
<i>Shved O.</i> Providing Residential Customers with Key Information as a Social Responsibility Element by Natural Gas Suppliers.....	151

<i>OUR AUTHORS</i>	160
---------------------------------	-----

Postgraduate Registration and Enrolment in Speciality 051 Economics.....	162
--	-----



УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ ТА РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 330. 341

JEL Classification: D74, R58

*Фінагіна О. В., Захарова О. В., Плаксюк О. О.
Черкаський державний технологічний університет*

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ІНТЕРЕСИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Досліджено теоретичний аспекти розвитку та основні причини застосування корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) з урахуванням інтересів регіонального підприємництва. Визначено основні проблеми та шляхи їх вирішення щодо впровадження КСВ на вітчизняних підприємствах

Ключові слова: корпоративні інтереси, інтереси регіональних бізнес-структур, корпоративна соціальна відповідальність, соціальна відповідальність бізнесу, філантропія, благодійність.

*Finagina O., Zakharova O., Plaksiuk O.
Cherkasy State Technological University*

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: INTERESTS OF THE REGIONS OF UKRAINE

This article explores theoretical aspects of the development of the main reasons for the closure of corporate social responsibility (CSR) are studied, taking into account the interests of regional entrepreneurship. The main problems and ways to solve them for implementation at domestic enterprises are identified.

Keywords: corporate interests, interests of regional business structures, corporate social responsibility, social responsibility of business, philanthropy, charity.

ВСТУП

На сьогоднішній день однією з найбільш актуальних проблем, що стоять перед українськими регіонами, є активне розширення соціальних реформ, соціалізація бізнесу в напрямку нарощення дій соціальної відповідальності. Для влади та бізнесу настав час стрімкої, всеосяжної



реалізації етичних норм поведінки і міжнародних стандартів КСВ, що з успіхом використовуються в цивілізованому світі, формують напрями соціального розвитку в ЄС.

Участь українського бізнесу в соціальному розвитку територій є нерівномірною, що викликано, щонайменше, двома обставинами. По-перше, відсутністю єдиних орієнтирів і стандартів: кожна компанія самостійно, виходячи з власних інтересів, визначає параметри своєї соціальної діяльності. По-друге, соціальна відповідальність за своєю формою і змістом багато в чому залежить від того, ким і як ці вимоги сформульовані, і є відповіддю українського бізнесу на публічні або латентні вимоги влади. Хоча благодійність в Україні поступово набирає обертів (перш за все це стосується великих компаній), в цілому, в порівнянні з розвиненими країнами, вона виконує не стільки комплексну управлінську, скільки PR-функцію та служить інструментом для задоволення власних економічних інтересів.

Поняття корпоративної соціальної відповідальності з'явилося в бізнесі порівняно недавно. Вважається, що ввів цей термін в науковий обіг американський економіст Говард Боуен, опублікувавши в 1953 році роботу «Соціальна відповідальність бізнесмена», в якій визначив бізнес як «частину суспільства, відповідальну за його стабільний розвиток» [1]. Велику увагу вивченню КСВ приділяли такі зарубіжні вчені, як Ф. Котлер, М. Веласкес, М. Фрідман, А. Берле та ін. Серед вітчизняних науковців заслуговують уваги праці Н. Кирилук, О. Даниленка, О. Шеремети, А. Колота.

Проте питання забезпечення інтересів населення регіонів, влади, регіональних бізнес-структур при застосуванні корпоративної соціальної відповідальності є недостатньо дослідженим у науковому середовищі.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою статті є дослідження активізації та відповідності застосування корпоративної соціальної відповідальності економічним інтересам регіонів в парадигмі відносин «влада – населення – бізнес».

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Розвиток системи знань соціального менеджменту та виокремлення КСВ як дієвого та активного інструменту соціальних відносин забезпечує унікальну дію балансування інтересів в парадигмі відносин «влада – бізнес – населення».

Обґрунтуємо та надамо науково-практичного відображення причинам та факторам активізації застосування КСВ відповідно до корпоративних інтересів:

1. Використання соціальної діяльності в інтересах справи. Цей аргумент розглянемо як з позитивний, так і як негативний (скоріш



проблемний) фактор. Позитивна форма базується на концепції про те, що виконання підприємством зобов'язань перед суспільством в довгостроковій перспективі приносить прибуток самій організації. Негативна сторона цього аргументу базується на припущенні, що в інтересах самого підприємця займатися соціальними проблемами не є актуальним та затребуваним, тому що суспільство рано чи пізно все одно зажадає, щоб він це робив. Згідно з цим аргументом, якщо організація не буде активно брати участь у вирішенні соціальних проблем, суспільство може не скористатися її продукцією. Ця теза також підтверджує, що соціальна відповідальність, в кінцевому підсумку, викликає величезний інтерес у організацій, оскільки формує передумови запобіганню вторгнення владних структур в діяльність бізнесу.

2. Соціальні програми можуть бути прибутковими. Хоча і немає чітких доказів існування причинно-наслідкового зв'язку між соціальними процесами організації і прибутком, існує думка, що підтримка соціальних справ вносить свою частку в довгострокову прибутковість організації. Наприклад, велика корпорація в рамках здійснення соціальної програми підвищення рівня освіти, фінансово підтримує діяльність університетів. Вигодою корпорації буде набір кадрів з числа перспективних випускників, підвищення кваліфікації робітників.

3. Етичні та правові міркування. Даний аргумент базується на тому, що організація повинна займатися соціальними питаннями, так як вона має моральні зобов'язання перед суспільством. У будь-яких обставин не можна ігнорувати закон. Згідно з цим твердженням, будь-яка фірма має зобов'язання підтримувати правове суспільство. Цей аргумент підкреслює наявність тісних взаємин між юридичним і етичним аспектами соціальної діяльності. Бажання вести себе етично часто супроводжує бажанням вести себе відповідно до закону. Можна стверджувати, що компанія, яка проявляє ініціативу і добровільно бере участь у здійсненні соціальних програм, більше поважає закони, ніж інші.

Ми розглядаємо корпоративну соціальну відповідальність як довгострокову стратегію діяльності організації, що базується на гуманістичних цінностях, визначається принципами сталого розвитку, підзвітності та прозорості і характеризується високими стандартами операційної та виробничої діяльності. Міжнародний досвід та практика впровадження КСВ переконує, що корпоративна соціальна відповідальність допомагає компаніям підвищувати ділову репутацію, встановлювати довірчі відносини з державою і суспільством [4].

Світовий досвід формує генезис розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Становлення соціальної відповідальності



бізнесу в США та Західній Європі у XX сторіччі відбувалося в три етапи.

Перший етап – етап зародження корпоративної соціальної відповідальності, що припадає на 60-ті – середину 70-х років, характеризувався розквітом «традиційної» філантропії (благодійності). Концепція соціальної відповідальності бізнесу, сформульована у тих роках, передбачала, що комерційні компанії, окрім дотримання законів та якості товарів і послуг, добровільно беруть на себе ще й додаткові зобов'язання перед суспільством, роблять значний внесок у поліпшення якості життя людей.

Другий етап – формування сучасних основ та управлінських технологій корпоративної соціальної відповідальності. Етап становлення стратегічної філантропії припадає на середину 1970-х – початок 1980-х років. Причиною нової віхи в розвитку корпоративної соціальної відповідальності постає ситуація в компанії Exxon Valdez, що виникла з витоків нафти. Тоді філантропічна діяльність компанії опинилася під сумнівом. Слід зазначити, що в ті часи компанії виділяли гроші на соціальні питання, які аж ніяк не були пов'язані з їхнім бізнесом, підтримували безліч ініціатив і передоручали управління коштами, призначеними на доброчинність, різним фундаціям. А коли Exxon Valdez знадобилися досвід та підтримка екологічних організацій, виявилось, що менеджмент «не має зв'язків з лідерами екологічного руху, яких би виплекала компанія». Ця ситуація стала причиною того, що від бажання отримувати максимальні прибутки компанії прийшли до готовності отримати оптимальні прибутки. Водночас бізнес перейшов від боротьби з наслідками соціальних проблем до подолання власне цих проблем. Корпорації зрозуміли, що їх вирішення слід сумістити зі своїми стратегічними цілями [2].

Третій етап у розвитку корпоративної соціальної відповідальності – розвиток концепції соціальних інвестицій розпочався з кінця 80-х років. Вихідною точкою появи нового етапу корпоративної соціальної відповідальності Крейт Сміт вважає появу та поширення в 1990-х роках підходів, які, зокрема, використовувала компанія AT&T і в яких по-новому вбачалася роль корпоративних доброчинних фундацій та їхній зв'язок з основною діяльністю компанії. Суть новації полягала в тому, що не тільки філантропічні ініціативи фундації мають сприяти досягненню бізнес-цілей, а й комерційні підрозділи, у свою чергу, мають підтримувати такі ресурси, як маркетингові знання, технічна допомога, залучення працівників до волонтерської роботи.

Дослідники Девід Тес, Ніколас Роговські та Томас В. Дафії вважають, що ще однією рушійною силою переходу до нової віхи корпоративної соціальної відповідальності бізнесу став новий фактор «моральною тиску» – коли покупці, інвестори та працівники, роблячи свій вибір, почали надавати особливої ваги моральності компанії. Вони



наводять кілька прикладів ринкової моральності: «інвестори обирають соціально активні інвестиційні фонди, працівники прагнуть працювати в соціально відповідальних організаціях, а покупці бойкотують компанію Shell Oil оскільки та вирішила затопити одну зі своїх морських нафтових вишок» [2].

Останнє десятиліття засвідчило: корпоративна соціальна відповідальність набирає обертів. Благодійність з обов'язку перетворюється на важливу складову корпоративної стратегії. Цьому значною мірою сприяє практика впровадження в діяльність компаній соціальних звітів, яких з'являється все більше. Добročинність стає нормою корпоративної соціальної поведінки [2].

У кожній країні корпоративна соціальна відповідальність має свої характерні особливості і швидкість розвитку. У США і Канаді КСВ часто зводиться до корпоративної філантропії та соціального маркетингу. У країнах Латинської Америки – до виділення компаніями коштів у відповідь на розрізнені дії зацікавлених в змінах груп активістів. У Камбоджі КСВ розуміється як партнерство бізнесу з Міжнародною організацією праці (МОП) в цілях поліпшення умов роботи. У Китаї в пріоритеті постають здоров'я і безпека співробітників. В Індії КСВ являє собою благодійність і мінімізацію наслідків проблемної громадської інфраструктури. В Австралії – це проекти корпорацій – під тиском влади, екологічних та правозахисних організацій.

На цьому тлі своєю багатогранністю і розробленістю виділяється КСВ в країнах Європейського Союзу (ЄС). Ця практика вміщує в себе не тільки перераховані, але і багато інших проявів соціокультурної, економічної та екологічної відповідальності. Про високий рівень розвитку КСВ в Європі свідчать такі цифри. Сьогодні в світі з 22 тисяч корпоративних нефінансових звітів більше половини складають звіти європейських компаній. Євросоюзом представлені більше половини з 6700 організацій, які підписалися під основним міжнародним зведенням принципів КСВ – Глобальним Договором ООН.

Вивчення досвіду європейських компаній, як лідируючих в сфері розвитку КСВ, є досить корисним для національного бізнесу, регіональної та місцевої влади в контексті адаптації позитивного досвіду. Наприклад, вивчення та системного адаптування заслужовують напрацьовані управлінські технології в частині КСВ і корпоративного управління:

- цільового формування відносин компанії як роботодавця з співробітниками на основі розширення положень колективного договору,

- соціально-відповідального маркетингу і взаємодії компанії зі споживачами;



- етичних викликів ринку і проблем сталого споживання ресурсів,
- питань етичної і ефективної роботи з постачальниками, партнерами і конкурентами;
- партнерства з сектором громадянського суспільства.

Аналізуючи особливості становлення та розвитку КСВ в Україні, слід взяти до уваги, що процес формування відповідної нормативної бази розпочався в 2011 р. У цей період була розроблена Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу, яка визначила такі три основні рівні реалізації проектів КСВ у національній економіці [3]:

I. Дотримання законних зобов'язань перед державою і суспільством (сплата податків, забезпечення безпеки праці, прав працівників, споживачів, дотримання екологічних норм та галузевих стандартів).

II. Мінімізація або усунення негативного впливу бізнесу на суспільство та управління ризиками (порушення прав людини, забруднення навколишнього середовища тощо).

III. Посилення позитивного впливу бізнесу на суспільство і створення цінностей через інновації, інвестиції та партнерство, спрямовані на соціальний та екологічний добробут (створення робочих місць, соціальний та економічний розвиток, вирішення конфліктів тощо) [3].

Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні зосереджується навколо міжнародних організацій та проектів; більшість корпорацій, що орієнтується на КСВ, – це філії міжнародних компаній в Україні та найбільші вітчизняні підприємства [4]. В Україні більшість компаній (як великих, так і середніх) не мають визначеної стратегії соціальної відповідальності, перебувають на етапі отримання законодавства та реалізації поодиноких добродійних проектів [6]. Лідери українського бізнесу, зокрема приватної форми власності, здійснюють активну добродійну діяльність (стратегічне благодійництво) та використовують інструментарій зв'язків із громадськістю (PR) [7].

В Черкаському регіоні спостерігається низька активність впровадження КСВ лідерами регіонального та національного ринку, але присутні окремі приклади соціальної орієнтації бізнесу. Наприклад, відповідно до Кодексу корпоративного управління ВАТ «Азот», керівники та акціонери підприємства усвідомлюють свою відповідальність перед суспільством в цілому. А саме, за наявності прибутку Товариство може надавати підтримку соціальним, культурним та освітнім ініціативам, спрямованим на розвиток та покращення рівня життя громадян.

Вагомий внесок у стійкий розвиток суспільства реалізує корпорація «Юрія-Фарм» через відповідальне та дбайливе ставлення



до якості своєї продукції, збереження навколишнього середовища, добробут співробітників, довіру партнерів та клієнтів, а також – підтримуючи та ініціюючи соціальні та благодійні проекти.

Представники Корпорації презентували плани розвитку соціальної відповідальності Корпорації та актуальні проекти на прес-конференції, яка відбулася 16 березня 2017 року в Українському кризовому медіа центрі. HR-директор «Юрія-Фарм» окреслив плани діяльності Корпорації, що включають проекти патріотичного та соціального розвитку, які у довгостроковій перспективі закладають фундамент стабільного розвитку всієї країни. Благодійна діяльність пов'язана із потребами АТО є наймасштабнішою на підприємстві. Корпорація надає адресну допомогу сім'ям медиків, загиблих внаслідок бойових дій, окремим онкологічним центрам (зокрема у м. Черкаси), школі-інтернату № 17 м. Києва, а також ліками та медичними засобами власного виробництва Корпорації. Один із показових проектів «Юрія-Фарм» – переобладнання військового БТР в карету швидкої допомоги для евакуації та надання допомоги пораненим безпосередньо на полі бою. Одним з головних досягнень Корпорації є виготовлення інноваційного кровоспинного засобу Revul, який постачається у військові частини [5].

Постійним партнером Корпорації є громадська платформа «Люди допомагають людям», яка надає допомогу родинам загиблих під час Революції Гідності та бойових дій на Сході країни. Завдяки унікальній методиці (кошти вносяться через сайт без посередника) кожен небайдужий може допомогти одній або декільком сім'ям. «Юрія-Фарм» допомагає Платформі у реалізації таких ініціатив, як проведення аукціону дитячих творчих робіт, випуск книги «Великим серцям від маленьких сердечок», організація новорічних дитячих свят та навчання волонтерів. За час співпраці з Корпорацією родини отримали від «Юрія-Фарм» благодійну допомогу на суму близько 1 млн 800 тис. гривень.

Ще один проект, реалізований завдяки компанії «Юрія-Фарм» – Всеукраїнська освітня платформа «Сходи в майбутнє». Ця організація займається створенням проектів для неформальної освіти. З часу існування «Сходів» були запущені «Школа лідерства, менеджменту і самоврядування», «Школа патріотизму» та «Школа журналістики та PR» [5].

Проте перешкодою на шляху успішного поширення КСВ в Україні є відсутність стабільної інституціонального середовища, що не дозволяє підприємствам інвестувати довгострокові соціальні проекти. Дана обставина в значній мірі пов'язана з тим, що український бізнес знаходиться у фазі формування практичного розуміння всього спектру своєї відповідальності, особливо у сфері екології. Наприклад, вважається за краще платити штрафи за забруднення навколишнього



середовища, а не впроваджувати передові очисні технології. З боку ж держави, як на державному, так і на місцевому рівнях, моніторинг негативного впливу підприємств на навколишнє середовище, а також послідовна екологічна політика проводяться вкрай слабо і неефективно. Пояснюється це відсутністю незалежного державного органу з охорони навколишнього середовища, недостатнім фінансуванням природоохоронних, вкрай слабкою поінформованістю і зацікавленістю суспільства у вирішенні екологічних проблем країни. Причиною повільного впровадження справжньої системи КСВ в українську бізнес-практику також є небажання вітчизняних підприємців висвітлювати свої фінансові можливості перед податковими органами.

Проблеми та конфліктні стани в регіональному соціальному, культурному та економічному середовищі, що на пряму пов'язані з несформованістю соціальної політики підприємств, незалученістю КСВ у стратегічні плани регіону виникають на основі таких соціально-економічних явищ, як:

- міграція населення, особливо в працездатному віці та з високим рівнем освіти;
- незбалансованість ринку праці, відтік молоді до м. Києва (де більш висока середня зарплата та більшість підприємств є учасниками КСВ-проектів);
- обмеженість соціально орієнтованих проектів за участю молоді;
- низький імідж підприємств, що формує негативні оцінки регіону в комплексних індикаторах (бізнес-середовища, ділового середовища, конкурентоспроможності підприємств та ін.);
- незалученість до розробки соціальних планів та програм науковців та освітян регіону.

За результатами дослідження необхідно відзначити, що всі методи в сфері КСВ найбільш ефективні за їх комплексної реалізації, що дозволить створити необхідні умови для подальшого розвитку і поширення КСВ в 5–10-річній перспективі. Тому, при всій важливості вдосконалення законодавства, насамперед необхідно якомога активніше зосередитися на роз'ясненні широкому колу підприємців сенсу і цінностей КСВ.

ВИСНОВКИ

Таким чином, культура КСВ в Україні проходить етап первинного визнання в науковому середовищі та становлення у сфері бізнесу. З огляду на зарубіжний досвід, відбувається формування власної, вітчизняної моделі корпоративної соціальної відповідальності, що повинна бути сформованою на основі управлінських принципів:



– балансування інтересів в парадигмі відносин «бізнес-влада-населення»;

– гармонійного розвитку бізнес-середовища та принципового покращення ділового середовища регіонів.

Підкреслимо, що в умовах кризових станів світової та національної економіки, потреба в розширенні меж КСВ зростає з кожним днем. Сьогодні українські підприємства знаходяться на межі виживання, банкрутує та виводить свої активи малий бізнес, який забезпечував добробут регіонів, зростає безробіття та соціальне незадоволення населення. Україна повинна шукати нові резерви розвитку економіки, захисту соціально незахищених прошарків населення, стимулювання бізнесу, залучення інвестицій у стратегічно значущі галузі економіки, формувати новітні стандарти культури та відтворення соціуму.

Явним недоліком даного процесу в нашій країні можна вважати низьку участь громадянського суспільства, яке може значною мірою вплинути на розвиток даної культури і направити її в потрібне соціуму русло. Черкаському регіону потрібні інтегровані платформи знань з поширення стандартів соціального розвитку, нарощення потенціалу КСВ. Інтегрована співпраця влади, бізнесу та населення повинна мати цільові вектори, бути планованою та коригованою. Звідси виникає необхідність розробки та впровадження цільових заходів та залучення довгострокових програм співпраці на платформах довіри, взаємоповажання, перспективності майбутнього нації в складі ЄС. Рекомендуємо розробляти та впроваджувати на рівні регіональної влади управлінські заходи:

– розробки та тиражування програм співпраці з успішним підприємствами в питаннях соціального розвитку;

– співпраця та навчання в освітніх установах з фахівцями соціального менеджменту, знань КСВ;

– проведення цільових конференцій, зустрічей, круглих столів, підготовка передач на телебаченні та радіо;

– видання цільового методичного забезпечення з розробки планів КСВ, соціального планування та новітніх форм соціального контролінгу.

У будь-якому випадку, формування і вдосконалення КСВ в Україні відкриває великі можливості і перспективи для економіки, соціуму, що, безсумнівно, вплине на рівень добробуту країни в цілому.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Bowen H. R. Social Responsibilities of the Businessman // New York: Harper and Row, 1953.
2. Благоев Ю. Е. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2006. Сер. 8. Вып. 2.
3. Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://csr-ukraine.org/>.
4. Бобко Л. Сучасний стан та перспективи



розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні // Ефективність державного управління. 2016. Випуск 1/2 (46) Ч. 2. С. 41-47. 5. Офіційний сайт підприємства «Юрія-Фарм». Режим доступу : <https://www.uf.ua/ua/social-project/yuriya-farm>). 6. Сухотеріна М. І. Механізми соціальної відповідальності у стратегії корпоративного управління машинобудівного підприємства [Текст] : дис. на здоб. наук. ступ. канд. екон. наук : 08.00.04. К. : [б. в.], 2016. 254 с. 7. Петрашко Л. П. Корпоративна відповідальність в парадигмі глобального управління [Текст] : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра. екон. наук : 08.00.02. К. : [б. в.], 2013. 40 с.

Дата надходження до редакції – 04.09.2019 р.

УДК 338.32.001.76

JEL Classification: H540, O320, R420

Федорчук О. М., Петренко В. С.

Херсонський державний університет

Карнаушенко А. С.

Херсонський державний аграрний університет

ІННОВАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ

Стаття присвячена особливостям функціонування інноваційної інфраструктури як основи формування конкурентоспроможності підприємств регіону, що сприяє розвитку регіону та держави.

Висвітлено проблеми розвитку інноваційної інфраструктури, досліджено сучасні умови та напрями розвитку інноваційної діяльності підприємств, визначено значення держави та регіону у формуванні й ефективному функціонуванні інституціональної складової інноваційної інфраструктури, запропоновано заходи щодо підвищення функціонування інноваційної інфраструктури.

Обґрунтовано необхідність активізації комерційної зацікавленості в наданні сервісних послуг і взаємовигідних ринкових відносин між суб'єктами інноваційної інфраструктури та підприємствами. Розроблено модель функціонування інноваційної інфраструктури як основи формування конкурентоспроможності підприємств. Аргументовано взаємозв'язок інноваційної інфраструктури із забезпеченням софтизації і сервізації інноваційних процесів у економіці.

Ключові слова: *інноваційна інфраструктура, технопарки, інноваційна політика, інвестиційно-інноваційна діяльність, інноваційний процес.*



Випуск 2 (27), 2019

ISSN 2078-1628

ВІСНИК СУЕМ № 2 (27), 2019

Науковий журнал

Засновник, редакція, видавець і виготовлювач
Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

Свідоцтво про державну реєстрацію
серія КВ № 16612 – 5084Р від 23.04.2010.

Редактор О. М. Строгалова

Підписано до друку 23.12.2019. Формат 84x108/16.
Друк різнографічний. Гарнітура Times New Roman.
Ум. друк. арк. 11,7. Тираж 100 прим. Зам. № 19-41.
Адреса редакції, видавця, виготовлювача: 18036, м. Черкаси, вул. Н.-Левицького, 16
Телефон редакції: (0472) 64-72-00 (101), факс (0472) 64-73-00,
e-mail: journal3.suem@gmail.com

Надруковано на обладнанні СУЕМ

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи серія ДК № 3734 від 17 березня 2010 р.

Видається за рекомендацією Вченої ради СУЕМ

Статті проходять рецензування. Передрук і переклади матеріалів,
опублікованих у журналі, дозволяються лише зі згоди автора та редакції.

© Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, 2019