

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Тернопільський національний економічний університет
Навчально-науковий інститут міжнародних економічних відносин ім.
Б.Д. Гаврилишина

Кафедра міжнародного туризму і
готельного бізнесу

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА
на тему
“Соціальна відповідальність організації – складова діяльності
підприємства з впливом іноземного капіталу”
(на прикладі ТОВ “ОСП Корпорація Ватра”)

Студентки IV-го курсу групи МАУБ-41
напряму підготовки
6.030601 «Менеджмент»
Богдан М.Р.

Керівник: доцент, канд. екон. наук
Мазур В.С.

Національна шкала _____

Кількість балів _____ Оцінка ECTS _____

Члени комісії _____

Тернопіль-2017 рік

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТАНУ ТА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	6
1.1. Стан, формування та принципи функціонування соціальної відповідальності підприємств у теперішній час.....	6
1.2. Основні напрями реалізації корпоративної соціальної відповідальності у підприємствах.....	13
1.3. Діяльність підприємств з впливом іноземного капіталу.....	19
РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ “ОСП КОРПОРАЦІЯ ВАТРА”).....	23
2.1. Аналіз формування соціальної стратегії розвитку підприємства з іноземним капіталом.....	23
2.2. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності підприємства.....	34
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	45
3.1. Формування пріоритетних напрямків вдосконалення політики соціальної відповідальності підприємства.....	45
3.2. Залучення іноземного капіталу для покращення ефективності підприємства.....	50
3.3. Рекомендації щодо покращення соціальної стратегії розвитку підприємства.....	54
ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	62
ДОДАТКИ.....	66

ВСТУП

Актуальність теми міждисциплінарної курсової роботи. За цей період Глобальний договір ООН для стабільного розвитку суспільства поєднує всі провідні суспільні сили багатьох країн світу: уряди, що визначили принципи цієї ініціативи; підприємства, на діяльність яких він прагне вплинути; працівників, які виробляють товари та послуги; громадські організації, які представляють широке коло зацікавлених сторін, тощо.

З вище вказаного Україна прийняла на себе обов'язки щодо забезпечення необхідних соціальних стандартів. Але навіть в умовах повного виходу економіки країни із "тіні" Україна не буде в змозі забезпечити своїм громадянам соціальні гарантії на належному рівні. Тому, перш за все, саме бізнес має допомогти державі вирішити ці питання, щоб не залишитися разом з нею на "узбіччі" глобалізаційних процесів [26, с.159].

Хороші відгуки компанії сьогодні залежить від його комерційних успіхів, високої якості продукції та від його активності у розв'язанні актуальних проблем території, на якій діє певна компанія. Тому підприємства дедалі частіше вдаються до концепції "корпоративного громадянства", згідно з якою підприємство, як громадянин певної території або місцевої громади, зобов'язана платити встановлені податки відповідно до норм чинного законодавства, дотримуватися норм і правил законодавства про працю, охорону навколишнього середовища. Підприємство також має брати на себе певну додаткову відповідальність у вигляді розвитку соціальної інфраструктури, здійснення з місцевою адміністрацією спільних проектів тощо.

Соціальній відповідальності бізнесу присвячена значна кількість наукових розробок, серед них праці таких науковців: В. П. Валіков, Т. А. Заяць, О. І. Дяконенко [5], В. М. Марченко, В. Л. Осецький [12], С. В. Мельник [9], Н. А. Супрун [19]; теоретично-практичні аспекти розвитку соціальної відповідальності відображені в монографії А. М. Колот [18]; діючі

інструменти збільшення впливу соціальної відповідальності бізнесу в системі національної економіки досліджено у науковій праці І. Царик [22,]; в науковому дослідженні Т. Р. Антошко, П. В. Круш, Ю. В. Тюленева соціальна відповідальність обґрунтовується як нова цивілізаційна ступінь розвитку суспільства та бізнесу, яка дозволяє знайти консенсус між комерційними інтересами корпорації та позитивними очікуваннями суспільства [2]; В. М. Шаповал націлює увагу на недостатній підтримці соціальних програм і проектів підприємств органами державної влади, відсутності розмов щодо розробки відповідних мотивів для компанії, яка прагне у своїй діяльності реалізувати принципи соціальної відповідальності [23]; проблеми соціальної відповідності бізнесу як сучасної філософії поведінки та концепції, що формує працівників компанії стосовно своєї діяльності з метою постійного вдосконалення, прогресивних інвестицій у колектив підприємства отримали відображення у монографії О. П. Гоголі та І. П. Кудінової [4].

Метою міждисциплінарної курсової роботи є дослідження особливостей соціальної відповідальності підприємств та основних можливих напрямків її розвитку з впливом іноземного капіталу.

Реалізація поставленої мети дослідження обумовила вирішення наступних завдань:

- 1) визначення стану, формування та принципів функціонування соціальної відповідальності підприємств у теперішній час;
- 2) розглянути основні напрями реалізації корпоративної соціальної відповідальності у підприємствах;
- 3) розглянути діяльність підприємств з впливом іноземного капіталу;
- 4) здійснити аналіз формування соціальної стратегії розвитку ТОВ “ОСП Корпорація Ватра”;
- 5) здійснити оцінку корпоративної соціальної відповідальності ТОВ “ОСП Корпорація Ватра”;

- б) сформуванати пріоритетні напрямки вдосконалення політики соціальної відповідальності ТОВ “ОСП Корпорація Ватра”;
- 7) розглянути залучення іноземного капітвлу для покращення ефективності підприємства;
- 8) окреслити рекомендації щодо покращення соціальної стратегії розвитку ТОВ “ОСП Корпорація Ватра”.

Об’єктом міждисциплінарної курсової роботи є соціальна відповідальність на прикладі публічного акціонерного товариства “Ватра”.

Предметом міждисциплінарної курсової роботи є теоретичні та практичні засади соціальної відповідальності організації - складова діяльності підприємства з впливом іноземного капіталу та її стан на ТОВ “ОСП Корпорація Ватра”.

Методи дослідження. У процесі дослідження були використані такі методи: аналіз, порівняння, узагальнення, графічний метод, що допомогли оцінити стан соціальної відповідальності підприємства з іноземним капіталом.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТАНУ ТА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

1.1. Стан, формування та принципи функціонування соціальної відповідальності підприємств у теперішній час

В даний час соціальна відповідальність компаній в Україні розвивається стихійно. Існує три рівні соціальної відповідальності компаній:

1. стосується відносин із державою і повністю та своєчасно виконує податкові зобов'язання;
2. виконання соціальних зобов'язань перед власним персоналом;
3. взаємодія з суспільством, у тому числі благодійність [5, с.128].

Основними умовами формування системи СВП в Україні є: політична стабільність; незмінність законодавства; розробка простого та прозорого податкового кодексу (добре відомо, що, на думку міжнародних організацій, Україна входить до числа країн з низьким рівнем податкового законодавства у світі) [7, с.114].

Вже як усі знають, головним контролюючим соціальних проектів у регіонах є влада. В регіонах, де встановлені тісні зв'язки між соціальними партнерами, підприємство, беручи участь у соціальних проектах, може розраховувати на отримання додаткових економічних ресурсів, підтримку та просування власного бізнесу та отримання політичних гарантій. Значні економічні ресурси включають в себе надання таких підприємству пільгових послуг, державного та громадського порядку, запровадження єдиного податку на отриманий дохід, стимулювання податковими та іншими преференціями (придбання землі, будівельний дозвіл тощо) [33, с.84].

Влада також може сприяти інтересам регіонального бізнесу в країні та за її межами. Використовуючи комунікаційну та інформаційну інфраструктуру, це може сформувати позитивний імідж підприємства, що

дуже важливо, оскільки до цих пір велика частина населення думає, що великий бізнес є незаконним. Але з певних причин підприємство фінансує соціальні програми, які сприяють збереженню існуючого політичного та регіонального впливу.

Для поліпшення якості робочого життя та цілеспрямованості підприємства на соціальні сфери на українських підприємствах необхідно запровадити системи управління відповідно до ISO 27 9000 ("Якість продукції"), ISO 14000 ("Захист навколишнього середовища") та OHSAS 18000 ("Управління охороною праці та безпекою") [5, с.98].

Тому можна говорити, що соціальна відповідальність підприємства в Україні лише створюється, і в його розвитку разом з роботодавцями, профспілками, громадськими організаціями, місцевими громадами головну роль відіграє держава [29, с.14.]

У компаніях найбільш поширеними в класичних напрямках є здійснення видів соціальної політики підприємств: надання пакетів соціальної компенсації в грошовому вираженні та безпосереднього надання соціальних послуг на власних об'єктах. [23, с.92].

Соціальна політика компанії в макрорівні полягає у виробленні позитивних відносин підприємства з регіональними та місцевими органами влади [9, с.18]. Ця політика застосовується у певних формах: підтримка соціальної інфраструктури, благодійність та участь у основних соціальних проектах. Потрібно зазначити, що благодійність в Україні, не беручи до уваги її досить широке розповсюдження, не стимулюється державою [6, с.180]. Вона стимулюється іншими методами, які не несуть матеріального характеру: через популяризацію, через засоби масової інформації або шляхом нагородження державними нагородами громадян, які внесли значний внесок у благодійність.

Формування в Україні соціальної відповідальності підприємства забезпечує вирішення наступних пунктів:

- 1) послідовного розповсюдження та реалізації ідеї соціальної спрямованості та соціальної активності бізнесу шляхом висвітлення досвіду провідних компаній у цьому напрямку, проведення семінарів з соціальних питань та люблю;
- 2) надання допомоги підприємствам та організаціям у вдосконаленні систем управління на основі стандартів ISO 9000 та 14000, ONSAS 18000 та інших сучасних методів і засобів;
- 3) допомога в впровадженні положень стандарту SA 8000 в практику вітчизняних компаній;
- 4) створення державою базових умов для розвитку системи ГСС, забезпечення забезпечення прав власності та безпеки бізнесу, створення незалежної судової системи, забезпечення прозорих законодавчих умов для соціальної діяльності, формування держави пріоритети соціальної відповідальності;
- 5) запровадження соціальної звітності у формах міжнародних стандартів, прийнятих у західних країнах;
- 6) здійснення соціального діалогу з роботодавцями, профспілками, органами державної влади та органами місцевого самоврядування з питань економічного, соціального та екологічного впливу корпоративних заходів [14 с.9-17].

Необхідність створення взаємодії бізнесу та суспільства, та розповсюдження ідей соціальної відповідальності підприємства в Україні свідчить, серед іншого, про декілька причин:

- загальне скорочення очікуваної тривалості життя населення та його старіння, великий відтік кваліфікованих персоналу за межами країни;
- надмірна диференціація доходу, розшарування майна та зубожіння значної частини населення;
- занадто повільне вирішення проблеми бідності населення;

- високий рівень "тінізації" економіки та ринку праці;
- нерозроблена нормативно-правова база благодійності та спонсорства;
- недостатня участь бізнесу у вирішенні суспільно значимих питань [32, с.4].

Об'єкти соціальної відповідальності підприємства повинні включати:

- співробітників компанії;
- споживачів товарів та послуг;
- працівників суміжних організацій;
- інших громадян, які потребують особливої уваги громадськості - діти, інваліди, сироти, вагітні жінки, пенсіонери, студенти тощо;
- соціальна інфраструктура - житлово-комунальні послуги, транспорт, освіта, охорона здоров'я, наука, культура, спорт, екологічні об'єкти тощо.

Предмети, які забезпечують соціально-орієнтований бізнес, включають:

- суб'єкти підприємницької діяльності (фізичні та юридичні особи);
- органи державної влади та органи місцевого самоврядування;
- об'єднання роботодавців усіх рівнів;
- профспілки всіх рівнів;
- спеціалізовані благодійні фонди.

Компоненти соціальної відповідальності включають:

- відповідальних ділових партнерів;
- відповідальних соціальних партнерів;
- відповідальний роботодавець [28, с.356];

Соціальна відповідальність компанії ділиться на такі групи: внутрішні і зовнішні.

Внутрішня соціальна відповідальність відноситься до ділової практики стосовно персоналу підприємства, тобто все, що пов'язано з підвищенням

рівня якості робочого життя працівників підприємства чи фірми. Ця група включає дев'ять видів діяльності підприємства [6, с.61]:

1. охорона праці;
2. запровадження діалогу між соціальними партнерами;
3. забезпечення соціально значущої заробітної плати, яка б дозволила повністю відтворити робочу силу;
4. додаткове медичне соціальне страхування працівників;
5. розвиток людських ресурсів за допомогою навчальних програм та програм з підготовки та підвищення кваліфікації працівників;
6. допомога у критичних ситуаціях (наприклад, у випадку складного захворювання, лікування якого вимагає великих матеріальних витрат);
7. соціально відповідальна реструктуризація - розробка програм, спрямованих переважно на реструктуризацію в інтересах персоналу компанії, під час якої проводяться інформаційні кампанії для покриття майбутніх структурних змін, діяльності з перепідготовки тощо;
8. стабільний фонд оплати праці;
9. розробка та реалізація цілей, спрямованих на спрощення та вирішення соціальних наслідків при реструктуризації підприємства (професійна перепідготовка, допомога у працевлаштуванні, здійснення компенсаційних виплат працівникам, які зазнали скорочення штату тощо) [16, с.24-25].

Зовнішня складова соціальної відповідальності компанії включає програми та заходи, які безпосередньо не регулюються чинним законодавством, але виконуються на основі традицій у країні та соціального діалогу між соціальними партнерами.

Ця група соціальної відповідальності повинна включати:

1. заходи з охорони навколишнього середовища, започатковані компанією для зменшення шкідливого впливу своєї діяльності на навколишнє середовище;
2. виробництво якісної продукції, як відповідальності перед споживачами товарів і послуг;
3. розвиток місцевої громади шляхом залучення місцевої громади до різних соціальних програм та заходів щодо підтримки соціально незахищених верств населення;
4. підтримку материнства та дитинства, збереження та розвиток житлово-комунальних послуг, об'єкти культурного, історичного та релігійного значення, участь у благодійних акціях та спонсорство місцевих культурних, освітніх та спортивних організацій тощо;
5. відповідальну ділову практику шляхом впровадження, впровадження та поширення чесних ділових зв'язків між постачальниками, діловими партнерами та клієнтами компанії через відкриту інформацію у своїх відносинах, організація масштабних програм з розвитку малого та середнього бізнесу, співпраця з урядом органи, споживчі асоціації, інші громадські організації подібні;
6. допомогу у ліквідації наслідків стихійних лих, екологічних та техногенних катастроф шляхом надання жертвам теплого одягу, надання транспортних послуг, матеріальної допомоги шляхом перерахування коштів на спеціальні фонди тощо [24, с.72-78].

Принципи роботи системи соціальної відповідальності підприємства включають:

- абсолютне самостійне прийняття і виконання соціальних зобов'язань, що виходять за межі передбачених чинним законодавством (сплата податків, дотримання законів, що регулюють трудові відносини тощо);

- взаємні моральні (матеріальна) переваги, які підприємство та роботодавці отримують від співпраці;
- складність, яка передбачає реалізацію врівноваженої внутрішньої соціальної політики компанії (надання пакету соціальної компенсації, впровадження освітніх проектів, навчання персоналу, підтримки відомчих медичних закладів, профілактики захворювань, рекреаційних та спортивних заходів тощо) та зовнішньої соціальної політики (підтримка соціальної інфраструктури, що обслуговує місцеві громади, участь у благодійних проектах, меценатство, спонсорство тощо);
- систематичний, що передбачає створення та впровадження відповідних систем управління в компаніях [19, с.12].

Соціальна відповідальність підприємства може проявляється у різних напрямках, а саме:

- традиційна соціальна відповідальність;
- благодійна відповідальність;
- інвестиційна відповідальність.

Основними методами здійснення політики соціально-орієнтованої підприємницької діяльності є [17 с.109]:

- a) грошові гранти;
- b) благодійні внески та спонсорство;
- c) соціально значущий маркетинг;
- d) еквівалентно фінансуванню;
- e) соціальні інвестиції;
- f) делегування співробітників компанії.

Для ефективної діяльності підприємства, можуть надаватися, необмежені в кількості, типи соціальних пакетів:

- 1) включає страхування, медична допомога, мобільний зв'язок, в деяких випадках - автомобіль. Цей пакет використовується великими компаніями, що працюють відповідно до західних моделей;

2) на великих підприємствах включає медичні заклади, бази відпочинку, санаторії тощо [25, с.19].

Таким чином, Україна має унікальний шанс протягом одного-двох десятиліть (перехідного періоду) формувати ключові інституційні, соціальні та громадські основи, які провідні країни світу "билися" протягом 50-80 років, а деякі – віками. Це також стосується формування системи соціальної відповідальності підприємства в Україні. Глибоко вважається, що здоровий прагматизм полягає в тому, щоб держава почала ініціювати і через механізми регулювання заохочувати роботодавців до посилення соціально орієнтованих заходів, і після "одержання" бажаного результату, наприклад, досягнення європейського рівня відійшло (де це необхідно) від прямого до непрямого партнерства. Саме так орієнтуються основні принципи концепції [14, с.17].

1.2. Основні напрями реалізації корпоративної соціальної відповідальності у підприємствах

Велика частина українських вчених погоджуються з тим, що згідно з джерелами організації, практика структурування та прогресу, вітчизняна версія соціальної відповідальності є симбіоз елементів британської (вільної і самостійної ділової ініціативи) та континентально-європейських моделей (бажання компаній отримати чіткі поведінкові рамки від держави). Про це свідчить розуміння концепції корпоративної соціальної відповідальності організацією "Форуму соціально відповідального бізнесу України", котрий говорить, що корпоративна соціальна відповідальність є "відповідальним ставленням будь-якої компанії до своєї продукції чи послуг, споживачів, співробітників, партнерів; ефективна соціальна позиція компанії, яка полягає у послідовному співіснуванні, співмудянні та безперервно діалозі з суспільством, участь у вирішенні гострих соціальних проблем "[19, с.158].

Особливістю української моделі соціальної відповідальності бізнесу є поєднання нових соціальних тенденцій у діловій діяльності із збереженням радянських або навіть дореволюційних традицій. В Україні роль особистості досить типова, а в багатьох нових бізнес-структурах, що проходять через стадію початкового накопичення капіталу, практично кріпосна залежність працівників від волі менеджерів та власників, які тим самим прагнуть збільшити штат, залежність від керівництва та топ-менеджерів від власників, [8, с.12].

Іншими особливостями української моделі корпоративної соціальної відповідальності є:

- дефіцит в Україні ідеології соціально відповідального підприємництва та високого рівня громадянської самосвідомості;
- примусова природа соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Для деяких підприємців корпоративна соціальна відповідальність є відповіддю на запит влади, а інколи вважається формою державної ракетки. Але це непрямо підтверджено малою кількістю компаній, які приєдналися до Глобального Договору ООН в Україні;
- дефіцит відкритих програм для розвитку соціальної політики як на рівні держави, регіонів, так і на рівні підприємств. Від особистих переваг та зацікавленості керівників та власників залежать форми та методи соціальної ефективності підприємства. Це пов'язано, серед іншого, з підвищеною роллю менеджерів у післяприватизаційний період;
- висока мінливість форм соціальної активності, сформованих в окремих компаніях та підприємствах, а також за рахунок власного балансу між економічною ефективністю та соціальною необхідністю;
- високе розмежування корпоративно-соціальних пільг, які на даний період зосереджені на керівників вищої ланки та певною мірою на висококваліфікований персонал;

- велике розмежування між суспільством та бізнесом у понятті пріоритетів соціальної відповідальності. Як було зазначено раніше, в Україні держава відіграє ключову роль у формуванні та стимулюванні соціальної відповідальності підприємців [22, с.158].

Стратегія прискорення розвитку соціальної відповідальності прогресує в трьох течіях:

- 1) податкова реформа. Вона передбачає скорочення податкової преси, дозволяє підприємствам розвивати свої основні фонди та накопичувати оборотний капітал. Таким чином, підприємства мають додаткові засоби, які можуть бути використані, включаючи розробку соціальних програм;
- 2) вдосконалення системи щодо пенсій. Справа в тому, що оновлене пенсійне законодавство підвищує інтерес працівників до отримання законної заробітної плати. Роботодавець і працівник виступають як соціальні партнери. Працівник зацікавлений в фінансовому забезпеченні власної старості, він буде змушений самотійно тиснути на власника, щоб отримати легальну заробітну плату;
- 3) новітніх та науково-інтенсивних проектів за допомогою сукупної схеми технопарків, що передбачає пільгове оподаткування. Розвиток третього напрямку підтримує науково-технічний потенціал країни та охороняє вітчизняний науковий персонал [21, с.46].

Із програмами стимулювання розвитку практики соціальної відповідальності підприємства розробляється їх правова та регуляторна підтримка. Але Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності за підтримки органів державної влади, громадських організацій, представників ділового середовища, профспілок, організацій споживачів, науково-дослідних інститутів та наукових кіл, працював над підготовкою концепції Національної стратегії розвитку корпоративно-соціальної відповідальності.

Існує низка законів, спрямованих на регулювання діяльності, пов'язаної з соціально відповідальною поведінкою підприємства [11-13]. Незважаючи на це, ці нормативні акти лише обґрунтовують обов'язки компаній, які безпосередньо не пов'язані з їх добровільними ініціативами. Крім того, українське законодавство не дає тлумачення корпоративній соціальній відповідальності. Слід зазначити, що однією з проблем повільного розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні є нездатність компаній скористатися цим. Проте такі переваги очевидні, це показує матриця, складена SustainAbility на основі аналізу діяльності підприємства у Центральній та Східній Європі (див. рис. 1.1).

		ФАКТОРИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ						
ФАКТОРИ УСПІХУ БІЗНЕСУ		Корпоративне управління та активність		Екологічні фактори		Соціально-економічний розвиток		
		Корпоративне управління	Активність груп вишиву	Покращення екологічних процесів	Екологічні продукти та послуги	Економічний розвиток місцевості	Розвиток громади	Управління людськими ресурсами
	Зростання доходів, доступ до ринку	1	2	3	4	5	6	7
	Скорочення витрат та продуктивність	8	9	10	11	12	13	14
	Доступ до капіталу	15	16	17	18	19	20	21
	Управління ризиком	22	23	24	25	26	27	28
	Людський капітал	29	30	31	32	33	34	35
Репутація компанії	36	37	38	39	40	41	42	

	Деякі свідчення умов доцільності СВБ
	Немає доказів умов доцільності СВБ
	Наявні докази умов доцільності СВБ

Рис. 1.1. Матриця доцільності впровадження соціальної відповідальності бізнесу

Джерело: [7, с.102-103]

Стало очевидно, що соціальна відповідальність бізнесу - розуміння важливості сталого розвитку, матриця визначає основні елементи здійсненості соціально відповідального бізнесу. Вона створюється з допомогою таких факторів: фактори успіху бізнесу, фактори, пов'язані зі сталого розвитку. Там, де сходяться чинники сталого розвитку та фактори успіху бізнесу, можна визначити чіткі умови для відповідності соціальної відповідальності підприємства. Поліпшення корпоративного управління сприяє покращенню доступу до капіталу, збільшенню доходів та підвищенню продуктивності праці. Робота з покращення екологічних процесів безпосередньо впливає на зростання доходів та продуктивності та скорочення витрат. Особливо допомагає підвищити продуктивність працівників - ефективне управління персоналом [20, с.180].

Матриця точного впровадження соціально відповідального бізнесу може бути доповнена на основі аналізу сучасного досвіду діяльності підприємств в Україні. Проте, економічний розвиток місцевостей як компонент факторів сталого розвитку має значний вплив практично на всі компоненти успіху компанії, а успішна компанія створює умови та сприяє економічному розвитку території (див. графіки 5, 12, 19, 26, 33, 40 в таблиці 1), які для України ефективно визначити як "наявні докази умов доцільності соціальної відповідальності підприємства". Окрім цього, такі фактори успіху в компанії, такі як доступ до капіталу та імідж компанії в реаліях України в значній мірі залежать від діяльності груп впливу та одночасно стимулюють цей фактор сталого розвитку (див. графіки 16 та 37, який можна позначити як "присутні докази умов точності соціальної відповідальності підприємства") [7, с.103].

Проінформованість щодо можливості впровадження соціально відповідального бізнесу має стратегічне значення як для сталого розвитку, так і для підвищення факторів успіху окремих компаній та бізнес-структур.

Ситуація із запровадженням соціальної відповідальності бізнесу в деяких регіонах України не однакова. Змінні, які впливають на формування

різних форм взаємодії бізнесу та уряду в регіонах та визначають їх розділеність, є:

- ресурсна база регіону;
- домінуюча або залежна позиція влади в регіоні (місті);
- місткість або слабкість учасників економіки;
- ініціативний або пасивний характер побудови взаємодії влади з бізнесом;
- готовність влади та бізнесу до взаємних компромісів [26, с.235].

Більша частина регіонів України перебуває в умовах бідного регіону, які показують, що взаємодія влади та бізнесу будується за моделлю епізодичного співробітництва. Вона характеризується відсутністю стратегічної складової у цих стосунках, заміною випадковими ініціативами органів влади чи бізнесу про спільну участь у вирішенні соціальних проблем - благодійні кулі, окремі механізми опіки над будинками інтернатів та дитячими будинками, участь в акціях допомоги дітям-сиротам, інвалідам та громадянам похилого віку тощо. Слабкість влади в таких регіонах, а також фінансова слабкість, приводить до таких наслідків: в більшості випадків вона спирається на неформальні договірні відносини з бізнесом і, як правило, не використовує примус [18, с.159].

Низький рівень ресурсної бази та місцевої влади часто призводить до недовіри між сторонами у зв'язках із громадськістю. Така ситуація формує спеціальні вимоги бізнесу до влади, якщо влада розраховує на реалізацію соціальних програм з боку підприємців. Ці вимоги, як закон, призводять до таких позицій позицій: інвестиції в акціонерний капітал та прозорість соціальних видатків, що здійснюються урядом за рахунок коштів підприємств.

Моделі взаємодії влади та бізнесу у багатих регіонах можуть проявлятися в різних формах: їх конфігурація багато в чому залежить від готовності влади та бізнесу до спільної діяльності, ініціативи партнерів у процесі взаємодії та готовності влади до залучення бізнесу у вирішенні

соціальних проблем в регіоні. Проте на практиці не підтверджено тезу про те, що ресурсна база регіону та самого бізнесу повністю визначає характер обраних стратегій реалізації соціальної політики у сфері соціальної відповідальності [34, с.28].

1.3. Діяльність підприємств з впливом іноземного капіталу

Спільне підприємство є однією з напрямів міжнародного співробітництва. Такий напрям підприємства юридично закріплений угодою між суб'єктами господарювання різних країн про створення незалежної організаційної одиниці, в якій партнери погоджуються на часткову уніфікацію всіх видів ресурсів, спільну продуктивність певних видів діяльності та пропорційного розподілу прибутку та ризику [10, с.6].

Відповідно до чинного законодавства України, яке регулює організацію та функціонування спільного підприємства, останні включають підприємства будь-якої юридичної форми, створеної відповідно до законодавства України, якщо протягом календарного року його статутний капітал має кваліфікований іноземний інвестиційний капітал щонайменше 20% статутного капіталу та одночасно не менше суми, еквівалентної певній кількості доларів США, а саме:

- у випадку застосування інвестицій у формі рухомого та нерухомого майна, прав інтелектуальної власності, право ведення господарської діяльності для банків та інших фінансових установ - 100 тис. доларів США;
- у випадку його реалізації в валюті, валюта України з реінвестування, цінні папери тощо для банків та інших фінансових установ - 1 млн. США, для інших підприємств (організацій) - 500 тис. Доларів. США [18, с.182].

Закон України "Про господарські товариства" передбачає створення українсько-іноземних спільних підприємств у п'яти юридичних напрямках: акціонерне товариство, товариство з обмеженою відповідальністю, товариство з додатковою відповідальністю, повне товариство, кандитне товариство. Спонування створення міжнародних спільних підприємств формується на макрорівні (за допомогою відповідної стратегічної орієнтації рідних країн і приймаючих країн) та на мікрорівні (мотивація безпосередніх партнерів) [4, с.9].

Безсумнівно, усі явища мають свої переваги і недоліки. Розглянемо плюси і мінуси прямих інвестицій у формі спільного підприємства для приймаючої країни в таблиці (див. Додаток А) [27, с.180].

У цій таблиці видно, що головним чином, спільне підприємство виступає як дуже впливове явище, яке описує інфузію інвестицій, завжди сприяє зростанню економіки, особливо в умовах кризи. Слід виділити, що інвестиції можуть бути іноземними (інвестиціями в країну) і зарубіжні (інвестиціями з країни). І кожний з цих видів - феномен позитивний і надає економічний ефект [30, с.2].

З іноземними інвестиціями особливу роль відіграє: мобілізація та більш продуктивне використання національних ресурсів, це допомагає підвищувати загальний рівень продуктивності та доцільність використання національного багатства; також сприяє розвитку національної дослідницької бази, також у майбутніх періодах; підбив позиції місцевих монополій, який допомагає знижувати ціни та покращувати якість, замінювати як імпорт, так і застарілі продукти місцевого виробництва, а також пропонує споживчі товари відповідної якості за відповідними цінами [15, с.25]. Незважаючи на всі переваги, є й недоліки створення спільного підприємства. Наприклад, спільне підприємство може мати стримуючий вплив на національне підприємництво шляхом поглинання фінансових заощаджень у місцевій та іноземній валютах.

Система управління спільним підприємством є єдиною концепцією, яка розвивається з побудови взаємозалежних підсистем. Перша система - юридична допомога - знаходиться в фокусі інших підсистем спільного підприємства, оскільки вона цілком або частково регламентує і регулює власні роботи. Міжнародна майстерність доводить, що головним завданням інвестора є стабільність законодавства, це дає змогу скласти план та впровадити ефективне управління загальним підприємством.

Друга система являє собою координаційну структуру управління підприємством, яка має такі властивості:

- агенти абсолютно всіх інвестиційних резервів формують керівництво, яке вважається верховним органом спільного підприємства, який аналізує та приймає без винятку рішення, основні проблеми загальної роботи компанії;
- структура управління визначається на зборах керівництва;
- роль аудиту здійснюється комітетом відповідно до аудиту, структура якого визначається правлінням.

Третя система - складна розробка плану промислової та побутової праці та управління в загальній компанії, а також планова та рекламна робота компанії.

Четверта система - це певні економічні відносини, значення яких в управлінні спільним підприємством визначається тим, що вони впливають практично на всі нюанси власної роботи. Ключі до фінансування загальної компанії мають всі шанси бути зовнішніми (позики, позики, розвиток їхніх фондів) та внутрішніми (швидке погіршення і збільшення частини нерозділеного доходу).

П'ята система - це професійні та соціальні проблеми праці [10, с.11]

Крім того, спеціальна категорія потребує група труднощів, пов'язаних з розглядом ключів економічних ресурсів загальних компаній. Фактично, безпосередньо в основі застосування економічних ресурсів були створені фінансові засоби стимулювання праці, і в цілому збільшили відтворення на

спільних підприємствах. Економічні засоби в таких фірмах, як і принцип, розглядаються за такими даними:

1. по-перше, вони є ресурсами накопичувального характеру, з'являються і виникають внаслідок виробництва та експлуатації загальної компанії;
2. по-друге, вони з'являються внаслідок реалізації продукції, праці або послуг, у цьому випадку є ті, які мають матеріальну компенсацію;
3. по-третє, ключі їх розвитку - це внески співзасновників, амортизація, прибуток, прибуток від продажу значних цінних паперів та, крім того, інші прибутки. Розвиток економічних ресурсів генеральної компанії також може зацікавити кредитні ресурси - суму банку, кредитний борг [3, с. 22-31].

РОЗДІЛ 2
ДІАГНОСТИКА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА
(НА ПРИКЛАДІ ТОВ “ОСП КОРПОРАЦІЯ «ВАТРА»”)

2.1. Аналіз формування соціальної стратегії розвитку на досліджуваному підприємстві з іноземним капіталом

Соціальна відповідальність ТОВ “ОСП Корпорація «Ватра»” розглядається як комплекс соціальних заходів та відносин між внутрішніми та зовнішніми сферами діяльності компанії. З цієї точки зору, вона нерозривно пов'язана з фінансовою підсистемою корпорації і буде разом з нею формувати загальну, що призводить до неможливості досягти значної продуктивності та збалансованого управління підприємством в ізоляції від формування суспільного надбання. Класифікація державної стратегії в компанії ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»” також є незалежним філіалом. Державна політика вважається необхідною, оскільки в поточному періоді вона є базовими, а листи обласного самоврядування не мають усіх шансів гарантувати жителям необхідний набір товарів і послуг, вони гарантують їхній звичайний рівень існування. У цих умовах підприємство зобов'язане більше приділяти увагу вирішенню соціальних труднощів, компенсуючи недоліки в даному проблемному регіоні від краю країни та організацій регіонального самоврядування. Існують певні чинники завдяки яким виражається важливість формування соціальної стратегії підприємства, які представлені на рис. 2.1.

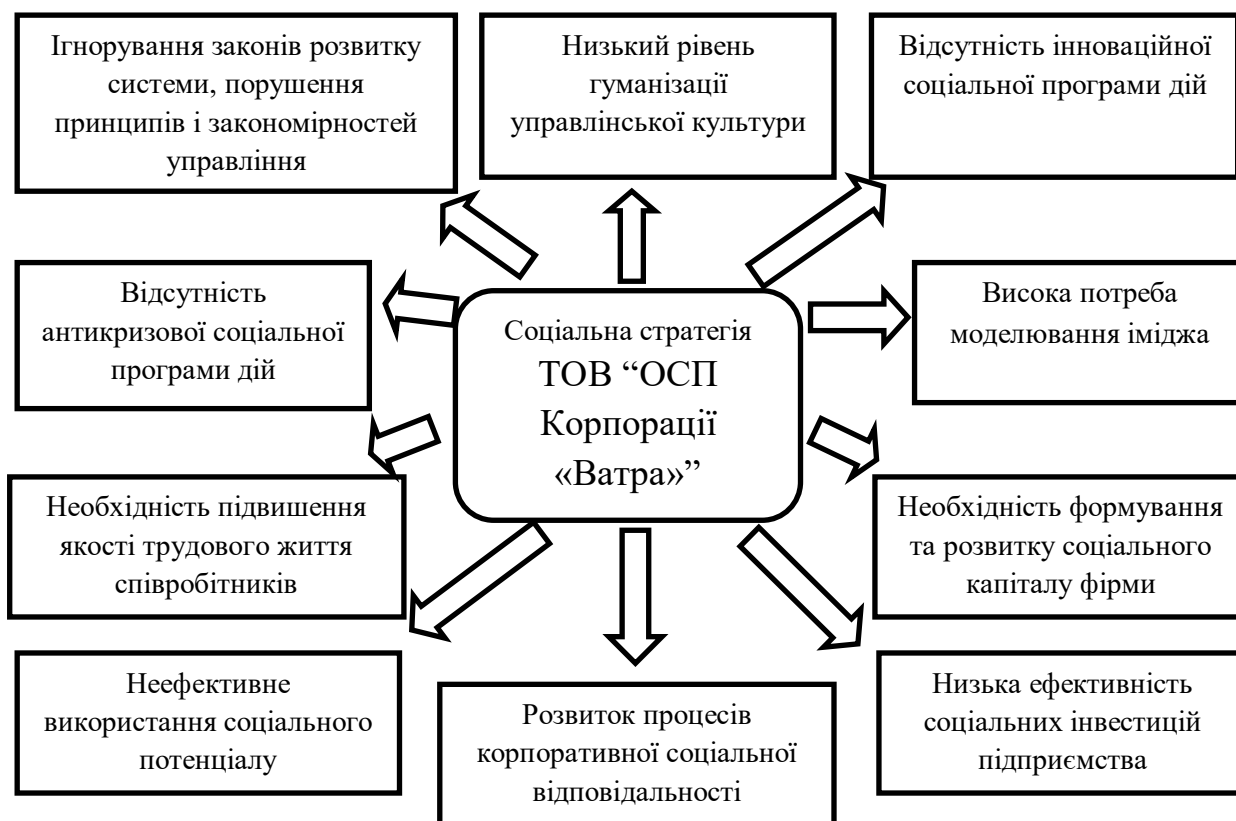


Рис. 2.1. Причини, що визначають важливість формування соціальної стратегії ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра»».

Джерело: розроблено автором на основі [33, с.58]

Аналогічним чином сутність стратегій для компанії ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра»» визначається як форма конкретних висновків, операцій, довгострокового проекту компанії, художньої присутності необхідних фахівців та активів для того, щоб досягти конкурентних переваг. Починаючи з цього, державна політика цієї компанії розглядається як непростя концепція ліній та напрямків довгострокового соціального досягнення компанії разом з її фінансовою стратегією. У довгостроковій перспективі це формує попит на мету збільшення та застосування соціальних можливостей компанії та дозволяє змінити умови внутрішньої та зовнішньої сфери.

Соціальна стратегія вважається основним розвитком соціальної підсистеми ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра»» та будь-якого працівника, що є

власністю скелетних компонентів громади. На відміну від розробників державної політики, вона розвивається в умовах браку ресурсів або змін у офіційній сфері та враховує дослідження різних операційних альтернатив для вибору найкращих варіантів реалізації суспільних цінностей і тенденції формування, які можуть бути справді гарантовані з існуючими ресурсами.

В ТОВ “ОСП Корпорація «Ватра»” вона була розроблена у формі самостійної програми дій, координованої з корпоративними та діловими стратегіями організації. Крім того, в залежності від методу цієї угоди підприємство використовує цей підхід для формування соціальної стратегії:

- Цей підхід зосереджений на цілях, враховує розвиток внутрішніх та зовнішніх публічних стратегій як незалежних програм дій, що визначають безперервне призначення формування фірми, тобто це впливає на вибір фінансової стратегії. Водночас, внутрішня соціальна стратегія є системою подій та довгострокового проекту роботи фірми з метою забезпечення критерію ефективного застосування та розвитку його соціального потенціалу, а також підвищення конкурентоспроможності.

Стратегія організаційної поведінки фірма у зовнішньому середовищі, як складова акцій компанії формування відносин з підданими з суб'єктами стратегічної взаємодії, визначає обставини та критерії співіснування у фінансовій системі, а також реакцію на всілякі дії та процеси. Розробка адекватної державної стратегії, яка враховує мінливість зовнішнього та внутрішнього середовища, підприємство має певні межі (див. Додаток Б). Як провідні компоненти соціальної стратегії ТОВ “ОСП Корпорація «Ватра»” можна назвати наступні:

- I. Стратегія розвитку кадрового потенціалу підприємства. Це підприємство повинно чітко розуміти, як і яким чином розвивати професійний та творчі здібності персоналу є найважливішим фактором, що визначає подальші дії для досягнення успіху. З базовою стратегією розвитку компанія враховує ресурси, які

можуть бути використані для його реалізації. Розробка остаточної стратегії базується на сучасних та майбутніх можливостях співробітників.

Стратегія формування кадрового потенціалу компанії пов'язана з впровадженням на практиці всіх видів менеджменту персоналу, що розглядається на підприємстві як постійний процес, що включає відповідні компоненти:

- Планування кадрових потреб корпорації, в процесі якої необхідно враховувати не тільки кількісний склад персоналу, а і його якісні властивості.
- Стратегія формування персоналу корпорації, яка зобов'язана включити активні дослідження на ринок праці, щоб заздалегідь оцінити здатність її персоналу. Крім того, підприємство повинно ретельно спостерігати за власним набором на ринку праці. Цей тип, який перетворюється на вирішальний момент привабливості фірми, визначає його шанси на найм нових співробітників. Слід послідовно стверджувати, що існує висока ймовірність отримання ТОВ “ОСП Корпорація «Ватра»”, оскільки вона має відмінну систему стимулів для працівників.
- Стратегія формування персоналу фірми, яка повинна полягати в досягненні максимального дотримання працівниками ймовірностей, які використовуються. Для цього зроблені необхідні обставини для співробітників цієї компанії, перш за все, це стосується створення критеріїв для розвитку персоналу в робочому просторі. Більш необхідним є розробка стратегії управління процесом підготовки та перепідготовки співробітників, створення найважливіших критеріїв для розвитку креативної життєздатності працівників та самореалізації у процесі відновлення та створення кар'єри. Крім того, цей процес тісно пов'язаний з розвитком корпорації.
- Стратегія використання та утримання персоналу. Вона включає особливе призначення кадрів на підприємстві та мотивування за

допомогою відповідних інструментів вербування персоналу та підвищення продуктивності праці.

- Стратегія мотивування. Загалом, стратегія мотивації в корпорації включає в себе виконання таких покрокових процедур: а) аналіз та відбір менеджером цілей та завдань стимулюючої діяльності в корпорації; б) підбір певної модифікації мотиваційної адаптації в основу розгляду та оцінку умов мотивації та зовнішніх стимулів - взаємодії фінансової діяльності працівників компанії.
- Політика скорочення персоналу компанії враховує дослідження ретельно диференційованих пристроїв з метою скорочення штатів.

II. Основна соціальна стратегія корпорації. Суть цієї стратегії полягає у забезпеченні вбудованого формування суспільного надбання компанії, який містить такі елементи:

1. Покращення соціальної структури виробничої інструкції компанії. В основі розгляду та оцінки соціально-кваліфікованої фактури співробітників компанії, з урахуванням місій та очікуваних результатів інших багатофункціональних стратегій, формуються основні тенденції роботи в соціальній сфері, а також у виробничій групі у повному обсязі, таким чином, і в контексті окремих державних компаній (дівчат, молоде покоління, працівники, службовці тощо).

2. Покращення умов праці та захисту, збереження добробуту працівників. Створення цієї галузі основної соціальної стратегії компанії виконується з урахуванням особливостей виробництва, встановлює попит на роботу, вид травм високого класу та висококласових захворювань.

3. Покращення житлових та соціально-цивілізованих обставин працівників та їх сімей. Визначені базові місії та ресурси для розвитку та вдосконалення соціальної інфраструктури компанії. В рамках дослідження та реалізації державної стратегії спрямовані цільові проекти з метою вирішення більш важливих питань соціального формування компанії.

III. Соціальна захищеність працівників корпорації. Завдяки доходів корпорації надаються додаткові компенсації пенсіонерам, матерям та зменшується ціна на товари та послуги, що реалізуються в межах соціальної експлуатації корпорації. Економічна безпека (бюджетування) соціальної захищеності працівників формується кількома способами. По-перше, керівництво корпорації само обґрунтовує і оголошує розмір коштів на соціальний розвиток, тобто виручає від наявних коштів. По-друге, планування бюджету соціальної стратегії підприємства ґрунтується на визначенні відсотка отриманих прибутків. По-третє, виходячи з поставлених цілей і засобів, необхідних для здійснення певних соціальних дій. Альтернатива відповідного методу обґрунтування та складання бюджету соціальної стратегії здійснюється індивідуально та визначається його директором.

Прогресивність соціальної стратегії даної корпорації визначається як остаточний соціальний результат, який буде отриманий в умовах найменшої вартості та в оптимальних умовах. Повністю відповідним критерієм для соціального результату ТОВ "ОСП Корпорації «Ватра»" є нормативне регулювання та копіювання соціальних процесів. Соціальні стандарти підприємства є своєрідною соціологічною технологією для характеристики оптимального стану соціального процесу, який складаються на основі врахування об'єктивних законів соціального розвитку [9, с.114].

Для оптимального функціонування корпорації, підвищення її рівня соціальної відповідальності потрібні значні кошти, тому виникає необхідність у залученні ресурсів, що спрямовуються на реалізацію соціальних програм і проектів – іноземного капіталу (соціальних інвестицій).

На розвиток соціальної відповідальності корпорації також має вплив іноземний капітал (інвестиції) ТОВ "ОСП Корпорації Ватра". Ефективність іноземного інвестування корпорації передусім пов'язана з досягненням її основної мети – реалізацією можливості поєднання отримання фінансового прибутку й етичних цінностей інвестора.

Іноземне інвестування передбачає такі види соціального ефекту для корпорації, як:

- фінансова ефективність (страхування ризиків, маркетинг і продаж, скорочення операційних витрат та ін.);
- нефінансова ефективність (імідж і репутація підприємства, лояльність клієнтів і персоналу);
- ефективність впливу на ситуацію на території присутності.

Процеси отримання соціального ефекту в результаті іноземного інвестування проходять у певній часовій залежності. У корпорації проходить послідовне вкладення ресурсів: одержання соціального ефекту, паралельне вкладення і отримання результату інвестиційної діяльності та інтервальне вкладення, у результаті якого ефект досягається через певний часовий проміжок. За послідовного іноземного інвестування соціальний ефект буде отримано при закінченні інвестування у великому об'ємі.

Як відомо, зараз ТОВ "ОСП Корпорація «Ватра»" вважається одним з найбільших в Україні та країнах СНД виробником освітлювальних приладів для промислових і культурних та побутових цілей. Корпорація, що досліджується, вважається знайомим експортером світлотехнічної продукції як наприклад, на внутрішньому ринку та на зовнішніх ринках. Експорт продукції здійснюється за принципом прямих продажів, в структурі експорту майже 90% складаються з промислових освітлювальних приладів та баластів, але все ще конкурентоспроможними на ринку є баласты , освітлювальні прилади з газорозрядними лампами і спеціальні, такі як LSR, H4T4L, NSP23 * 200.

Найголовніші результати господарської діяльності ТОВ "ОСП Корпорація «Ватра»" за 2014-2016 р.р. зображено у табл.2.1.

Таблиця 2.1.

Найголовніші техніко-економічні показники діяльності корпорації

Показники	2014 рік	2015 рік	Відхилення		2016 рік	Відхилення	
			Абсолютне, тис. грн., (+, -) 2015р. до 2014р.	Відносне, % 2015р. до 2014р.		Абсолютне, тис. грн., (+, -) 2016р. до 2015р.	Відносне, % 2016р. до 2015р.
Вартість активів, тис. грн.	51160	46732	-4428	8,7	52236	5504	11,8
Вартість основних засобів, тис. грн.	15113	17052	1939	12,8	20843	3791	22,23
Вартість власного капіталу, тис. грн.	26686	28507	1821	6,8	31518	3011	10,6
Вартість реалізованої продукції, тис. грн.	110453	105342	-5111	4,63	115450	10108	9,6
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	93872	84883	-8989	9,6	92161	7278	8,6
Матеріальні витрати, тис. грн.	37631	37631	-	-	48389	10758	28,6
Витрати на оплату праці, тис. грн.	15226	15226	-	-	15226	-	-
Кількість працюючих, чол.	602	633	31	5,15	499	-134	21,2
Середня заробітна плата одного працівника, грн.	3346	3517	171	12,7	4394	877	57,8

Продуктивність праці, тис. грн./чол.	183,5	166,4	-17,1	9,3	231,4	65	39,1
Кредиторська заборгованість, тис. грн.	24474	18225	-6249	25,5	20718	2493	13,7
Дебіторська заборгованість, тис. грн.	21113	18498	-2615	12,4	20386	1888	10,2
Чистий прибуток, тис. грн.	4310	1822	-2488	57,7	3511	1689	92,7
Рентабельність продукції, %	11,8	12,4	6	5,09	12,5	1	0,8
Рентабельність активів, %	8	4	4	100	7	3	75
Рентабельність капіталу, %	16	6	-10	62,5	10	4	66,7
Фондовіддача	8,1	6,6	-1,5	18,5	6,1	-0,5	7,6
Фондомісткість	0,12	0,15	0,03	25,1	0,16	0,01	6,7
Фондоозброєність	22,6	25,4	2,8	12,4	37,9	12,5	49,2
Коефіцієнт зношення ОФ	0,3	0,3	-	-	0,4	0,1	33,3
Коефіцієнт придатності ОФ	0,7	0,7	-	-	0,6	-0,1	-14,3

Джерело: [31, с.3]

Тому, на підставі розрахунків, які наведені у таблиці 2.1., ми можемо побачити, що: у 2015 році у порівнянні з попереднім роком вартість активів компанії зменшилася на 4428 тис. грн., а в 2016 році в порівнянні з 2015 роком - збільшилася на 5504 тис. грн. Вартість власного капіталу в 2015 році в порівнянні з 2014 роком зросла на 1821 тисячу гривень, а в 2016 році в порівнянні з 2015 роком власний капітал збільшився до 3011 тисячі гривень.

Зробивши такий аналіз, ми бачимо, що чистий дохід від реалізації продукції у 2015 році знизився порівняно з 2014 р. На 5111 тис. грн. У 2016 році, у порівнянні з 2015 роком, зросла на 10108 тис. грн. Чистий прибуток у 2015 році зменшився на 2488 тис. грн. в порівнянні з 2014 роком, а в 2016 році чистий прибуток збільшився порівняно з 2015 роком на 1689 тисяч гривень. Щодо головних фондів корпорації, ситуація тут не дуже хороша. У звітному періоді прибутковість капіталу зросла на 7,6%, а капіталовкладення виробництва збільшилося.

Коефіцієнт амортизації основних засобів збільшився, а співвідношення активів основних засобів зменшилося до 0,1, що вказує на необхідність оновлення матеріально-технічної бази корпорації (див. Табл.2.2.).

Таблиця 2.2.

Аналіз основних засобів підприємства за 2014-2016 рр.

№ з/п	Назва показника	Алгоритм розрахунку показника	2014 рік	2015 рік	2016 Рік	Характеристика
1	Коефіцієнт реальної вартості основних засобів	$K_{pvoz} = \frac{\Phi.1p.1010}{\Phi.1p.1300}$	0,30	0,37	0,40	Повнота використання виробничих потужнос-тей реалізується на не найкращому рівні, оскільки коефіцієнт збільшився.
2	Коефіцієнт зносу основних засобів	$K_{zoz} = \frac{\Phi.1p.1012}{\Phi.1p.1011}$	0,30	0,30	0,40	Збільшення коефіцієнта в динаміці є негативною тенденцією. Проте в даному випад-ку вона прийнятна.
3	Коефіцієнт придатнос ті основних засобів	$K_{noz} = \frac{\Phi.1p.1010}{\Phi.1p.1011}$	0,70	0,70	0,60	Показує, яка частка основних засобів при-датна для експлуатації в процесі здійснення господарської діяльності.
4	Коефіцієнт вводу	$K_{vvoz} = \frac{\Phi.1p.1195_{zp.4}}{\Phi.1p.1011_{zp.4}}$				Характеризує частку введених в експлуата-

	основних засобів		1,50	1,05	0,97	цію основних засобів в їх загальній вартості на кінець року.
5	Коефіцієнт вибуття основних засобів	$K_{вoз} = \frac{\Phi.1p.1195_{гp.3}}{\Phi.1p.1011_{гp.3}}$	1,24	1,50	1,05	Характеризує частку вибулих основних засобів в їх загальній вартості на початку року.
6	Коефіцієнт компенсації вибуття основних засобів	$K_{квoз} = \frac{\Phi.1p.1195_{гp.4}}{\Phi.1p.1195_{гp.3}}$	1,54	0,84	1,13	Характеризує частку введених основних засобів, що покривають вибуття.
7	Частка оборотних виробничих фондів в обігових коштах	$\chi_{oбвф} = \frac{\Phi.1p.1101 + p.1102}{\Phi.1p.1195}$	0,24	0,25	0,24	Не висока частка свідчити про ефективну політику управління виробничим процесом, зокрема формуванням виробничих запасів, що дозволяє спрямовувати більшість фінансових ресурсів у виробництво.
8	Частка основних засобів в активах	$\chi_{oз} = \frac{\Phi.1p.1010}{\Phi.1p.1300}$	0,29	0,37	0,39	Збільшення частки основних засобів може розцінюватися як підвищення виробничого потенціалу підприємства
9	Коефіцієнт оновлення основних засобів	$K_{oоz} = \frac{\Phi.1p.1011_{гp.4} - p.1011_{гp.3}}{\Phi.1p.1011_{гp.4}}$	0,22	0,16	0,19	Вказує на рівень фізичного та морального старіння обладнання, оскільки показники дуже низькі.
10	Коефіцієнт мобільності активів	$K_{ма} = \frac{\Phi.1p.1195}{\Phi.1p.1095}$	1,70	1,38	1,42	Вказує на співвідношення оборотних та необоротних активів підприємства.

Джерело: [31, с.5]

В даний час існує несприятливий іноземний інвестиційний клімат в ТОВ «ОСП Корпорація Ватра». Через це така ситуація потребує змін, тому що устаткування ТОВ "ОСП Корпорація «Ватра»" майже напружено зношено і корпорації потрібні великі капітальні інвестиції, для чого необхідно залучати більше іноземних інвесторів (іноземного капіталу) для найкращого результату, щоб оновити інноваційні умови корпорації, що призведе до підвищення рівня якості товарів, а отже, і до збільшення попиту.

2.2. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності на досліджуваному підприємстві

ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра»» в рамках власних альтернативних, періодичних та політичних формувань, прагне до наступництва, продуктивності та прибутковості. Корпорація впевнена, що застосування успішної фірми є не лише економічним елементом, а й найвищі з усіх стереотипи ведення бізнесу. Заслуги позитивного довгострокового результату, ймовірно, з урахуванням інтересів покупців, наприклад, працівників, партнерів, торговців, акціонерів, окружних громад та інших зацікавлених сторін, які взаємодіють з компанією (див. Додаток В), внаслідок чого громадська робота вважається необхідним нюансом роботи в ТОВ «ОСП Корпорації «Ватра»».

ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра»» містить політику корпоративної соціальної відповідальності, яка фактично враховує, що корпорація усвідомлює при корпоративній соціальній відповідальності, її основи, заінтриговані сторони фірми та узагальнені прагнення (зобов'язання) підприємства з корпоративної соціальної відповідальності.

Протягом 2015-2017рр. ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра»», беручи до уваги «Стратегію формування Корпорації» та намір досягти улюблених посад у галузі призначила 5 провідних напрямків соціальної відповідальності (див. рис. 2.3).

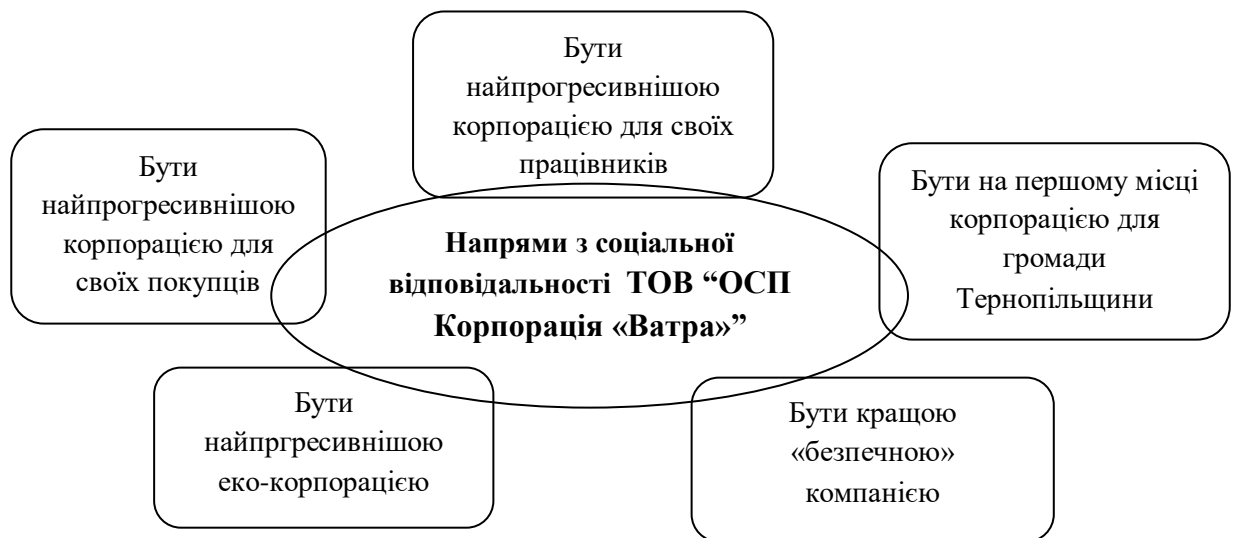


Рис. 2.3. Провідні напрями з соціальної відповідальності ТОВ "ОСП Корпорація «Ватра»"

Джерело:[22, с.155]

Бути найпрогресивнішою корпорацією для своїх покупців

Прогресивна концепція управління підприємством створила свіжу філософію взаємодії з клієнтами - формулювання прозорого середовища між корпорацією та покупцем, дружніх і продуктивних відносин. Зростаюча занепокоєність корпорації для обслуговування клієнтів оперативно вимагає впровадження великих стереотипів сервісу, створення нових схем для якості виконання будь-якого працівника класичних функцій, усвідомлення будь-якого знавця його інтенсивну поведінку в управлінні ходом взаємодії з покупцем.

ТОВ "ОСП Корпорація «Ватра»", як соціально серйозна корпорація, забезпечує інтереси компанії та її клієнтів, зокрема, у всіх якостях власної роботи. Корпорація кожного дня прагне до вдоскональності, покращувати якість і надавати своїм клієнтам якісні та жваві пропозиції.

Протягом останніх кількох років ТОВ "ОСП Корпорація «Ватра»" оцінює клієнтоорієнтованість як одну з провідних стратегічних цінностей

своєї власної роботи. На 2015-2017рр. корпорація спланувала перейти на сторону розвитку клієнтоорієнтованості. Практична реалізація основ орієнтації на клієнтів виконується за підтримки відповідних завдань:

1. Покращення бізнес-процесів компанії, засноване на сподіваннях клієнтів. Найважливішим завданням найближчого майбутнього є підвищення якості товарів, справ і пропозицій, що надаються покупцеві, і керувати цим кроком. Щоб задовольнити потребу клієнтів, корпорація трактує конфігурації кожен день в претензіях клієнтів і використовує такі макети як: вибіркове опитування, структуровані інтерв'ю, фокусування на окремих групах. Окрім постійного вивчення споживчих запитів, фірма постійно щодня контролює ринкові цінності, контролює співвідношення продуктів, робіт та пропозицій споживачам та своєчасно сприймає коригувальні події, щоб забезпечити їх відповідність прийнятим внутрішнім стандартам. Таким чином, ТОВ “ОСП Корпорація «Ватра»” надає покупцеві найвищий ступінь властивостей продукту, бізнесу та пропозиції, які можуть бути надані за цими критеріями.

Як наслідок, корпорація:

- спочатку збирає інформацію від клієнтів, щоб зрозуміти їх потреби та бажання;
- інформує весь персонал та всі підрозділи, які безпосередньо чи опосередковано беруть участь у наданні послуги (надання послуг) у зв'язку з рівнем задоволеності клієнтів;
- на основі інформації, отриманої від покупця, вона налаштовує бізнес-процеси, наміри, програми для покращення якості кінцевого продукту, який пропонується клієнтам.

2. Побудувати і покращити провідні канали зв'язку з покупцем. Більш комфортним каналом зв'язку для покупців ТОВ “ОСП Корпорація «Ватра»” є телефонний інтерфейс, який керує телефонними дзвінками цілодобово, без перерви та вихідних. Крім обробки вхідних дзвінків, колцентр надає SMS-повідомлення про освітлювальні прилади-новинки, різні маркетингові

акції.Обдзвонюють клієнтів для проведення вибіркового обстеження абонентів, в тому числі для оцінки властивостей колцентру.

У зв'язку з зростаючою кількістю користувачів в мережі Інтернет, ТОВ “ОСП Корпорація «Ватра»”, для швидкого обміну інформацією між покупцями та комп'ютером корпорація впровадила та розвиває веб-чат.

3. Впровадження комфортних методів оплати для клієнтів. Для того, щоб заощадити час і комфорт клієнтів, ТОВ “ОСП Корпорація «Ватра»” пропонує всі види швидких та звичайних методів оплати використаної електроенергії, зокрема через Інтернет-сайт www.oe.if.ua через інформаційну платіжну систему за підтримки системи миттєвої оплати через Webmoney та в оплаті пунктів на WEB та WAP-сайтах по картках ПАТ КБ "ПриватБанку".

4. Впровадження стандарту обслуговування клієнтів. Щоб уніфікувати та розробити єдині правила обслуговування клієнтів ТОВ “ОСП Корпорація «Ватра»” на початку червня 2014 року, наказом № 342, затвердило “Стереотип обслуговування клієнтів”.

Незвичайність цього документа полягає в тому, що його написали співробітники фірми, не набираючи зовнішніх консультантів, виходячи з бачення, майстерності та ментальності жителів Тернопільської області.

"Стереотип обслуговування клієнтів" - це точний збір правил та вказівок стосовно того, як організувати спілкування з покупцем приємним, ефективним та без інцидентів.

Корпорація буде дійсно спрямована на покупця, коли всі співробітники компанії (як керівники, наприклад, конкретні виконавці роботи) зберігають основні принципи роботи з покупцем, тобто: люб'язно спілкуючись з покупцем, компетентність та професіоналізм, бажання допомогти вирішити труднощі, які має клієнт, і дотримання найвищої цінності корпоративної культури. Фірма спостерігає за дотриманням стандарту щодня співробітниками компанії, використовуючи метод "секретного покупця". На підставі результатів аудиту був розроблений проект дій, який наближається до високоякісного сервісу та пропозицій.

Бути найпрогресивнішою корпорацією для своїх працівників

У своїй роботі корпорація не тільки змогла ефективно впроваджувати процеси управління людськими ресурсами, але також створює середовище, що відкриває нові можливості для створення працівників, ініціює нові ініціативи та заслуги, а також є цікаво для повсякденної роботи. Щоб допомогти та зміцнити набір персоналу, потрібно визначити наступні цілі і показники:

1. Виконання всіх обіцянок за колективним договором. На підприємстві активно функціонує комісія з підготовки та контролю за виконанням корпоративного договору, в рівних частинах вона складається з осіб з адміністрації та прихильники профспілки. Таким чином, у напрямку на 2009-2014 роки комісія провела 28 зустрічей та знайшла ряд висновків щодо встановлення додаткових платежів, отримання додаткових листів, збільшення розміру матеріальної підтримки жінкам, які народили дитину; і створення одноразової економічної підтримки для матерів, які усиновили дітей.

Виконання критерію договірних відносин вважається гарантією серйозного ведення бізнесу працівниками. Як і в минулі роки, фірма дотримується власних обіцянок.

2. Покращення добробуту працівників. Поліпшення добробуту працівників є значною частиною роботи профспілкової організації. З цією метою компанія розширює свою співпрацю з різними медичними установами нашого асортименту та збільшує кількість працівників, які покривають медичне страхування. Роботою в цьому загальному напрямку є профілактична та інформаційна програма медичної орієнтації (інформація надсилається по електронній пошті і охоплюється під заголовком «Мое здоров'я») у відділеннях є стенди «Куточок здоров'я», де є інформація про медичний центр, проблеми зі здоров'ям, безпека праці.

3. Надання гідної оплати праці. Стремління корпорації - гідна заробітна плата працівникам, дотримання рівня оплати праці не нижче середнього рівня заробітної плати в Україні у сфері виробництва освітлювальних приладів.

4. Допомога у підвищенні професійного рівня працівників. Корпорація завжди бажає забезпечити працівника можливістю здобути нові знання та професійний стаж. Вона прагне підвищити середній рівень знань серед працівників усіх рівнів та продовження сертифікації з ефективним результатом для працівника. ТОВ «ОСП Корпорація Ватра»:

- a) проводить тренінги з самого початку діяльності компанії або нової позиції шляхом впровадження програми адаптації;
- b) розширює можливості доступу до знань шляхом впровадження дистанційного навчання;
- c) вдосконалює систему навчання співробітників за допомогою постійного моніторингу та діагностика навчального процесу, завдяки чому компанія підвищує ефективність навчання в компанії;
- d) впроваджує модель компетенції: дає працівникам чітке бачення поведінки успішного співробітника компанії та надає можливість

5. Сприяння активному внутрішньому життю колективу. Ефективна участь осіб колективу в діяльності корпорації, в широкій громадській діяльності, політичній діяльності та свідомості робітників сприяє створенню здорової атмосфери в робочому колективі.

6. Створення та підтримка належного місцевого клімату в корпорації. Корпорація бажає, щоб працівники знали про цілі та завдання організації, сприймали важливість фірми або співвідносилися з ними з особистими силами, ставили дружній і продуктивний бізнес з колегами з ґрунту взаємної симпатії, критерій праці.

Бути найпрогресивнішою корпорацією для жителів Тернопільщини

Корпорація підтримує роль працівників у всіх різновидах благодійних заходів та планів. Особливу увагу приділено дітям з малозабезпечених сімей, дітей-сиріт та дітей-інвалідів.

Підприємство активно працює над розробкою колективного волонтерства, в результаті чого, зокрема, є допомога працівників, які перебувають у складній ситуації. Благодійна робота вважається необхідною частиною стратегії фірми, оскільки вона може допомогти знизити соціальну інтенсивність та збільшити міцність суспільства, а благодійність покращує моральний клімат у команді.

Не звертаючи увагу на те, що благодійність не вважається цінною для суспільної відповідальності компанії, але ТОВ “ОСП Корпораці «Ватра»” розуміє, що діти, які не мають батьківського піклування, потребують особливої допомоги.

Бути найкращою "безпечною" фірмою

Специфіка роботи компанії ТОВ “ОСП Корпораці «Ватра»” пов'язана з роботою з небезпечним продуктом, тому зменшення ризику для фірми вважається цінним:

1) Забезпечення співвідношення між міжнародним стандартом OHSAS 18001. У червні 2012 р. система менеджменту охорони праці у корпорації була сертифікована на її співвідношення міжнародного стандарту OHSAS 18001: 2007. Щоб підтримати цей стандарт здійснюється внутрішні аудити для виявлення невідповідностей у стандарті системи управління охороною праці, коректуючих дій та їх щоденного усунення при виявленні суперечностей. Внутрішній аудит охоплює всі виробничі групи компанії. Під час внутрішнього аудиту перевіряється дотримання вимог працівників щодо правил охорони праці.

2). Запобігання травм серед працівників. Для покращення рівня знань працівників виробничої професії покращено навчальну програму під час проведення “Дня охорони праці”. Починаючи з 2013 року, програма була доповнена освітніми лекціями, тематичними відеофільмами та тестуванням

робітників для освоєння вивченого матеріалу. З 2014 року змінений презентаційний формат лекції - це лекції-презентації, розроблені співробітниками служби охорони праці. У наступні роки були розроблені нові лекції та презентації, демонструвалися тематичні відеофільми, які звучать українською мовою.

3). Заміна техніки, яка не відповідає вимогам безпеки. Іншим способом є збереження життя та благополуччя працівників в процесі їх роботи, в тому числі безпека неавторизованих осіб вважається заміна обладнання, що не відповідає прогресивним вимогам безпеки.

Для підвищення безпеки мереж складаються списки груп обладнання, які не відповідають прогресивним вимогам безпеки. Свіже будівництво, модернізація, реконструкція з впровадженням технологій та обладнання з найвищим рівнем захисту, як правило, підвищують безпеку виробництва.

Бути найпрогресивнішою еко-корпорацією

Зараз Всесвіт зіштовхується з великомасштабним екологічними проблемами: кліматичними змінами, забрудненням навколишнього середовища та ліквідацією екологічних систем, зменшенню поставок природних ресурсів. Це пов'язано, перш за все, з роботою людини. Зростання масштабів виробництва та фінансової сили, в яких людина використовує природні ресурси, збільшує тиск на навколишнє середовище навколо антропо-техногенних моментів.

Всі ці проблеми мають соціальні і фінансові наслідки. Коли відбувається забруднення навколишнього середовища та масового потепління спостерігається збільшення захворюваності населення, відсутності питної води та їжі, зменшення кількості води, лісів та земельних ресурсів, збільшення витрат на усунення результатів природних аварій, стихійні лиха. Майже всі ці проблеми зустрічаються у Тернопільській області.

Корпорація прагне звести до мінімуму негативний вплив виробничої діяльності на навколишнє середовище. Необхідною особливістю соціальної

відповідальності компанії ТОВ “ОСП Корпораці «Ватра»” є бажання ввести соціальні та екологічні питання у свій процес прийняття рішень та бути підзвітними за впливи, які ці рішення та дії справляють на працівників та природу.

Тому корпорація намагається розвивати такі екологічні сфери:

1. Покращення організації принципів "Зеленого офісу". Організація "Зеленого офісу" дозволяє зменшити негативний вплив управління корпорацією на навколишнє середовище шляхом максимального збереження ресурсів та енергії та скорочення витрат. Це загальне поняття зводиться до переліку конкретних дій, спрямованих на збереження навколишнього середовища. Така праця допомагатиме підвищенню енергоефективності та прогресивного використання ресурсів.

ТОВ “ОСП Корпораці «Ватра»” володіє рядом програмних продуктів, що допомагають передавати документи в електронному режимі, а також здійснювати навчання працівників в електронному вигляді. Такий спосіб повністю зменшує використання паперу та заощаджує час роботи персоналу. Впровадження практики Skype-конференцій зменшить кількість поїздок, що в свою чергу впливає на скорочення шкідливих викидів.

Головними напрямками покращення “Зеленого офісу” в корпорації є:

- проведення закупівель з урахуванням екологічних властивостей та маркування товарів;
- зниження впливу транспорту на навколишнє середовище з боку компанії та її працівників;
- відмова від використання токсичних та екологічно небезпечних матеріалів;
- використання екологічно свідомих методів у закупівлі обладнання та товарів, вибір технологій, видалення відходів.

2. Упорядкування діяльності із захисту навколишнього середовища. У цьому напрямку компанія виконує наступні завдання:

- покращення навколишнього середовища та співпраця з іншими організаціями, поступове заміщення екологічно шкідливих люмінесцентних та енергозберігаючих ламп з більш екологічно чистими та енергоефективними світлодіодними лампами. Крім низького споживання та тривалого терміну служби, важливою перевагою світлодіодів є їх екологічна безпека. Вони легко розпоряджаються і не містять токсичних речовин (наприклад, ртуть та свинець, як люмінесцентні лампи), не випромінюють ультрафіолетове та інфрачервоне випромінювання, а отже, не мають шкідливого впливу на працівників;
- проводити звітний контроль над викидами забруднюючих речовин в атмосферу;
- проводити перевірку яоїсті питної води та стічних вод;
- залучення (на добровільній основі) працівників компанії до існуючих природоохоронних заходів (місцевих, районних, всеукраїнських).

3. Застосування системи енергоменеджменту. Система енергоменеджменту, заснована на вимогах міжнародного стандарту ISO 50001, дозволила компанії впровадити ефективні практики управління енергією, зменшити витрати на енергію. Завданням реалізації стандарту в ТОВ «ОСБ Корпорація Ватра» є визначення та реалізація можливостей для ефективного споживання енергії, використання енергозберігаючих технологій у виробничих процесах.

ТОВ "ОСП Корпорація Ватра" притримується принципів відповідальної закупівлі. У корпорації існує положення, яке регулює порядок їх проведення. Таке положення дає можливість покращити економічну ефективність процесу постачання шляхом проведення конкурсного відбору постачальників. При виборі корпорація розглядає економічний ефект і якісний.

Підприємство розуміє, що воно частина суспільства в цілому та територіальних громад зокрема. Саме тому вона намагається відповідати на суспільні потреби не на місці, а систематично, встановлюючи правильний приклад, забезпечувати верховенство права, справедливу конкуренцію, людство та відповідальність на своїй території та за її межами.

РОЗДІЛ 3
НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМСТВА
(НА ПРИКЛАДІ ТОВ “ОСП КОРПОРАЦІЯ «ВАТРА»”)

3.1. Формування пріоритетних напрямків вдосконалення політики соціальної відповідальності на досліджуваному підприємстві

Інноваційна революція значно покращила конкурентоспроможність підприємства, яка домоглася до впровадження розробок нових підходів до активізації трудової поведінки персоналу корпорації. Якщо індустріальне суспільство нав'язало управління в рамках парадигми «економічної людини» на розвиток економічного потенціалу корпорації, то в свідомості постіндустріальної власності керівництво змушене перейти до парадигми "соціальна людина", вона більше стурбована соціальними аспектами функціонування виробничих систем, емоційним та психологічним кліматом, який існує в трудових колективах. Інформатизація та інтелектуалізації діяльності надзвичайно посилили вплив на психіку людини, проте вимагає з неї більш творчі підходи до виконання трудових функцій, здатність працювати в команді. Цьому сприяє психологічно комфортний клімат на робочому місці, який відповідає якостям людини, оточеній природою і сформований соціальним досвідом, природою трудових функцій та роллю, яку вона виконує в команді. У цій ситуації категорії та поняття традиційно використовуються в управлінні для вивчення робочої сили корпорації, які виявляються обмеженими.

Є нові поняття та категорії, за допомогою яких можна знайти описи трудової поведінки людини. Головне місце серед них займає категорія "людські ресурси". Виикла вона в діяльності розповсюдження біхевіоризму,

яка безпосередньо керує у зв'язку зі зміцненням уваги з такими складними особливостями соціально-економічних систем, як поведінка.

Людські ресурси підприємства сприймаються як система індивідуальних та особистих характеристик та цінностей попередження, які визначають їх поведінку у колективних робочих процесах при даних умовах (характер соціально-психологічного клімату в команді, стиль керівництва, особливості вертикальної культури та управління та ін.). Взаємодія індивідуально-особистісних ознак працівника, з одного боку, ліквідує проблеми жорсткого регулювання робочої діяльності людини, з іншого, звільняє її творчу енергію і зміцнює розвиток процеси самоорганізації та саморегулювання.

Результат самоорганізації праці формується під впливом кваліфікованої системи соціальних та психологічних чинників (див. рис. 3.1.). Аналіз чинників показує, що впровадження робочої поведінки працівників часто оцінюється шляхом створення умов для самовираження особистості.



Рис. 3.1. Система чинників активізації людських ресурсів підприємства ТОВ “ОСП Корпорація «Ватра»”

Джерело: [9, с.315]

Колектив, в якому він більше підходить, культурні традиції, по суті, те, що вони кажуть, стають все більш яскравими щодо поведінки індивідуального процикніка. Ефективність роботи колективу по-своєму багато в чому залежить від психічних особливостей керівника, способу його роботи. У той же час посилюються вимоги до таких управлінських якостей, як заповзятливість, лідерство, товарицькість, рішучість, відданість, можливість впливати на інших людей, інновації, впевненість, організованість, а також до його моральних властивостей, які зобов'язані відповідати прийнятим в суспільство етичних норм поведінки, загальній культурі підприємства і вказують на його соціальну відоповидність.

У трансформаційній економіці керівники компаній зобов'язані приділяти особливу увагу цьому моменту, кидаючись на використання людських ресурсів корпорації, як цивілізації. Перспективне формування в Україні свіжої ділової культури, що більш помітне загальнолюдським нормам і принципам, має на увазі визначення його сутності та змісту, а також критерію становлення на рівні підприємства. Суворість досліджень вирішує все, адже на рівні підприємства поняття «Культура» можна сприймати як сукупність провідних смуг, які правильно сформульовані і покладені на команду підприємства, оскільки він вчиться вирішувати труднощі в внутрішній інтеграції та адаптації до зовнішнього середовища.

У тому випадку, якщо значення таких змін не менше, ніж коливання серед членів колективу, вони вказують на нові способи життя як на поведінку у свідомості появи завдань. Оскільки ступінь культури підприємства запобігає ефективному самоорозвитку та саморегуляції поведінки трудового колективу, існує необхідність розробки методичних рекомендацій з управління її розробкою.

Ефективність реорганізації культури буде захищена засадами основ поведінкової доктрини виховання. Формування культурних компонентів організації, ймовірно, з застосуванням прийомів паблік рилейшнз. Хорошим

доповненням до них є можливість бути частиною вітчизняних управлінських навичок ідейно-освітніх способів управління персоналом корпорації.

На підставі теорії господарського механізму ми вважаємо правильним застосування механізму соціально відповідального управління корпорацією, що повинна діяти відповідно до схеми зображеної на рисунку (див. додаток В).

Підтверджено, що на ринку умов діяльності є обов'язковим застрахувати спеціальну підсистему з механізмом соціального контролю над корпорацією - це підсистема адаптації. Завданням адаптаційної підсистеми є організація гнучкості для управління корпорацією у відповідності до вимог зовнішнього соціального середовища ТОВ "ОСП Корпорація «Ватра»".

Виходячи з необхідності, конкурентом систематизації є коригування надходжень підприємства ТОВ ОСП "Корпорація «Ватра»" для виправлення інституційної адаптації особи. Доцільність термінового включення в механізм соціально відповідального контролю ТОВ "ОСП Корпорація «Ватра»" підсистеми верифікації, який розглядається як складна система інструментів, за допомогою якої можна оцінити якість, об'єктивність та надійність, прозорість та ефективності політики соціального розвитку ТОВ "ОСП Корпорація «Ватра»". Соціальний аудит складається з: кадрового аудиту, екологічного аудиту та етичного огляду.

Ми розробили методологічні підходи до безпосереднього створення соціального капіталу (див. Додаток Г). Зовнішній образ цивільно-спрямованої форми державного капіталу компанії ТОВ "ОСП Корпорація «Ватра»" повинен задовольнити ці соціально-економічні технології, мати всі шанси породити велику впевненість у підприємстві та рівень державної оренди з великою кількістю зацікавлених сторін.

Провідне занепокоєння було сконцентровано на необхідності більш методологічних підходів до оцінки продуктивності соціально відповідального управління компанії ТОВ "ОСП Корпорація «Ватра»", яка пов'язує оцінку зовнішнього впливу соціальної роботи та угоди про розподіл

стейк холдерів з ступенем задоволення всіма видами заінтригованих осіб. Ці методи забезпечують розрахунок: директива про еластичність попиту на підприємства з відносно суспільними товарами; зміна переваг у перевазі зменшення втрат операцій для ТОВ “ОСП Корпорація «Ватра»”, що включає відрядження інвестицій, впровадження основ соціальної видимості, зміна гнучкості акціонерного банку від соціальних витрат корпорації; шахрайство з накопиченням прибутку, яку компанія отримує, щоб підвищити ступінь задоволення працівників, накладення основ громадської видимості, публічний портфель 1-го процесора та інші характеристики. У той же час державні виплати фідучіарних пропозицій йдуть по стопах як сума прямих витрат на транзакційні втрати до механізму державного управління підприємства ТОВ “ОСП Корпорація «Ватра»”.

Це ефективно лише для того, щоб бути соціально видимим для керівництва фірми з метою захисту конкурентоспроможності виробництва підпорядкування в цілому, конкурентоспроможності самих підприємств, а також сприяє формуванню зовнішнього та внутрішнього впровадження до соціального капіталу (див. Додаток Д). З цих позицій цілеспрямовано визначити соціальне навантаження на вартість:

$$СТТ = (СВц / ВЦт) \times 100$$

де - $СТТ$ - соціальний тягар ціни товару, %; $СВц$ - питомий розмір витрат на реалізацію соціально-економічних технологій у відпускній ціні товару, грн.; $ВЦт$ - відпускна ціна товару підприємства, грн [4, с.58].

В роботі розкрито особливості інструментів отримання податкових державних пільг для найбільш соціально активних підприємств. Економія за рахунок зниження ставки податку на прибуток ($E1$) визначається наступним чином:

$$E1 = П \times Ч_{свп} \times C_{пн} \times (1 - K_n)$$

де $Ч_{свп}$ - частка соціальних витрат від прибутку, %; $C_{пн}$ - ставка податку на прибуток, %; K_n - коефіцієнт податкової пільги на прибуток для

соціально відповідальних підприємств, %, Π - прибуток підприємства, тис. грн [4, с.60].

Економія за рахунок перенесення соціальних витрат на валові витрати та пільгового зниження витрат на сплату внесків до соціальних державних фондів ($E2$), визначається:

$$E2 = \Phi ОП (Ч св фон Спп + Сзсв(1 - Кпс))$$

де $\Phi ОП$ - фонд оплати праці підприємства, тис. грн; $Сзсв$ - комплексна ставка загальнообов'язкових внесків до державних фондів, %; $Ч св фон$ - відношення соціальних витрат до фонду оплати праці, %; $Кпс$ - коефіцієнт пільги на загальнообов'язкові соціальні внески для соціально відповідальних підприємств, %; $Спп$ - ставка податку на прибуток, % [4, с.63].

Тому, поточна організація цих методичних підходів до оцінки ефективності соціально відповідального управління є основою можливого визначення нормативних показників для окремих галузей, розміру підприємства ТОВ “ОСП Корпорація «Ватра»”.

3.2. Залучення іноземного капіталу для покращення ефективності досліджуваного підприємства

Нещодавно, не звертаючи уваги на штучний фінансовий спад, зростає впровадження освітлювальних приладів та лампочок. На жаль, ці успіхи вважаються результатом “жорстоких” рекламних акцій популярних західних компаній “General Electric”, “Philips” та “Orham”. У тому випадку, якщо все стане так, вітчизняні фірми в електротехнічній промисловості мають всі шанси втратити своїх покупців. Поступово виходять на український ринок своїми фінансовими електромагнітними лампами із заводу Угорщини та Польщі.

ТОВ “ОСП Корпорація «Ватра»” часто виграла тендер на проведення значних державних проектів за межами України.

ТОВ “ОСП Корпорація «Ватра»” співпрацює з такими іноземними партнерами, як "ATOTESN" (Німеччина) та "AMADA" (Японія). ТОВ “ОСП Корпорація «Ватра»” спільно з ATOTESN (Німеччина) запровадили технологічні процеси та спеціальне обладнання для нікелювання, позолоти та темного цинкування. Спільно з компанією AMADA (Японія) була представлена пресувальна машина для згинання з ЧПУ.

Але в реальному часі ТОВ “ОСП Корпорація «Ватра»” має несприятливий іноземний інвестиційний клімат. Однак така ситуація вимагає змін, наприклад, тому що обладнання ТОВ “ОСП Корпорація «Ватра»” практично зношене, і корпорації потрібні величезні, серйозні інвестиції, для яких потрібно залучати більше іноземних трейдерів (іноземного капіталу) для найкращого результату для оновлення технічного становища компанії, збільшення вартості властивостей продукту, а отже, і збільшення попиту на товари.

Якщо ТОВ “ОСП Корпорація «Ватра»” як найефективніше налагоджуватиме кращі стосунки з іноземними партнерами та залучатиме іноземні інвестиції, які є сьогодні актуальним та позитивним відблиском, то приплив іноземного капіталу відбуватиметься у вигляді нових технологій управління, методів виробництва, ефективного технологічного оснащення, що впливає на розвиток і ефективну діяльність підприємницьких структур. Окрім цього, діяльність корпорації, залучивши іноземний капітал та інноваційні проекти, позитивно впливатиме на стимулювання процесу виробництва конкурентоспроможної продукції, полегшуючи, таким чином, її вихід на міжнародні ринки.

Позиція підприємств в галузі освітлення - це об'єднання іноземних інвестицій з інноваційними проектами, в той час як головними завданнями програми іноземної інвестиції підприємства в короткостроковій перспективі є: збільшення ринків для збуту; зниження затрат на виробництво освітлювального обладнання за рахунок вдосконалення конструкцій, заміни

дорогих матеріалів на більше інноваційних технологій та сучасного обладнання; організація підходів для залучення іноземних інвестицій.

Таблиця 3. 1.

Прогнозована діагностика часу повернення витрат на виробництво світильника марки «ЛББ Компакт» на ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра»»

Рік аналізу	Нечіткі оцінки сумарних приведених прибутків та періодів повернення вкладень		
	Мінімальна оцінка	Середня оцінка	Максимальна оцінка
	Сумарні приведені прибутки проекту(грн.)		
2015	43027	83278	116866
2016	78361	137373	180984
2017	88323	148197	193560
	Періоди повернення капітальних вкладень (роки)		
	1,03	1,23	1,5

Джерело: [34, с.15]

Програма впровадження підходу до розрахунку впливових оцінок критеріїв ефективності іноземних інвестицій та інноваційних проектів демонструє її придатність та ефективність у вирішенні практичних завдань. Підприємство ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра»» з іноземними інвестиціями має певні цілі та надає додаткові переваги для сторін співпраці.

Діяльність корпорації ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра»», що використовує іноземні інвестиції, впливають кілька чинників, які вона враховує при плануванні поточної діяльності. Виділяють такі складові, що впливають на фінансову діяльність корпорації з іноземними інвестиціями: зовнішні (прямі та непрямі) та внутрішні (див. Таблицю 3.2.).

Чинники ефективності фінансової діяльності підприємства

Зовнішнє середовище (непрямі дії)	Зовнішнє (робоче) середовище (прямі дії)	Внутрішнє кероване середовище
Міжнародне середовище	Власники	Стратегія
Інституційно-правове середовище	Споживачі	Структура
Соціально-етичне середовище	Постачальники	Персонал
Етнокультурне середовище	Кредитори	Технології
Кредитно-фінансова політика держави	Конкуренти	

Джерело: розроблено автором на основі [6-7, с.67-303]

Вище зазначені складові є взаємопов'язаними між собою і відображають загальну стратегію фінансової політики ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра»». Окрім того, зовнішнє середовище непрямі дії також впливає на обсяг інвестицій, що плануються іноземним інвестором. Важливим елементом для здійснення ефективного управління на підприємстві є розроблення процесу бюджетування, що повинен враховувати всі наведені вище фактори, галузеву специфіку, і існуючі ризики.

Застосування методу бюджетування в процесі управління фінансовою діяльністю ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра»» сприятиме покращенню ефективності його діяльності, підтриманню високого рівня конкурентоспроможності, забезпечує змогою наперед передбачити потребу у

фінансуванні підприємства, тому затримує резерв часу для пошуку найвигідніших джерел такого фінансування.

Важливим при розробленні фінансової політики ТОВ “ОСП Корпорація «Ватра»” необхідно врахувати інтереси всіх дотичних сторін. Компоненти механізму залучення іноземних інвестицій підтримують баланс між інтересами підприємства, держави, інвестора та населення.

Завдяки залученню іноземних інвестицій та власного капіталу ТОВ “ОСП Корпорація «Ватра»” має можливість оновлювати виробничі фонди, модернізувати обладнання, використовувати підприємницькі здібності, трудові та природні ресурси. Під час виробництва корпорація одержує готовий продукт, який продається на ринку товарів та послуг, одержані прибутки та інші корисні ефекти розподіляються на споживання, дивідендні виплати інвесторам, збільшення виробництва та модернізація основних засобів. Держава ж отримує позитивний ефект від сплати податків підприємств з іноземними інвестиціями, адже, як свідчать статистичні дані, вони є найбільш сумлінними платниками податків і займають питому вагу в надходженнях до бюджету.

3.3. Рекомендації щодо покращення соціальної стратегії розвитку підприємства

Фінансова політика в теперішньому стані направлена до переходу до соціально орієнтованої ринкової економіки, що дозволяє соціальним та політичним діячам зробити це, сприяючи розвитку економіки, захищаючи інтереси всіх соціальних та демографічних груп населення країни. Реформування соціальної сфери у відповідності з вимогами ринкової економіки в Україні - це виведення завдань на шляху до створення соціально орієнтованої економіки, покращення соціального забезпечення та соціального резерву населення.

Покращення ефективності соціальної політики сприяє поліпшенню якості життя для персоналу підприємства і для вирішення проблеми суспільства в цілому. Відповідно до інтересів працівників ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»” (поліпшення умов життя, стану здоров'я, задоволення культурних потреб) і компанії ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»” (стримуючі переваги, підвищення рентабельності, загмальний розвиток) вважаються важким, багатоаспектним процесом, охоплюючи фіскальні та соціальні процеси в корпорації і в зовнішньому середовищі, що доводить необхідність виокремлення досягнення соціальної політики та вдосконалення місії ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»”.

Захоплюючою місій ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»” вважається задоволення споживчих прав через збут товару, очікуваних покупцями, що об'єднує персонал, покупців, посередників у процесі фінансової роботи та усунення незнання цінностей і перевах покупців.

Соціальна політика перебуває в умовах формування його на основі динамічно сформованої соціальної політики регіону, що заснована на досвіді формування соціальної політики підприємства в різних сферах людської діяльності, зокрема торгівлі.

Враховуючи вище сказане сьогодні актуальним завданням є вивчення проблеми формулювання соціальної політики та стратегії підприємства ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»”.

Важливими факторами у роботі для працівників ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»” – це перспектива кар'єрного росту, підвищення рівня кваліфікації, захист переваг для себе або своїх дітей.

Отже, соціальна політика і соціальна стратегія ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»” обов'язково повинні поводитися а аналогічному порядку, але він не повинен бути візуальним [1, с.341].

Рівень впровадження соціальної стратегії підприємства ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»” визначається за деякими ознаками, що залежать від різних факторів: характер продукції, що подається; складність і суворість

технології розміщення, простір для визнання місця корпорації, її географічне розміщення, кількість працівників, їх демографічні характеристики і так далі [2, с.143].

Соціальна стратегія ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»” повинна забезпечити соціальні результати реалізації стратегічного плану в корпорації. Отже, в результаті реалізації стратегії підприємства соціальне становище працівників корпорації має обов’язково значно підвищитись.

Окрім цього, реалізація стратегії корпорації не повинна погіршити соціальні параметри свого зовнішнього діапазону.

Ми вважаємо, що до основних способів реалізації соціальної стратегії ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»” повинні входити:

1. Впровадження привілеїв та пільг на підприємстві в рамках соціального захисту (пенсія, з причин непрацездатності, безробіття тощо), створенні на безпечній регіональній основі;

2. Вручення працівникам корпорації і їх сім’ї додаткових пільг, що переходять до складових матеріального стимулу, через кошти, виділені для цієї мети з фондів соціального формування корпорації. Такі виплати мають обов’язково виконуватися, як і ті, що надяються до угоди з трудової законності.

3. Допомога в неофіційному спілкуванні працівників, формування художньої самодіяльності, спорту. Такі сфери життя розширюють горизонти людей, посилюють роботу і відчуття справжнього колективу. Можна сказати так, що все необхідне обладнання повинно бути придбане для отримання прибутку підприємства.

Отже, соціальна політика ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»” як одна зі складових керівництва компанії, яка дає заробітну плату, пов’язану з правами власних працівників додаткових пільг, пропозицій та виплат соціального характеру.

Соціально простий критерій колективного договору корпорації сприяє розвитку соціально позитивного духу в команді.

У колективному договорі зазначається працевлаштування сторін для регулювання промислових, трудових, соціальних та економічних відносин, зокрема:

- 1) нормування та вартість виробництва, встановлення найменших гарантій з оплати праці відповідно до кваліфікації на основі єдиної тарифної сітки з мінімальними межами, мінімальних обсягів доповнень та коригувань з особливостями специфіки, критерієм переслідування окремих професійних груп та категорії кандидатів;
- 2) впровадження мінімальних соціальних гарантій, компенсацій, пільг;
- 3) обставини та захист праці;
- 4) житлово-комунальні послуги, організації охорони здоров'я та відпочинку, медичні, культурні послуги;
- 5) обставини зростання фондів на оплату праці;
- 6) встановлення міграційно-оціночних (міражних) пропорцій в резерві права [5, с.325].

Придбання активності в роботі ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»” та його успішної фінансової роботи вища, ніж кількість пільг на основі переваг та пропозицій, а також доходів від збільшення розміру заробітної плати вищі, ніж податкові декларації. У зв'язку з цим зменшується плинність кадрів, тому що працівники не захоче втрачати численні пільги при звільненні.

Обов'язковою умовою успішної роботи ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»” є соціальне страхування працівників, формування їх особистості та збереження їхнього благополуччя.

Втеперішній час світової економічної кризи більшість компаній промисловості не мають можливості повністю задовільнити всі соціальні гарантії для працівників, в тому числі оплати праці. На сьогодні в окремих компаніях відправляють у неоплачуєчі відпустки за рішенням керівництва або скорочення робочих годин[1, с.202].

Незвертаючи увагу на такі умови, менеджери ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»” всеодно намагаються покроково виконувати заходи щодо покращення ситуації із оплатою зарплати і надання гарантованого державою соціальних пакетів. Але всеодно в умовах великого фінансового занепаду, тобто кризи, рівень соціального захисту населення, працівників в подальшому матиме залежність від змін в кономіці країни та дій органів влади.

Нарешті, головним завданням соціальної політики в компанії ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»” є реорганізація самого стратегічного плану соціального розвитку працівників в особливу конкурентну перевагу корпорації, а точніше залежність соціальних цілей корпорації з фінансовою та маркетинговою стратегією з метою наслідування ТОВ “ОСП Корпорацією «Ватра»” соціальних стандартів.

ВИСНОВКИ

У даній міждисциплінарній курсовій роботі проведено аналіз соціальної відповідальності ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»” з іноземним капіталом.

Відповідальність корпорації в соціальній сфері несе своє розуміння у вираженні поняття "Win-Win". Тобто з одного боку стоїть корпорація, а з іншого – соціальні колективи, концепція двосторонньої перемоги. ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»” несе у своїй діяльності певні переваги:

- 1) Ріст обсягу збуту і фрагментів ринку;
- 2) Посилення та зміцнення позиції бренду;
- 3) Виявлення іміджу та посилення його впливу;
- 4) Широкі можливості щодо стимулювання, залучення та винагороди для працівників;
- 5) Зниження витрат в діяльності корпорації.

Виходячи з дослідженого матеріалу, можна зробити остаточний підсумок.

Соціальна відповідальність проявляється як інвестиції бізнесу, що належать працівникам-патріотам підприємства ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»”, споживачам, які сумлінно користуються товарами корпорації, тим самим збільшують частку ринку та обсяги збуту; це інвестиційна привабливість корпорації; хороший розвиток логістики; допомога населенню і державі; безоплатні видання та затвердженн у засобах масової інформації; та значний внеском у ефектину діяльність корпорації.

Аналіз вже набутих теоретичних та методологічних аспектів функціонування соціальної сфери ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»” дало можливість окреслити принципи побудови сутності соціально відповідальної системи управління, яка повинна бути сформована з врахуванням форми соціальної активності та рівня соціально відповідального управління корпорації.

Ключовим спрямуванням для процвітання соціальної підсистеми ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»” та кожного працівника як структурних елементів суспільства є соціальна стратегія. На відміну від соціальної політики, вона розвивається за наявності дефіциту ресурсів або змін у бізнес-середовищі та передбачає аналіз різних варіантів дій для вибору найкращої альтернативи для реалізації соціальних пріоритетів та тенденцій розвитку, які реально можна забезпечити наявними ресурсами.

На розвиток соціальної відповідальності корпорації також має вплив іноземний капітал (інвестиції) ТОВ “ОСП Корпорації Ватра”. Ефективність інноземного інвестування корпорації передусім взаємозв’язана з прибутками її основної мети – реалізацією можливості поєднання отримання фінансового прибутку й етичних цінностей інвестора.

В сучасних умовах іноземний інвестиційний клімат в ТОВ “ОСП Корпорація «Ватра»” спостерігається несприятливий, який призвів до того, що обладнання корпорації на рівні зношення і корпорації потребує великих капіталовкладення (іноземний капітал). Тому для кращого результату корпорації потрібно як найкраще налагоджувати стосунки з іноземними партнерами, що дозволить залучити більше іноземних інвесторів (іноземний капітал), щоб вивести інноваційний стан корпорації на високий рівень, що призведе до покращення рівня якості продукції, до збільшення попиту на товар, а звідси і до ефективного розвитку соціальної стратегії корпорації.

З оцінки корпоративної соціальної відповідальності ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»” випливає, що компанія є частиною суспільства загалом та територіальних громад зокрема. Через це вона прагне моментально реагувати на суспільні потреби не ситуативно, а системно, цим вона подає хороший приклад, забезпечуючи верховенство права, чесної конкуренції, людяності та відповідальності на своїй території та за межами власної локації.

Комплексний механізм соціально відповідального управління підприємством ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»” має включати в себе

функціональну підсистему, цільову, адаптаційну, забезпечуючу і підсистему верифікації. Діяльність корпорації на ринку поребує приділення уваги зв'язкам з зовнішнім соціальним середовищем через адаптаційну підсистему механізму соціально відповідального управління. Нестабільність соціально-економічної ситуації в Україні потребує впровадження соціально-економічних технологій адаптації персоналу в умовах інституційних реформ у корпорації.

Важливим принципом соціальної відповідальності є формування підсистеми верифікації, яка базується на соціальній звітності та соціальному аудиті компанії ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»” для забезпечення обґрунтованості, доцільності та ефективності реалізованих соціально-економічних технологій у відповідності до виявлених у процесі аналізу очікувань внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів підприємства.

Для покращення ефективності залучення іноземних інвестицій (іноземного капіталу) є вкрай необхідним для ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»”, які в свою чергу даватимуть не лише фінансовий капітал, а й набагато цінніше: якісний рівень ведення бізнесу, кваліфіковану робочу силу, ефективну систему управління, нові технології, і як наслідок, – створення конкурентної продукції, стимулювання національного виробника.

Для оцінки ефективності функціонування соціально відповідального управління підприємством ТОВ “ОСП Корпорації «Ватра»” необхідні свіжі теоретичні та методичні підходи. Вони включають оцінку внутрішнього соціального розвитку корпорації та оцінку зовнішнього впливу соціальної діяльності корпорації до відповідного ступеня задоволення різних груп стейкхолдерів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анісімов В.М. Кадровая служба и управління персоналом організації. - М.: Экономика, 2003. - 703 с.
2. Антошко Т. Р. Впровадження корпоративної соціальної відповідальності на промислових підприємствах : монографія / Т. Р. Антошко, П. В. Крущ, Ю. В. Тюленєва ; Нац. техн. ун-т України „Київ. політехн. ін-т”. – К. : НТУУ „КПІ”, 2013. – 275 с.
3. Беляцкий Н.П., Велесько С.Е. Управление персоналом. - Минск: ООО "Интерпрессервис", 2003. - 349 с.
4. Гоголя О. П. Соціальна відповідальність бізнесу : монографія / О. П. Гоголя, І. П. Кудінова ; Каб. Міністрів України, Нац. ун-т біоресурсів і природоко- ристування України. – Ніжин : Лисенко М. М., 2011. – 175 с.
5. Гребельник О.П., Романовський О.О. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посіб. – К.: Деміур, 2003. – 296 с.
6. Дегтярьова О.И., Полянова Т.Н., Саркисов С.В. Зовнішньоекономічна діяльність: Під.допомога. – М., 2004.
7. Заяць Т. А. Трансформаційні зміни соціально-трудоких відносин у контексті формування соці- ального капіталу / Т. А. Заяць, О. І. Дяконенко // Економіка і регіон. — 2012. — № 1 (32). — С. 111—117.
8. Крупін В. Є. Механізм державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств / В. Є. Крупін // Регіональна економіка. - 2010. - №1. - С. 114-120.
9. Кузьмін О.Є. Сучасний менеджмент. Львів: Центр Європи, 1995. – 547с.
10. Лазаренко О.О. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: експертна думка/Жіноча Професійна Ліга. – К.:2007. – 180 с.
11. Макогон Ю. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навчальний посібник / Ю. В. Макогон, В. С. Рижиков, С. В. Касьянюк; ред.

- д.е.н., проф. Ю.В. Макогона. - К. : Центр навчальної літератури, 2006. - 424с.
12. Мельник С. В. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальної політики України / С. В. Мельник // Економіка та держава. — 2007. — № 5. — С. 71—73.
 13. Мурашко М.І. Концептуальні основи соціальної відповідальності бізнесу в Україні / М.І.Мурашко // Демографія та соціальна економіка. — 2009 — № 2 — С. 114—123.
 14. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: Монографія. — К.: КНЕУ. — 2001р. — с. 18
 15. Осецький В. Л. Соціальна відповідальність корпорацій України як фактор забезпечення їхньої конкурентоспроможності / В. Л. Осецький, В. М. Марченко // Економіка та держава. — 2007 — № 1. — С. 9—12.
 16. Основи бізнесу : навчальний посібник / ред. Ф. Ф. Бутинця, К. В. Романчука. - Житомир : Рута, 2004. - 364 с.
 17. Основи соціального сучасного управління: теорія і методологія/Під ред. В.Н. Іванова. — М.: ОАО НПО „Економіка”, 2000. — 271с.
 18. Основи зовнішньоекономічних знань: Підр. для ек-ної освіти / Під ред. И.П. Фоминского. — М.: Міжнародні відносини, 2005 г., — с. 560
 19. Саєнко Ю. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні. — К.:„Батискаф”, 2002. — 72 с.
 20. Саллі В. І. Основи зовнішньоекономічної діяльності : навчальний посібник / В. І. Саллі, О. В. Трифонова, В. Я. Швець. - К. : Професіонал, 2003. - 176 с.
 21. Семенова М.В. Підприємства з іноземними інвестиціями: облік і оподаткування засновників // Бух. Звіт. —2002. — №6.-С. 11—14.
 22. Сорока О.В. Соціальна стратегія організація: сутність та необхідність розробки. Актуальні проблеми і перспективи розвитку економіки України/

Матеріали доповідей Міжнародної науково - практичної конференції м.Ужгород, 7 березня 2014.С.179-182.

23. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія / А. М. Колот та ін. ; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Колота ; Держ. вищ. навч. закл. „Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана”, Наук. парк, Ін-т соц.-труд. відносин. – К. : КНЕУ, 2012. – 501 с.
24. Супрун Н. А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку / Н. А. Супрун // Економіка ф прогнозування. — 2009. — № 3. — С. 71—74.
25. Філіп Котлер. Корпоративна соціальна відповідальність. – К. „Видавництво Олексія Капусти”, 2004. – 348 с.19.
26. Хімченко А.М. Генеза та структуризація понять «соціальна відповідальність» та «корпоративна соціальна відповідальність» в сучасних умовах функціонування економіки України / А.М. Хімченко //Економіка Kryma. – 2013 – № 1 – С. 155–161.
27. Царик І. М. Регулятивні інструменти посилення соціальної відповідальності бізнесу в системі націо. - О. М. Головінов 192 Економічний вісник Донбасу № 2 (36), 2014 нальної економіки : монографія / І. М. Царик ; Черніг. держ. ін-т права, соц. технологій та праці. – Чернігів : [б. в.], 2011. – 152 с.
28. Шаповал В. М. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління еко- номікою : монографія / В. М. Шаповал ; ДВНЗ „Нац. гірн. ун-т”. – Д. : Держ. ВНЗ „НГУ”, 2011. – 356 с.
29. Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії : закон України від 5 жовтня 2000 року № 2017-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2017-14>.
30. Про підприємства в Україні : закон України від 27 березня 2015 року № 887-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/887-12>.

31. ТОВ “Осп Корпорація «Ватра»” (“Osp Corporation «Vatra»” TOV)
[Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.emis.com/php/company-profile/UA/Osp_Corporation_Vatra_TOV
32. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits / M. Friedman // The New York Times Magazine. – 2013. – September 13
[Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<http://www.umich.edu/~thecore/doc/Friedman.pdf>
33. Kitzmueller M. Economic Perspectives on Corporate Social Responsibility / M. Kitzmueller, J. Shimshack // Journal of Economic Literature. – 2012. – №. 50 (1). – P. 51 – 84.
34. Post J. E. Managing the extended enterprise: The new stakeholder view / J. E. Post, L. E. Preston, S. Sachs // California Management Review. 2002. – № 45 (1). P. 5 – 28.

