

БОЧАРОВА Н.А., канд. екон. наук,  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

## УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА АТП

*Анотація.* Встановлено значення й розглянуто зміст поняття корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) підприємства. Проаналізовано підходи закордонних та вітчизняних вчених до визначення поняття КСВ. Сформульовано необхідні складові поняття «корпоративна соціальна відповідальність», що враховують вимоги сучасного економічного стану вітчизняних підприємств автомобільного транспорту. Розглянуто проблеми впровадження концепції соціальної відповідальності в Україні. Запропоновані основні складові механізму впровадження КСВ на підприємствах: функції, принципи, реалізація. Сформульовані етапи розроблення та налагодження механізму впровадження КСВ АТП. Зазначено необхідність відокремлення структури механізму впровадження КСВ на рівні реалізації для зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. Запропоновано структуру механізму впровадження корпоративної соціальної відповідальності автотранспортного підприємства, що враховує пошук шляхів адаптації концепції соціально відповідального бізнесу до українських умов господарювання.

*Ключові слова:* корпоративна соціальна відповідальність, концепція КСВ, корпоративний егоїзм, корпоративний альтруїзм, стейкхолдери, соціальні програми, екологічний менеджмент, волонтерство, механізм впровадження корпоративної соціальної відповідальності.

БОЧАРОВА Н.А., канд. екон. наук,  
Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ВНЕДРЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НА АТП

*Аннотация.* Определено значение и рассмотрено содержание понятия корпоративной социальной ответственности (КСО) предприятия. Проанализированы подходы зарубежных и отечественных ученых к определению понятия КСО. Сформулированы необходимые составляющие понятия «корпоративная социальная ответственность», учитывающие требования современного экономического состояния отечественных предприятий автомобильного транспорта. Рассмотрены проблемы внедрения концепции социальной ответственности в Украине. Предложены основные составляющие механизма внедрения КСО на предприятиях: функции, принципы, реализация. Сформулированы этапы разработки и отлаживания механизма внедрения КСО АТП. Указана необходимость разделения структуры механизма внедрения КСО на уровне реализации для внешней и внутренней среды предприятия. Предложена структура механизма внедрения корпоративной социальной ответственности автотранспортного предприятия, учитывающая

*поиск путей адаптации концепции социально ответственного бизнеса к украинским условиям хозяйствования.*

**Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность, концепция КСО, корпоративный эгоизм, корпоративный альтруизм, стейкхолдеры, социальные программы, экологический менеджмент, волонтерство, механизм внедрения корпоративной социальной ответственности.

N. BOCHAROVA, Cand. Sc. (Econ.),  
*Kharkiv National Automobile and Highway University*

## IMPROVING THE MECHANISM OF IMPLEMENTATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AT MTE

**Abstract.** *The content and meaning of the concept of corporate social responsibility (CSR) of an enterprise have been considered. The approaches of foreign and domestic scientists to the definition of CSR have been analyzed. The necessary components of the concept of “corporate social responsibility” taking into account the demands of the current economic state of domestic motor transport enterprises have been formulated. The problems of implementing the concept of social responsibility in Ukraine have been considered. The main components of the mechanism of CSR introduction at enterprises have been proposed. They are functions, principles, and implementation. The stages of development and adjustment of the mechanism of CSR implementation at MTE have been formulated. The necessity of separating the structure of the mechanism of CSR introduction at the implementation level for the external and internal environment of the enterprise has been specified. The structure of the mechanism of implementing corporate social responsibility of a motor transport enterprise, taking into account the search of ways of adapting the concept of socially responsible business to the Ukrainian conditions, has been proposed.*

**Key words:** *corporate social responsibility, the concept of CSR, corporate selfishness, corporate altruism, stakeholders, social programs, environmental management, volunteering, the mechanism of implementation of corporate social responsibility.*

**Постановка проблеми.** Сучасні умови функціонування вітчизняних підприємств вимагають встановлення відповідності своєї діяльності міжнародним стандартам функціонування підприємств у ринковій економіці. Тому для підприємств автотранспортної галузі недостатнім є орієнтування виключно на власні внутрішні потреби та інтереси. Сучасність вимагає націлення не тільки на виконання інтересів бізнесу, але й пошук шляхів врахування питань незахищених верств населення, пошук можливостей зниження негативного впливу на навколишнє середовище, захист природних ресурсів. Тому концепція впровадження корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) серед підприємств набирає поширення. На сьогодні

ідея КСВ є пріоритетною серед країн Євросоюзу. Поступово корпоративна соціальна відповідальність стає важливим фактором формування політики провідних підприємств розвинутих держав та країн, що розвиваються.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Розкриття природи соціальної відповідальності бізнесу та еволюції підходів до її розуміння знайшло своє відображення у працях Х. Боуена, К. Девіса, П. Друкера, А. Керолла, Ф. Котлера, Д. Леграна, М.Р. Оуена, С. Сеті, М. Фрідмана, Е. Фрімена та ін. Якщо говорити про опрацювання цієї проблематики вітчизняними науковцями, то слід визнати, що в Україні питанню соціальної відповідальності бізнесу почали приділяти увагу лише на початку ХХІ ст., причому ці дослідження мають переважно епізодичний характер, стосуються окремих проявів КСВ і не враховують особливостей економічного, політичного, соціального і культурного розвитку нашої держави.

Серед дослідників механізму впровадження КСВ на вітчизняних підприємствах необхідно виділити Т.Р. Антошко, І.О. Ахновську, Т.О. Галайду, В.А. Дмитрієва, М.В. Краміна, О.М. Мяло, О.Ю. Лепіхову, В.В. Скриль, Ю.В. Тюленєву.

Перші засади КСВ почали з'являтися у ХІХ столітті. Завдяки релігійним та етичним переконанням окремі власники почали іноді брати на себе відповідальність за життя та працю своїх робітників. Становлення концепції КСВ зародилося в США та Західній Європі у ХХ сторіччі та відбувалося в три етапи [1, с. 35]:

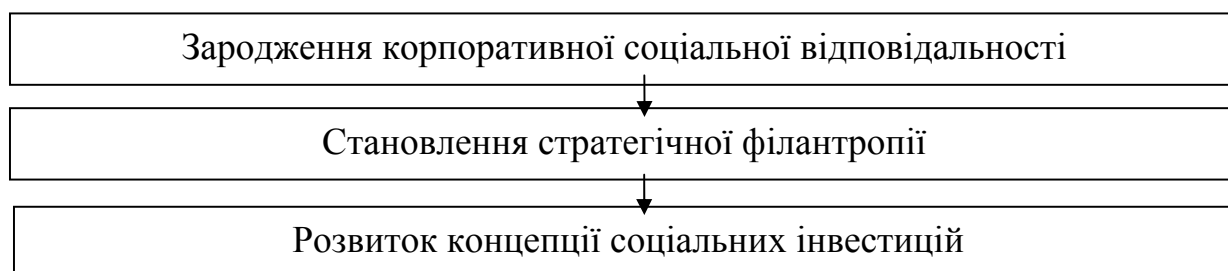


Рис. 1. Етапи становлення корпоративної соціальної відповідальності

Важливим є підхід, сформований А. Кероллом, в якому КСВ розглядається як своєрідна «піраміда», що складається з чотирьох рівнів: економічної, правової, етичної та дискреційної (філантропічної) відповідальності підприємства перед суспільством. На початку ХХІ сторіччя КСВ стає обов'язковим важливим елементом

у великих компаніях США та Великої Британії. На перше місце виходить оцінка не лише прибутковості діяльності компаній, але й ставлення до робітників, постачальників, клієнтів, інвесторів.

Основні положення концепції КСВ та міжнародні стандарти її впровадження визначаються Європейським Співтовариством, ООН, Міжнародною Організацією Праці.

Дослідження основних теорій щодо впровадження концепції КСВ на підприємстві дозволяє виділити такі підходи (рис. 2):

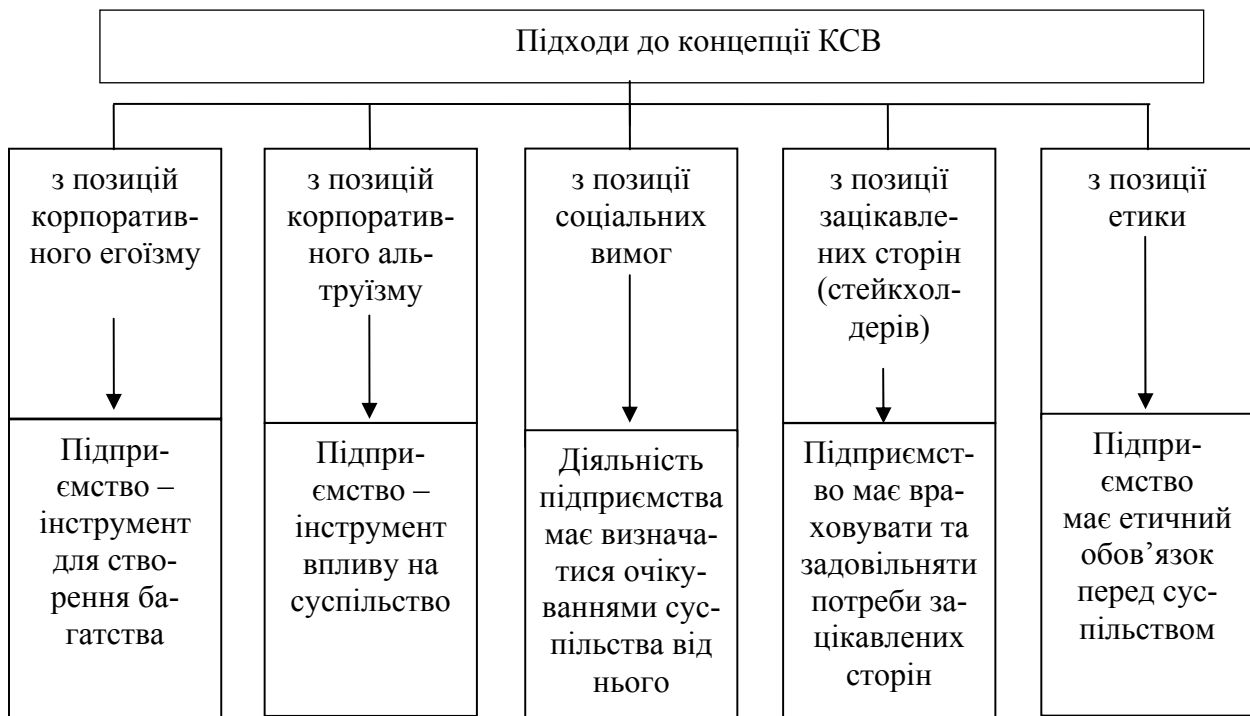


Рис 2. Підходи до концепції КСВ

1. Підхід з позицій корпоративного егоїзму наголошує на тому, що підприємство за рахунок того, що намагається розширювати своє виробництво та отримувати більший фінансовий результат від своєї діяльності, змушене створювати робочі місця та покращувати умови праці робітників. Тобто мета соціальної діяльності підприємства співпадає з основною виробничою метою у здійсненні своєї економічної функції. Основні засади підходу сформував економіст М. Фрідман, який вважав, що «існує одна й тільки одна соціальна відповідальність ділового світу – використовувати свої ресурси та займатися діяльністю, спрямованою на збільшення прибутку, за

умови, що він дотримується правил гри, тобто бере участь у відкритій вільній конкуренції без обману та шахрайства» [6, с. 67].

2. Основне положення підходу з позиції корпоративного альтруїзму базується на впливі підприємства на суспільство та відповідальності за цей вплив. Підприємство повинно використовувати можливість впливу характеру своєї діяльності для захисту населення у тих сферах, де держава не може здійснювати власну функцію захисту. Тобто потрібно розробляти та застосовувати соціальне інвестування, волонтерство та інші філантропічні засади. Це концепція «корпоративного громадянства», що зародилася на початку цього століття.

3. Підхід з позиції соціальних вимог передбачає визначення соціальних вимог суспільства та спроможність їх задовольнити. Таким чином, воно сприятиме зростанню та укріпленню своїх позицій на ринку. Цей підхід сформувався у 70-х роках ХХ століття та відзначився зміною орієнтирів з «що є добрим для суспільства» на «чого суспільство вимагає від бізнесу».

4. Підхід з позиції зацікавлених сторін (стейкхолдерів) передбачає, що завжди існують люди або групи людей, які мають вплив на діяльність підприємства та на яких має вплив власне підприємство, незалежно від типу його діяльності. Для будь-якого підприємства важливим є розуміння зацікавлених сторін, прогнозування їх очікувань і сподівань та намагання задовольнити їх потреби у разі їх важливості для діяльності підприємства. Ці групи людей поділяються на зовнішніх стейкхолдерів (інвестори, партнери, кредитори, громадські організації, місцева громада, урядові структури) та внутрішніх (працівники, акціонери, власники та менеджери компанії).

5. Головною ідеєю підходу з позиції етики є ідея етичного обов'язку бізнесу та окремих менеджерів підприємства перед суспільством. Він має ще назву підхід з позиції «потрійної результативності діяльності» Дж. Елкінгтона, який наполягав на тому, що «кожне підприємство несе економічну, екологічну та соціальну відповідальність перед суспільством, тим самим забезпечуючи свою життєздатність» [8, с. 48].

Відмінності у підходах до визначення сутності КСВ бізнесу пояснюються обумовленістю змісту цього поняття локальними еко-

номічними традиціями, сферою і специфікою ведення бізнесу, розмірами компанії, географічним регіоном і часовим горизонтом. На різних етапах життєвого циклу підприємства та за умови функціонування на різних ринках за географічною ознакою пріоритети соціально відповідальної діяльності можуть змінюватися. Велика кількість концепцій викликала велику кількість інтерпретацій поняття КСВ (наявні точки зору наведено в табл. 1):

Таблиця 1

## КСВ у розумінні різних авторів

Автор або інше джерело	Визначення КСВ
1	2
Міжнародний форум бізнес-лідерів [10]	просування практик відповідального бізнесу, які дають користь бізнесу й суспільству та сприяють економічно стійкому розвитку шляхом максимізації позитивного і мінімізації негативного впливу бізнесу на суспільство
Форум соціально відповідального бізнесу (Україна) [11]	відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем
Європейський Альянс корпоративної соціальної відповідальності [12]	концепція залучення соціальних і екологічних напрямків у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між усіма зацікавленими сторонами
Міжнародна організація праці [13]	це добровільна ініціатива ділових кіл, що стосується діяльності, яка перевищує просту вимогу дотримання букви закону
Конфедерація роботодавців України [14]	добровільна ініціатива власника компанії або засновників організації з розробки і реалізації певних соціально спрямованих, неприбуткових заходів, що мають на меті якісне покращення зовнішнього для компанії або організації середовища

Закінчення табл. 1

1	2
Конфедерація роботодавців України [14]	добровільна ініціатива власника компанії або засновників організації з розробки і реалізації певних соціально спрямованих, неприбуткових заходів, що мають на меті якісне покращення зовнішнього для компанії або організації середовища
Лорд Холм і Річард Уаттс [15]	це постійна прихильність бізнесу щодо ведення справ на засадах етики і робити внесок в економічний розвиток, в той же час покращуючи якість життя своїх працівників та їх родин і суспільства в цілому
Найл Фіцджеральд [3]	корпоративна соціальна відповідальність є безкомпромісним бізнес-рішенням. Не тому, що це гарна практика, а тому, що люди змушують нас зробити це, тому що це добре для нашого бізнесу
Є. Тришин [16]	філософське поняття, що визначає позицію компанії щодо своєї країни, суспільства, співробітників та навколишнього середовища. Сучасна компанія розуміє свою відповідальність і прагне стати компанією з «людяним обличчям»
Джим Райлі [17]	зобов'язання, за яким передбачено законом для бізнесу – переслідувати довгострокові цілі, що корисні для суспільства
із «Зеленої книги» ЄС [17, с.116]	це концепція, за якою організації враховують інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив усіх сфер своєї діяльності на споживачів, постачальників, працівників, акціонерів, громаду та навколишнє середовище

Проведемо аналіз зазначених визначень та систематизуємо їх (табл. 2). Основні критерії, що належать до сутності поняття КСВ: добровільність, покращення зовнішнього середовища та екології, принесення користі суспільству, взаємодія між усіма зацікавленими сторонами, примусовість, відповідальність, принесення користі бізнесу, неприбутковість, уважність до споживачів, робітників, партнерів, засади етики, внесок в економічний розвиток країни.

Позначимо ті елементи визначення, які стосуються обраного автора або джерела. І підрахуємо кількість позначок за кожним елементом визначення. Потім, обравши ті елементи, які мають

найбільше позначок, виведемо власне визначення корпоративної соціальної відповідальності.

Таблиця 2

## Аналіз та систематизація визначень КСВ

Автор або інше джерело	Елементи визначення										
	1. Добровільність	2. Покращення зовнішнього середовища та екології	3. Принесення користі суспільству	4. Взаємодія між усіма зацікавленими сторонами	5. Примусовість	6. Відповідальність	7. Принесення користі бізнесу	8. Неприбутковість	9. Уважність до споживачів, працівників, партнерів	10. Засади етики	11. Внесок в економічний розвиток
1. Міжнародний форум бізнес-лідерів			+			+	+				+
2. Форум соціально відповідального бізнесу			+	+		+			+		
3. Європейський Альянс корпоративної соціальної відповідальності	+	+	+	+							
4. Міжнародна організація праці	+										
5. Конфедерація роботодавців України	+	+	+					+			
6. Лорд Холм і Річард Уаттс			+						+	+	+
7. Найл Фіцджеральд					+			+			
8. Є. Тришин		+	+						+		
9. Джим Райлі					+						
10. із «Зеленої книги» ЄС		+	+						+		
Сума плюсів	3	4	7	2	2	2	1	2	4	1	2

Таким чином, на основі вивчення закордонного та вітчизняного досвіду пропонується таке визначення КСВ: «добровільне відповідаль-



не дотримання обраного та прийнятого власниками (акціонерами), керівництвом та рядовим персоналом підприємства напрямку принесення користі суспільству та економіці країни в цілому, що позитивно впливає на взаємовідносини підприємства із зовнішнім середовищем та екологією, покращує результати діяльності в цілому та забезпечує покращення іміджу компанії».

Наведене визначення уточнює такі аспекти КСВ:

1) політика КСВ повинна проводитися добровільно для того, щоб підхід до її реалізації був добросовісним та відповідальним;

2) напрямком КСВ повинні розуміти та підтримувати основні суб'єкти корпоративних стосунків: власники, управлінці та рядовий персонал, споживачі, партнери, бо в першу чергу організація відповідальна саме перед ними і створена для задоволення їх очікувань;

3) соціальна відповідальність має бути нерозривно пов'язана з економічною ефективністю, адже прибутки мають важливе значення не тільки для заохочення інвесторів, але й для забезпечення стабільності робочих місць, виплати справедливої заробітної плати, сплати податків, розробки нових продуктів, інвестицій у сферу послуг тощо;

4) напрямком КСВ повинен бути націлений на принесення користі соціальному середовищу, відповідати актуальним проблемам, а не відволікати від них і не зосереджувати увагу на вирішенні другорядних питань;

5) мотивом запровадження соціально направленої політики може бути покращення іміджу підприємства, адже сьогодні вже не викликає сумніву той факт, що соціальна відповідальність виступає елементом формування позитивної корпоративної репутації, що, в свою чергу, може суттєво підвищити вартість самої компанії, а також ціни на її товари та послуги.

Виходячи з вище зазначеного, існує потреба у формуванні механізму впровадження КСВ на підприємстві. Різні варіанти механізмів впровадження КСВ запропонували такі вітчизняні вчені, як І.О. Ахновська [19], Т.Р. Антошко [21], Т.О. Галайда [22], Ю.В. Тюленєва [23], М.В. Крамін [25]. Проте наявні розробки не завжди відповідають вимогам сучасних вітчизняних підприємств.

**Невирішені складники загальної проблеми.** Сучасні глобалізаційні та інтеграційні процеси, які супроводжуються підви-

щенням міжнародної конкуренції та необхідністю застосування прогресивних заходів для досягнення бажаної конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, що сприятиме трансформації економіки та її адаптації до ринкових умов, вимагають розробки та адаптації механізму впровадження КСВ на підприємствах автомобільного транспорту.

**Формулювання цілей статті.** Метою і завданням дослідження є визначення теоретичних аспектів поняття «корпоративна соціальна відповідальність» та формулювання його основних засад, обґрунтування етапності розробки та налагодження механізму впровадження КСВ, пропозиція структури механізму впровадження корпоративної соціальної відповідальності на різних рівнях реалізації та з урахуванням впливу внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** На сьогодні наявні розробки застосування КСВ на АТП та порядок її впровадження не задовольняє вимогам підприємств, що постійно зростають. Найбільш досконалим серед запропонованих є механізм впровадження КСВ І.О. Ахновської [19, с. 43]. Однак він потребує подальшої розробки, встановлення взаємозв'язків між окремими блоками, розширення та уточнення перерахованих функцій та принципів КСВ.

У роботі Т.Р. Антошко запропоновано технологію оцінювання ефективності системи контролю механізму впровадження КСВ [21, с. 57]. Що стосується самого механізму впровадження, то запропоновані положення потребують уточнення та наочного відображення.

Алгоритм дії механізму впровадження КСВ запропоновано у статті Т.О. Галайди [22, с. 282]. Наочно відображено етапність впровадження КСВ у діяльність підприємства. Але стосовно механізму, то незрозуміло, що саме розуміє автор під цим поняттям.

Особливу увагу необхідно приділити процесній моделі формування механізму впровадження КСВ, що розроблена Ю.В. Тюленєвою [23, с. 163]. Вона містить визначення ключових характеристик механізму, побудову структури впровадження та сам впроваджувальний комплекс. Але модель потребує доповнення основними функціями та їх реалізацією на підприємстві.

М.В. Крамін, формуючи механізм впровадження КСВ на підприємстві наполягає на необхідності розглядання внутрішньо-корпоративного інституціонального середовища та зовнішнього інституційного й інформаційного середовища корпорації [25, с. 170].

Розглянувши запропоновані варіанти механізмів КСВ, зробимо трирівневу структуру механізму впровадження КСВ на підприємстві. Для цього пропонується скласти алгоритм розробки та застосування механізму впровадження КСВ на підприємстві. Він формується з 7 основних етапів (рис. 3).

На першому етапі розглядається необхідність прийняття рішення про потребу підприємства у впровадженні КСВ. Другий, третій та четвертий етапи присвячені формуванню структури механізму впровадження КСВ та уточненню окремих її елементів.

На п'ятому етапі оцінюються вимоги до персоналу підприємства, який необхідний для впровадження КСВ на підприємстві. Якщо персонал, що працює, не має навичок або не відповідає кваліфікації, то необхідно провести навчання персоналу або залучити нових робітників для здійснення розроблених програм впровадження КСВ на підприємстві.

На шостому етапі здійснюється контроль та оцінювання застосування запропонованого механізму.

Якщо оцінка позитивна, то приймається рішення щодо подальшого адаптування та впровадження в діяльність підприємства міжнародних корпоративних стандартів, якщо оцінка негативна – потрібно переглянути структурні елементи механізму впровадження КСВ, що пропонується.

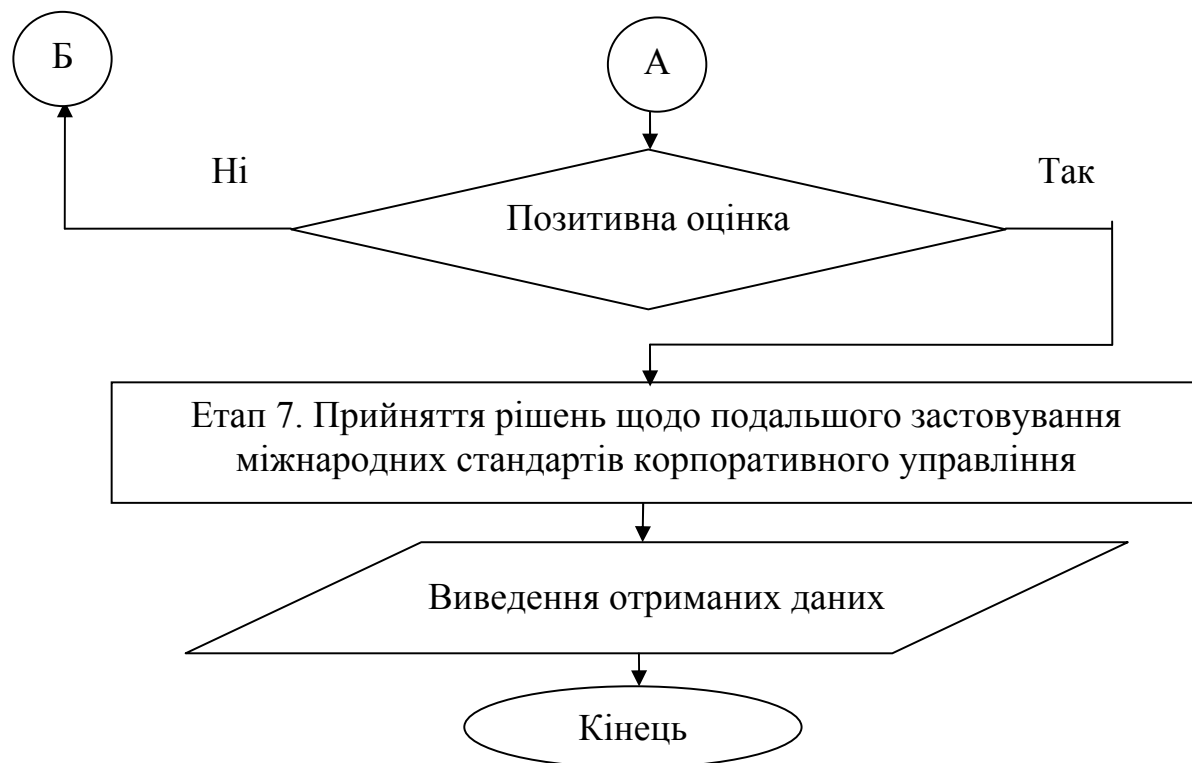
Запропонована структура механізму впровадження КСВ зображена на рис. 4.

Перший рівень повинен відображати основні функції КСВ. Згідно з розглянутими точками зору провідних науковців, основними є економічна, правова, етична та філантропічна функції.

На другому рівні необхідно зазначити принципи КСВ, що відповідають основним функціям. Одночасно важливо пам'ятати, що поняття КСВ завжди розглядається у внутрішньому та зовнішньому середовищі.



Рис. 3. Алгоритм розробки та використання механізму впровадження КСВ на підприємстві (початок)



**Рис. 3. Алгоритм розробки та використання механізму впровадження КСВ на підприємстві (кінець)**

Це треба враховувати під час формулювання принципів КСВ та її реалізації. Економічній функції відповідають таким принципам: підвищення рівня якості трудового життя працівників, протидія будь-яким формам корупції, впровадження та поширення чесних ділових стосунків на ринку. Правова функція розкривається у таких принципах: захист прав людини, побудова позитивних стосунків підприємства із громадськістю. Розкриття етичної функції відбувається у принципі застосування передових технологій, виключно безпечних для екології. Філантропічна функція не можлива без принципів викорінення примусової та дитячої праці, дискримінації у сфері працевлаштування.

Третій рівень відповідає безпосередньо за конкретні заходи, без яких впровадження КСВ не можливо у сучасних умовах функціонування будь-якого підприємства. Одночасно необхідно враховувати вплив на механізм впровадження КСВ зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства.

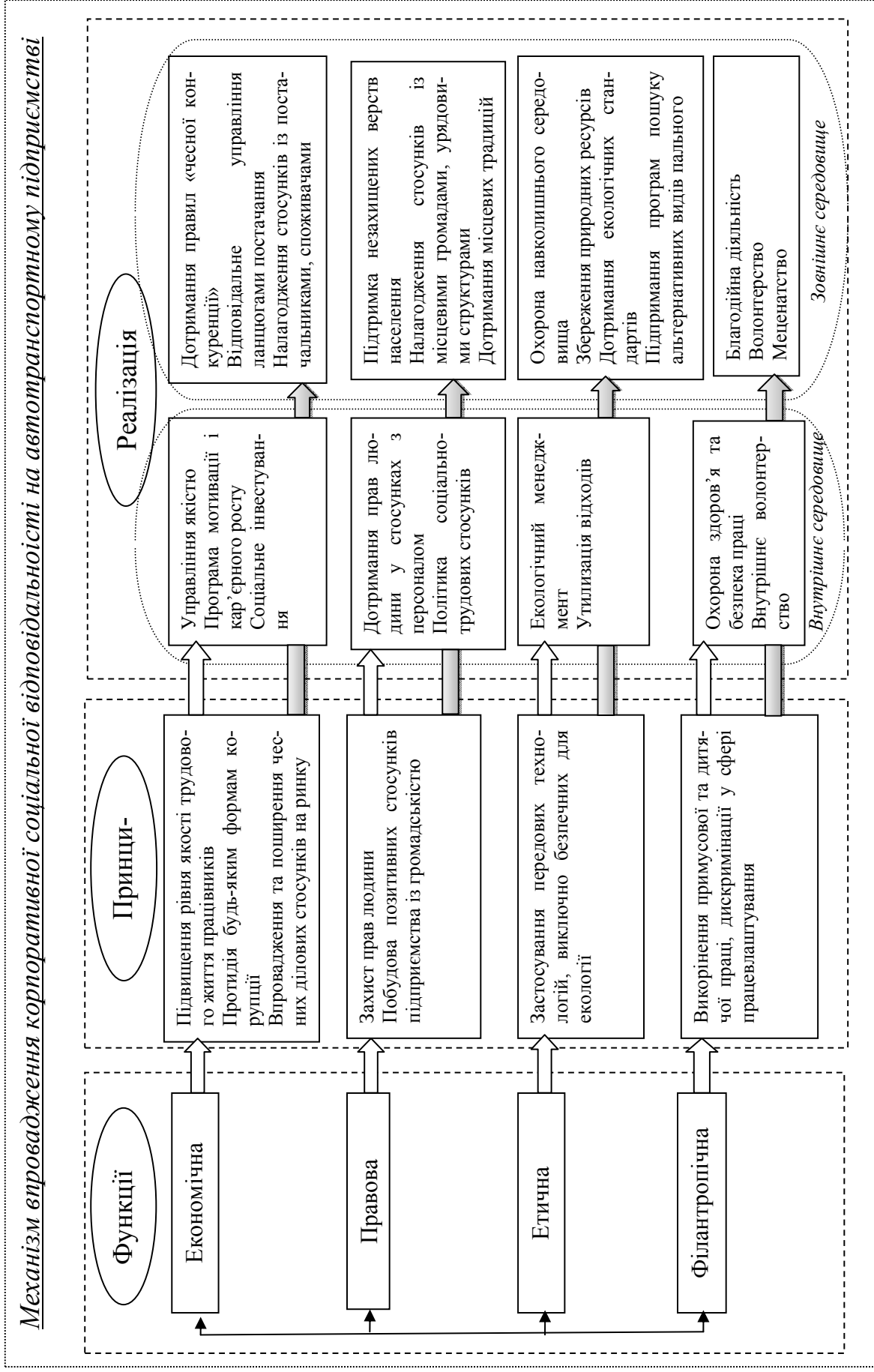


Рис. 4. Структура механізму впровадження корпоративної соціальної відповідальності

Для першої групи принципів реалізація на рівні внутрішнього середовища становить такі заходи: управління якістю, програма мотивації і кар'єрного зросту, соціальне інвестування. На зовнішньому рівні – дотримання правил «чесної конкуренції», відповідальне управління ланцюгами постачання, налагодження стосунків із постачальниками, споживачами.

Для другої групи принципів істотним є: на внутрішньому рівні: дотримання прав людини у стосунках з персоналом, політика соціально-трудова стосунків; на зовнішньому – підтримка незахищених верств населення, налагодження стосунків із місцевими громадами, урядовими структурами, дотримання місцевих традицій.

Третя група принципів характеризується реалізацією на рівні внутрішнього середовища: охороною здоров'я та безпеки праці, внутрішнім волонтерством; на рівні зовнішнього середовища – благодійною діяльністю, волонтерством та меценатством.

**Висновки.** Таким чином, шляхом аналізу різних точок зору авторів та підходів до змісту корпоративної соціальної відповідальності досліджено та сформульовано власне визначення поняття КСВ. Обґрунтовано послідовність та етапи розробки та налагодження механізму впровадження КСВ на підприємство. Запропоновано структуру механізму впровадження корпоративної соціальної відповідальності на різних рівнях реалізації та з урахуванням впливу внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

Впровадження механізму КСВ на підприємстві приведе не лише до поліпшення соціальної свідомості працівників та керівників, покращення внутрішньої структури підприємства, але й посилить зв'язки з партнерами, дозволить знизити ризики менеджменту передовими методами та сприятиме введенню діяльності підприємства на новому рівні, орієнтованому на міжнародні стандарти.

### Література

1. Introduction to CSR. – Режим доступу: <http://tutor2u.net/business/strategy/corporate-social-responsibility-introduction.html>.
2. Bowen G. Social Responsibilities of the Businessman / G. Bowen. – N.Y. : Harper & Row, 1953. – 276 p.
3. Світова історія розвитку КСВ. – Режим доступу: <http://www.stelmaschuk.info/internet-conference/announced-internet-conference/onferencia-17-05-2012/51-article-onferencia-17-05-2012/241-241.html>.

4. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів / А.М. Колот // Економічна теорія: науковий журнал. – 2013. – № 4. – С. 5–27.
5. Carroll A. B. Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct / A. B. Carroll // Business and Society. – 1999. – Vol. 38 (3). – P. 268–295.
6. Савицкая Л. Корпоративна соціальна відповідальність виникає. Жертви чи вигоди? /Л. Савицкая // Новий менеджмент. – 2008. – №8. – С. 20.
7. Конспект лекцій з дисципліни «Корпоративна соціальна відповідальність». – Режим доступу : <http://www.studfiles.ru/preview/5350171>.
8. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Котлер Ф., Лі Н. ; пер. з англ. – К. : Стандарт, 2005. – 302 с.
9. Еволюція та формування концепції корпоративної соціальної відповідальності підприємств. – Режим доступу : <http://srm-ukraine.org/evolyuciya-ta-formuvannya-konceptsi%D1%97-korporativno%D1%97-socialno%D1%97-vidpovidalnosti-pidpriyemstv>.
10. Assurance Standard Revision Process. – Режим доступу: [http://accountability.opendemocracy.net/aa1000/index.php/Main\\_Page/](http://accountability.opendemocracy.net/aa1000/index.php/Main_Page/). – Title from the screen.
11. Форум соціально відповідального бізнесу. – Режим доступу: <http://svb.org.ua/>.
12. Лазоренко О. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / О. Лазоренко, Р. Колишко. – К. : Енергія, 2008. – 96 с.
13. Міжнародна організація праці. – Режим доступу: <http://www.ilo.org.ua/Pages/default.aspx>.
14. Конфедерація роботодавців України. – Режим доступу: <http://www.confedu.org/ua/home.html>.
15. Литовченко С.Е. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка / С.Е. Литовченко, М.И. Корсаков. – М. : Дело, 2003. – 124 с.
16. Тришин Є. Маркетинг в Україні (блог) / Є. Тришин. – Режим доступу: [http://www.ua-marketing.com.ua/?page\\_id=667](http://www.ua-marketing.com.ua/?page_id=667).
17. Визначення: корпоративна соціальна відповідальність. – Режим доступу: <http://csrgender.org.ua/discrimination/53-zagalna-informaciya-pro-ksv-ta-ender.html>.
18. Глобальний договір ООН // Українська мережа Глобального договору ООН. – Режим доступу: <http://www.globalcompact.org.ua>.
19. Ахновська І.О. Механізм впровадження КСВ на підприємствах України / І.О. Ахновська, О.Ю. Лепіхова // Економіка і організація управління. – 2016. – № 1 (21). – С. 36–44.



20. Антошко Т.Р. Основи впровадження КСВ на промислових підприємствах України / Т.Р. Антошко // Інноваційна економіка. – 2011. – № 4 (23). – С. 297–305.

21. Антошко Т.Р. Оцінювання механізму впровадження КСВ за критерієм вартості підприємства / Т.Р. Антошко // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 9. – С. 56–59.

22. Галайда Т.О. Роль КСВ підприємств у розвитку системи соціального партнерства в Україні / Т.О. Галайда, В.В. Скриль, О.М. Мяло // Вісник ЖДТУ. – 2012. – № 4 (62). – С. 280–283.

23. Тюленєва Ю.В. Соціально-орієнтований напрям трансформації підприємств / Ю.В. Тюленєва, Т.Р. Антошко // Проблеми розвитку підприємництва в Україні. – 2012. – № 9. – С. 160–166.

24. Дмитриев В.А. Корпоративная социальная ответственность: новая философия бизнеса / В.А. Дмитриев. – М. : АСИ-Консалтинг, 2011. – 56 с.

25. Крамин М.В. Удовлетворение интересов стейкхолдеров как стратегический аспект корпоративного управления / М.В. Крамин, Т.В. Крамин // Актуальные проблемы экономики и права. – 2011. – № 4. – С. 164–171.

**Рецензент:** В.Г. Шинкаренко, докт. екон. наук, проф., ХНАДУ.

УДК 338.47: 656

ФІЛІПКОВСЬКА Л.О., канд. техн. наук, МУРАТОВ В.В., аспірант,  
*Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут»*

## **ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ**

**Анотація.** Актуальність дослідження полягає у визначенні стратегічних напрямів розвитку транспорту України як найважливішого базового фактора стійкого й динамічного зростання економіки, посилення її позицій на внутрішній і міжнародній арені. Вирішення зазначених питань у статті досягається за допомогою аналізу стану транспортної галузі країни та розкриття переваг функціонування транспортних комплексів країн ближнього зарубіжжя.

**Ключові слова:** транспортна система, логістика, пасажироперевезення, вантажоперевезення, розвиток, перспективні заходи.