5. Метод уявного контролю, або техніка вольового мислення, може бути використаний для вироблення достатньої внутрішньої мотивації чи контролю для реалізації нових рішень.

Описані методи дають змогу комплексно підійти до створення організаційного механізму управління конфліктами на підприємстві.

Література:

1. Эрика Регнет. Конфликты в организациях. Формы, функции и способы преодоления / Пер. с нем. – Х.: Изд-во Институт прикладной психологии «Гуманитарный Центр», 2005. – 396 с.

Зіньчук Ірина
ст. гр. ММБм-11,
Тернопільський національний економічний університет
(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри
міжнародного бізнесу і туризму Нагара М. Б.)

СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

Сучасна епоха характеризується суттєвими змінами як у світовій, так і в українській економіці. Розвиток національного бізнесу, інтеграція України у світову економічну систему, посилення конкуренції ставить перед вітчизняними компаніями багато нових питань, одне з яких пов'язано із корпоративною соціальною відповідальністю. Для багатьох українських підприємств розробка стратегії корпоративної соціальної відповідальності для забезпечення сталого розвитку є концептуальним завданням, адже мова йде не просто про спонтанну благодійність, а про системну діяльність, вбудовану в усі бізнес-процеси.

Світова практика застосування корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) свідчить не тільки про покращення власної репутації, а й про

отримання прибутку від збільшення споживчої лояльності. З огляду на назначене, актуальність даної роботи полягає у зростаючій ролі та застосуванні КСВ у міжнародному та вітчизняному бізнесі. Українські компанії дедалі активніше оперують на міжнародному ринку, тому застосування практик КСВ має стати невід'ємною частиною економічної діяльності національних об'єктів господарювання.

Питанню соціальної відповідальності присвячено багато робі як і зарубіжних, так і українських вчених. Зокрема, Х. Боуен, М. Зігель, Дж. Елкінгтон, А. Керолл, Ф. Котлер, Дж. Ленсен, М. Портер, Р. Колиско, Р.

Корпоративну соціальну відповідальність можна визначити як вільний вибір компанії на користь підвищення рівня добробуту суспільства за допомогою відповідних підходів до ведення бізнесу та надання корпоративних ресурсів. У загальному розумінні корпоративна соціальна відповідальність – це усі дії компанії, які позитивно впливають на суспільство [1, с. 67].

Для того, щоб об'єднати зусилля підприємців із діяльністю профспілок, громадських організацій, державних органів та скерувати їх на підтримку та застосування десяти універсальних принципів щодо захисту прав людини, забезпечення стандартів роботи, охорони навколишнього середовища та боротьби з корупцією, було підписано Глобальний договір ООН у 1999 році. Він являє собою волонтерську ініціативу й покликаний об'єднати соціально відповідальні компанії для обміну досвідом щодо реалізації відповідних проектів та програм.

На сьогодні договір об'єднує декілька тисяч компаній із більше ніж 100 країн світу, тим самим утворивши одну з найбільших добровільних ініціатив з питань КСВ у світі. Необхідно зауважити, що досить активними в підписанні цього договору стали й українські бізнес-структури – 93 компанії приєдналися до ініціативи. Проте лише кожен третій керівник в Україні знає про концепцію КСВ, а уніфікованих стандартів та правил для українського бізнесу досі не було створено.

Застосування корпоративної соціальної відповідальності надає компаніям і конкретні переваги, зокрема, покращення управління завдяки запобіганню ризикам; покращення репутаційного менеджменту; збільшення обсягів продажу та частки ринку; мотивування співробітників; оптимізація операційних процесів та зменшення витрат; лояльність інвесторів; покращення фінансових показників діяльності; налагодження стосунків із державним сектором та суспільством тощо.

Еволюція поглядів на КСВ формує нові підходи до її сучасної концепції, проте в епоху глобалізації потреба у застосуванні соціальної відповідальності бізнесу стає життєво необхідною для компаній й характеризується, як "…здатність компанії відповідати на економічні, правові та етичні очікування суспільства" [3, с. 74].

Література:

1. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Котлер Ф., Лі Н. / Пер. з англ. – К.: Стандарт, 2015. – 302 с.

2. Лаптева Л.Г. Социальная ответственность бизнеса. Корпоративная отчетность — новый фактор взаимодействия бизнеса и общества: Сб. ст., лекций и выступлений / Лаптева Л.Г. — М.: ЗАО Финансовый издательский дом «Деловой экспресс», 2013. – 310 с.

3. Freeman R. Edward Corporate Stakeholder Responsibility: A New Approach to CSR / Freeman R. Edward, S. Ramakrishna Velamuri, Brian Moriarty // Business Roundtable Institute for Corporate Ethics, 2014. – 77 p.

Коваль (Трембецька) Тетяна
ст. гр. ЕЕПм-11,
Тернопільський національний економічний університет
(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій Шумейко О. Т.)

ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Підприємства харчової промисловості при формуванні цін мають враховувати особливості ціноутворення, які визначаються роллю галузі в житті країни і суспільства, структурою харчової промисловості, функціями, які вона виконує. На ціноутворення в харчовій промисловості впливають: виробник, споживач, держава та імпортери продовольства. Вивчення впливу цих суб'єктів на підприємство харчової промисловості обумовлює визначення особливостей ціноутворення.

Визначення цін на підприємстві залежить від декількох особливостей діяльності підприємств. І однією з цих особливостей є галузева приналежність. Виділимо та охарактеризуємо такі особливості ціноутворення на підприємствах харчової промисловості:

- соціальний характер продукції галузі;
- масштаб державного регулювання;
- залежність цін на продукцію харчової промисловості від витрат та цін постачальників сировини;
- інтенсивність конкуренції на продукти харчування на світовому та національному ринках.

Соціальний характер харчової промисловості пояснюється ґрунтовним впливом рівня цін на життєдіяльність населення. Виходячи з визначення характеристики структури харчової промисловості, ролі галузі та переліку функцій, які виконує галузь в житті країни, визначальною стає така особливість як соціальний характер галузі. Харчова промисловість має соціальне значення, забезпечує здоров'я нації та соціально-економічну безпеку країни [3].