

стабільного та прозорого бізнес-середовища, вимагаючи від компаній моніторингу законодавчих змін та адаптації до них.

У підсумку, дослідження підкреслює важливість комплексного підходу до управління господарськими товариствами в Україні, враховуючи сучасні тенденції та виклики, з метою забезпечення їх сталого розвитку та успіху на національному та міжнародному рівнях.

**Список використаних джерел:**

1. Закон України "Про господарські товариства" від 19 вересня 1991р. № 1560-ХП // ВВР України. 1991. URL: <http://surl.li/agkhg>
2. Бочарова Н.А., Федотова І.В. *Стейкхолдер-менеджмент і сталий розвиток: навч. посіб. Х.: 2023. ФОП Бровін О.В., 145с.*
3. Деева, Н.Е. (2015). *Історичні аспекти теорії і практики корпоративного управління. Ефективна економіка, 9.* URL: <http://surl.li/szvpl>
4. Мальська М., Мандюк Н., Занько Ю. *Корпоративне управління. Теорія і практика. К.: ЦНЛ. 2017. – 295с.*
5. Швець Ф.Д. *Корпоративне управління: навчальний посібник. Рівне: НУВГП, 2017. - 320 с.*

**УДК 3.086:316.3:334.722]**

**Варава В.С.,**  
здобувач вищої освіти,  
**Білявська Ю.В.,**  
кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту,  
*Державний торговельно-економічний університет*

## **ЕТАПИ СТАНОВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В МІЖНАРОДНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ ТА ЇЇ СУЧАСНИЙ СТАН**

Впродовж багатьох століть суспільство потерпало від низки проблем, що охоплюють як окремих людей чи поодинокі народи, так і увесь світ. Як наслідок, виникає свідоме розуміння необхідності скооперувати зусилля та ресурси для втілення матеріальної та моральної підтримки загальнолюдського блага в різних сферах суспільного устрою. З одного боку, на тлі глобалізації, поглиблення

інтернаціоналізації та, з іншого – через загострення проблематики міжнародних відносин, значення та роль саме міжнародного бізнесу чи не якнайшвидше зростає у зв'язку з можливістю застосування конкретних політик міжнародного менеджменту.

Розглядаючи елементи етики, демократичності, лояльності та усвідомлення суспільного добробуту в гармонійному співіснуванні, мова йде про актуалізацію у міжнародному менеджменті соціальної відповідальності. Соціальна відповідальність в міжнародному менеджменті – це усвідомлений підхід ведення міжнародної ділової активності, який втілюється шляхом управлінських рішень, що є проявом добровільної реакції на суспільні проблеми різного характеру з метою участі в їх вирішенні.

Сучасний дослідник соціальної відповідальності міжнародного менеджменту Б. Мсіманга зазначає наступні етапи її становлення (табл. 1).

*Таблиця 1.*

**Етапи становлення соціальної відповідальності  
в міжнародному менеджменті [1]**

Період	Особливості
поч. ХХ ст.	- філантропія; - емпатія; - благодійна діяльність в галузях освіти, охорони здоров'я та мистецтва
1950- 1960-ті рр.	- зростання соціальних і екологічних рухів; - сформованість ідеї корпоративної відповідальності; - підвищення обізнаності громадськості про необхідність для підприємств враховувати свій вплив на суспільство та навколишнє середовище; - вищі стандарти підзвітності та прозорості на підприємствах
1970- 1980-ті рр.	- ідея «корпоративного громадянства»; - зростання громадської обізнаності про вплив корпоративної діяльності на суспільство та навколишнє середовище; - значний тиск соціальних та екологічних рухів на бізнес;
1990-ті – 2000-ні рр.	- зсув у бік сталого розвитку; - створення спільної цінності для всіх зацікавлених сторін; - занепокоєння щодо зміни клімату та погіршення навколишнього середовища; - розуміння взаємозв'язку економічних, соціальних та екологічних проблем; - вихід за рамки вузької уваги до фінансових показників; - врахування потреб усіх зацікавлених сторін.

Сьогодні від компаній все більше очікується, що вони візьмуть на себе провідну роль у вирішенні соціальних та екологічних проблем, а ті, хто цього не зробить, можуть зіткнутися з репутаційними та фінансовими ризиками.

Згідно з дослідженнями Гарвардської школи бізнесу на сьогодні виділяють 4 основних типи соціальної відповідальності міжнародного менеджменту [2]:

1) Екологічна – зменшення шкідливого впливу від забруднень, регулювання споживання енергії, озеленення територій.

2) Етична – справедливе ставлення до зацікавлених сторін; власна вища мінімальна заробітна плата, якщо така, встановлена урядом, не є прийнятною для життя; підтримка стандартів вільної торгівлі; гарантія відмови від постачань продукту, створеного в результаті рабства чи дитячої праці.

3) Філантропічна – пожертви благодійним і некомерційним організаціям на гідні цілі, які безпосередньо не стосуються їхнього бізнесу; власний благодійний фонд або організація волонтерської роботи співробітників.

4) Економічна – фінансові інвестиції в дослідження продукту та якісне виробництво з мінімальною шкодою навколишньому середовищу; забезпечення прозорості та своєчасної фінансової звітності, включаючи зовнішні аудити.

Переваги впровадження сучасної політики соціальної відповідальності показує зведена статистика зі звіту міжнародної маркетингової платформи GITNEX. Соціальна відповідальність міжнародного менеджменту на 13% підвищує рівень залученості співробітників. Компанії, які інвестують у ініціативи соціальної відповідальності збільшують свою ринкову вартість до 3,5%, а збільшення інвестицій у дану політику на 1% призводить до зростання продажів на 0,3%. 43% компаній повідомили про збільшення прибутку в результаті своїх управлінських рішень щодо соціальної відповідальності. Це й не дивно, бо 55% глобальних онлайн-споживачів готові навіть переплачувати за продукти та послуги від компаній, які прагнуть позитивно впливати на середовище в усіх сферах [3].

Отже, зважаючи на результати дослідження, можемо зробити висновок, що умови сьогодення актуалізують соціальну відповідальність міжнародного менеджменту, а свідомість

суспільства як споживача робить її невід'ємною частиною ведення міжнародної підприємницької діяльності.

**Список використаних джерел:**

1. M.B. *From Charity to Responsibility: A Brief History of Corporate Social Responsibility (CSR)*. URL: <http://surl.li/nedbo>.

2. Stobierski T. *What Is Corporate Social Responsibility? 4 Types*. *Business Insights Blog*. URL: <http://surl.li/dmidh>.

3. Lindler J. *Corporate Social Responsibility Statistics GITNUX*. URL: <http://surl.li/sywxk>

**УДК 334.02:658.1/.2/.4/.5:316.65**

**Волишук А.Є.,**  
здобувач вищої освіти,  
**Єдинак В.Ю.,**  
кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту ЗЕД,  
Університету митної справи та фінансів

## **МІСЦЕ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЇ**

Актуальність теми дослідження окреслена тим, що корпоративна культура задає орієнтири управління бізнес-організацією, соціально-трудовим відносинам, а також формує та стимулює організаційно-управлінські, виробничо-господарські та соціально-політичні відносини.

Дослідивши тлумачення поняття «корпоративна культура» різними науковцями, ми дійшли висновку, що корпоративна культура об'єднує цінності і норми, властиві організації, стиль і процедури управління, а також концепції технологічного і соціального розвитку. Корпоративна культура задає межі, в яких можливе впевнене прийняття рішень на кожному з рівнів управління, можливості використання ресурсів організації в цілому, відповідальність, дає напрямки розвитку, регламентує управлінську діяльність, сприяє ідентифікації членів з організацією. Під впливом корпоративної культури складається поведінка окремих її членів [3].

Мета корпоративної культури полягає в розробці такої поведінки персоналу, яка сприятиме досягненню цілей компанії [1].