

high energy and resource consumption of production, significant environmental burden on the environment and sensitivity to fluctuations in the economy of the importing countries have been identified. The main reasons for the inhibition of innovative development of iron ore enterprises of normative legal, technological, financial and managerial character were singled out.

It was substantiated that it is inevitable to introduce an effective management system of innovative development of iron ore enterprises for the formation of the framework of introduction of innovative measures which allowed achieving the highest effect at the existing resources.

The concept of management of innovative development of an iron ore enterprise is presented. It is based on the mechanism of management of innovative activity with consideration of normative and legal support, principles, functions and methods of management. An effective system of planning and quality control of innovations is formed to achieve the objective of an enterprise activity, namely: formation of innovative portfolio and innovative policy of an enterprise on the basis of the system of state standards and monitoring of internal and the external environments to ensure the development of the enterprise through innovation. It is necessary to correctly implement the concept of innovative development in the activities of iron ore enterprises and take into account the effects of economic laws. This allows more accurately determining the essential measures and most comprehensively managing innovative development of an enterprise. As a result, it will help to achieve the main goals of the enterprise.

innovation, innovative activity, innovative development of an enterprise, management, iron ore enterprise

Одержано (Received) 22.05.2019

Прорецензовано (Reviewed) 26.05.2019

Прийнято до друку (Approved) 04.06.2019

УДК 330.87

JEL Classification: M14

DOI: [https://doi.org/10.32515/2663-1636.2019.2\(35\).179-190](https://doi.org/10.32515/2663-1636.2019.2(35).179-190)

Mariia Buhaieva, Associate Professor, PhD in Economics (Candidate of Economic Sciences)
Central Ukrainian National Technical University, Kropyvnytskyi, Ukraine

Valentina Ryban, Associate Professor, PhD in Economics (Candidate of Economic Sciences)
Donetsk National Medical University, Kropyvnytskyi, Ukraine

Formation of the Mechanism of Providing Corporate Social Responsibility as an Integral Part of Effective Enterprise Activity

The authors proposed the content and consistency of the stages of the formation of the corporate social responsibility mechanism in the enterprise management system; in particular, the company's corporate social responsibility tools (internal and external) are determined, depending on the orientation towards the different groups of stakeholders. The form of implementation of corporate social responsibility tools in the enterprise management system and their application at the levels of management is developed, which allows determining the levels and sequence of both implementation and use of tools of social responsibility. Specific organizational and value-creating mechanisms are identified which should be used to integrate corporate social responsibility into enterprise strategy. Possible main disadvantages of integrating corporate social responsibility into the management system, documents and processes of the enterprise are outlined.

Enterprise Management System, Enterprise Strategy, Corporate Social Responsibility, Corporate Social Responsibility Tools, Corporate Social Responsibility Mechanism

М.В. Бугаєва, доц., канд. екон. наук

Центральноукраїнський національний технічний університет, г. Кропивницький, Україна

В.М. Рубан, доц., канд. екон. наук

Донецький національний медичний університет, г. Кропивницький, Україна

Формирование механизма обеспечения корпоративной социальной ответственности как составляющей эффективной деятельности предприятия

Авторами предложено наполнение и последовательность этапов формирования механизма корпоративной социальной ответственности в системе управления, в частности определены инструменты

корпоративної соціальної відповідальності підприємства (внутренні і зовнішні) в залежності від направленості на різні групи стейкхолдерів. Розроблена форма впровадження інструментів корпоративної соціальної відповідальності в систему управління підприємством і їх застосування по рівням управління, яка дозволяє визначити рівні і послідовність, як впровадження, так і застосування інструментів соціальної відповідальності. Визначені конкретні організаційні і цінніснообразуючі механізми, які цілеспрямовано привернуть до інтегрування корпоративної соціальної відповідальності в стратегію підприємства. Вказано можливі основні недоліки інтегрування корпоративної соціальної відповідальності в управлінську систему, документи і процеси підприємства.

система управління підприємством, стратегія підприємства, корпоративна соціальна відповідальність, інструменти корпоративної соціальної відповідальності підприємства, механізм корпоративної соціальної відповідальності

Statement of the problem. The development of civil society with an extensive system of social institutions is the basis for the formation of socially responsible relations in society. In this way, people receive democratic rights and become accountable to society, the state and themselves. In such society, not only people, but also the state, public organizations and business structures become responsible for the results of their activity.

Ukrainian companies have been trying to shape their own approach to understanding the concept of corporate social responsibility (CSR) in recent years. Such an interest was determined by the spread of responsible business practices in the leading countries of the world and the awareness of the Ukrainian companies of their belonging to the preservation of the environment, the responsibility for solving the socio-economic problems of the regions and country, improving the quality of life of the local community and observance of human rights. On this basis, the various approaches to the understanding and study of the concept of corporate social responsibility have been formed and are forming now. Now it becomes a kind of philosophy of doing business. The modern organization that functions effectively in the conditions of the development of civil society is not possible without the concept of corporate social responsibility.

The corporate social responsibility in modern Ukraine is becoming more and more popular not only among the business community, but also among the scientific community. Under such conditions, the study of the economic context of these practices allows not only to significantly expand the boundaries of knowledge about the development of corporate social responsibility in Ukraine, but also to study the Ukrainian specificity of its implementation in the business of enterprises.

Mechanisms for establishing feedback on the effectiveness of implementing corporate social responsibility practices in Ukraine are practically not developed for the companies, but for the society as well. There is now a need and expediency to use practices of corporate social responsibility in Ukraine. The development and implementation of the CSR mechanism as an integral part of an effective business activity will enable to resolve the identified contradictions and identify the economic context of corporate social responsibility practice at both companies and state level, which is inherent in Ukrainian realities.

Analysis of recent researches and publications. Studies of corporate social responsibility are devoted to the works of Yu.E. Blagov [2-6], G. Bowen [19], P. Drucker [9], K. Davis [20], A. Carroll [21; 22], F. Kotler and N. Lee [24], S. Sethi [25; 26] and others. The role of corporate social responsibility in the system of social and labor relations was highlighted in the works of I. Gribidenko [7], T.A. Kostyshina [10], A. Kolot [12; 16], U.Ya. Sadova [14], M.V Semikina [15], Shawlska L.V. [18]. The mechanisms of ensuring the modern practices of corporate social responsibility in Ukraine today remain beyond the scope of research. In particular, the effective mechanism for providing corporate social responsibility in the strategy of the enterprise in modern Ukrainian economic science is absent today. Accordingly, methodological approaches to assessing the status of corporate social

responsibility of Ukrainian enterprises and their provision are imperfect. Therefore, the development of the theoretical basis, methodological and practical approaches to ensuring the mechanism of corporate social responsibility in the enterprise is relevant.

Statement of the objective. The purpose of the study is to identify practical recommendations for the development of the mechanism for ensuring corporate social responsibility and its implementation in the activities of the enterprise.

The main material. Corporate Social Responsibility is a relatively young field of study, which for the first time appeared during the 60s of the last century. While Corporate Social Responsibility (CSR) has been around since the 1950s, its importance and practice took hold much later. The basis of the modern definition of CSR is rooted in Archie Carroll's "Pyramid of Corporate Social Responsibility." In this Pyramid a corporation has four types of responsibilities. The first and most obvious is the economic responsibility to be profitable. The second is the legal responsibility to obey the laws set forth by society. The third, which is closely linked to the second, is the ethical responsibility. That is to do what is right even when business is not compelled to do so by law. The fourth is the philanthropic responsibility. Also called the discretionary responsibility, it is best described by the resources contributed by corporations toward social, educational, recreational and/or cultural purposes

First ever recorded definition of CSR defines it as a commitment of the company to follow policies, to make decisions and to follow actions that are desirable within the scope and values of our society. Later on, CSR refers to a set of moral and personal obligations that the employer has to follow, considering policies, decisions, and actions in the context of the goals and values of society.

In modern economic literature [2; 3; 4; 5; 6; 13; 16; 18], the term "social responsibility" is used in two aspects: a) to refer to the company's social activities aimed at the external environment and aims to create a favorable image in the eyes of the local community, including the authorities; b) provision of social benefits from the management of the company to its employees. In both cases, the source of social benefits is the economic activity of the enterprise, and its effectiveness depends on the level and size of the provision of social benefits to the companies.

The presence of many aspects of the implementation of corporate social responsibility in the activities of industrial enterprises, which investigated in the works of Ukrainian scholars, led to the fact that today there are many definitions of social responsibility (Table 1).

Table 1 – Some approaches of foreign and domestic scientists to the definition of "social responsibility" (source: generalized on the basis of various literary sources)

Author	Definitions
1	2
1. Philip Kotler Nancy R. Lee [11]	CSR is a free choice of the company in favor of an obligation to improve the welfare of the society, implementing appropriate approaches to doing business and highlighting corporate resources.
2. G. Bowen [19]	The social responsibility of a business is to implement that policy, make such decisions, or adhere to a line of conduct that would be desirable for the purposes and values of society.
3. Fridman M. [23]	The company that paying taxes, sets the desired wage level, ensures labor safety, protects the environment, is socially responsible and conducts honest business practices. The sole responsibility of the business is to increase the profit of the shareholders. Business helps society already by producing goods, providing it with the necessary services and creating jobs.

1	2
4. A. Carroll [21, 22]	The social responsibility of business is the responsibility of the economic, legal, ethical and discretionary expectations that society presents to the organization in the present time.
5. Chernykh O.V. [17]	The social responsibility of large enterprises is the activity of their owners and executives, in addition to the statutory norms and the voluntary solution of social issues of society, to channel part of the income in support and development of social infrastructure, the social sphere of the territory of presence, meeting the needs of key stakeholders, environmental programs .
6. Hrishnova O.A. [16]	The social responsibility of business is the responsibility of companies for the social utility of their activities to all people and organizations with which it interacts in the process of operation, and to society as a whole. Social responsibility is a concept that encourages the interests of society, taking responsibility for the impact of its activities on other people, citizens and the environment in all aspects.
7. Hrytsyna L.A. [8]	The corporate social responsibility of the enterprise is voluntary activity, which exceeds the requirements specified in the legislation for the work of the enterprise and covers the environmental, social, labor and economic responsibilities of the environment, society as a whole, territorial communities, employees, suppliers, consumers, shareholders.
8. Berezina O.Yu. [1]	Social responsibility is a socio-economic institution that functions as an open system, in which the process of interaction between the corporation and its stakeholders is being developed, which facilitates the reduction of transaction costs, the resolution of a conflict of interest and the acquisition of sustainable competitive advantage by the corporation through the use of social investment, social partnership, social reporting, dividend policy, communications.

Source: compiled by authors.

But there is no generalizing comprehensive study of the problems of social responsibility in the system of Ukrainian enterprises activity. A simple list of terms and concepts that used by scientists in the analysis of social responsibility, shows the complexity and uncertainty of this problem.

All considered existing approaches to understanding the essence of social responsibility are based on two opposing points of view: either to consider business as a means of making profit by honest implementation of the operational function and meeting the needs of the society in the necessary consumer goods, or extending the scope of business responsibilities also duties of ethical and philanthropic character. We can conclude that there are no absolute standards for corporate social responsibility. All these definitions depend on the stage of development or progress of society, cultural characteristics, the specifics of the historical development of the region, industry, country.

Taking into account the definitions offered by international organizations, foreign and domestic scientists, and based on own research, we can assume, that corporate social responsibility can be approached from the point of view of managerial decision. We propose the following definition of corporate social responsibility (CSR): corporate social responsibility of the enterprise is a system of management decisions and measures of the enterprise for integrating social and environmental problems into their business processes and processes of interaction with stakeholders, aimed at achieving the goals of development of the enterprise, sustainable development society and preservation of the environment.

As a system of management decisions within corporate governance, CSR has three stages: preparatory; adoption and implementation of decisions; operational management of implementation.

When making a management decision on the implementation of CSR, management, in essence, translates the enterprise to the next level of business, which solves the following tasks:

- increase of sales volume and market share;
- formation of a high reputation in the eyes of clients;
- improvement of the management process;
- establishment of effective relations with state bodies and control bodies;
- saving on attracting and retaining highly skilled specialists;
- standardization (according to international standards), which allows to enter new markets;
- timely access to up-to-date information from competent sources to ensure speed of response to critical issues in the region and more effective risk management.

The objects of corporate social responsibility are: ecology, demography, security, health, education, culture, science, information, recreation. These areas of human development and society need support from business, primarily economic and organizational. From this it follows that objects of corporate social responsibility of the enterprise include objects of the near and far circle, which may differ for enterprises of different sizes and types of economic activity.

At the levels of CSR management, management decisions are different in importance and duration: at the strategic level it is a subsystem of conceptual and strategic decisions of the enterprise, in tactical and operational - a subsystem of tactical and operational decisions and corresponding measures. Therefore, in our opinion, there is a potential opportunity to integrate strategic decisions of corporate social responsibility into the overall business management strategy without developing a separate CSR strategy.

The CSR, its objects and activities under such conditions, acquire a different status in the management system, changing the voluntary compliance with the principles of CSR and the non-binding implementation of measures for mandatory regulation and control of the implementation of all its procedures.

At the same time, all processes of production and non-productive character from this moment must occur with the observance of the basic principles of social responsibility, so corporate governance can be considered as an internal environment of corporate social responsibility.

The social basis of a modern Ukrainian enterprise should be supported by state regulation of economic and social development processes, which should influence the process of forming social values and form a package of so-called "social orders" - the definition of problems to which the business community must join.

It is possible to integrate social strategic decisions that take into account the interests of company staff, stakeholders and society as the public responsibility of business, in the overall strategy of enterprise management, by integrating the mechanism of corporate social responsibility into the strategy of corporate management at the target, resource and functional levels, which will increase the efficiency and transparency of the mechanism, quality of corporate governance and the image of the enterprise.

The theoretical and methodological basis for the formation of social responsibility, more commonly known in the theory as "corporate social responsibility", in the activities of the enterprise forms a system-logical approach, under which the formation of a mechanism for ensuring corporate social responsibility in the enterprise - a long-term multi-stage development process a set of key elements and their alignment with the key elements of the enterprise strategy.

The speed of the transition of the enterprise to the stage of inclusion of the mechanism of corporate social responsibility in its activities influenced by factors that cover the impact: a) the external environment (market), b) the internal environment (values, resources of the enterprise), and c) both environments simultaneously (crossing the interests of stakeholders).

The key elements of the CR mechanism can be identified:

1. Identification of key competency elements (experience, skills, capabilities, potential, public education and population).
2. Identification and analysis of key stakeholder groups.
3. Strategic alliances that affect the formation of corporate social responsibility (non-governmental organizations, interest groups, government, other enterprises).
4. Phased introduction of CR and staff training: team formation, goal setting, experimentation, dissemination of ideas.
5. Business benefits as a result of introduction of CR-programs: reduction of expenses, increase of efficiency, reduction of risks, creation of additional cost, etc.
6. Social benefits as a result of the implementation of CR-programs: the formation of conscious communities, strong interconnections with local communities, productivity of personnel.

Areas of forming a mechanism for ensuring social responsibility in the activities of the domestic enterprise, which determine the nature of the relevant instruments, are as follows: organizational, economic and normative-methodical.

We propose such content and consistency of stages of the formation of the CSR mechanism in the management system of the enterprise and it is presenting in Figure 1.

We propose to divide the CSR tools of the company into internal and external, depending on the focus on different groups of stakeholders of the enterprise (Table 2). Internal CSR tools affect the main groups of interests of management personnel of an enterprise and its employees, and external ones affect the state, civic organizations, the local community, consumers, partners, investors, etc. according to management levels, the distribution of CSR tools takes place taking into account their role in achieving strategic, tactical and operational goals. That is why the compilation of a social (non-financial) report - social reporting - refers to operational and, at the same time, strategic instruments of social responsibility.

Table 2 – Corporate CSR tools of the company

Group of tools	List of tools
Relative to the company	
1. Internal	Corporate Ethics Code, trainings for ethical behavior, ethics cards, the system of moral encouragement and punishment.
2. External	Social report, social investment, social expertise, volunteer activity
Relative to the level of enterprise management	
1. Strategic	CSR Strategy, Corporate Governance Code, Corporate Ethics Code, Stakeholders' Card, Social Investments, Social Programs, Volunteer Activity, Social Report
2. Tactical	Department of CSR, ethical expertise, ethical trainings, system of methods of moral promotion and punishment, charitable marketing.
3. Operative	Social communication, teaching ethical behavior, developing ethics cards, social audits, social report.

Source: compiled by authors.

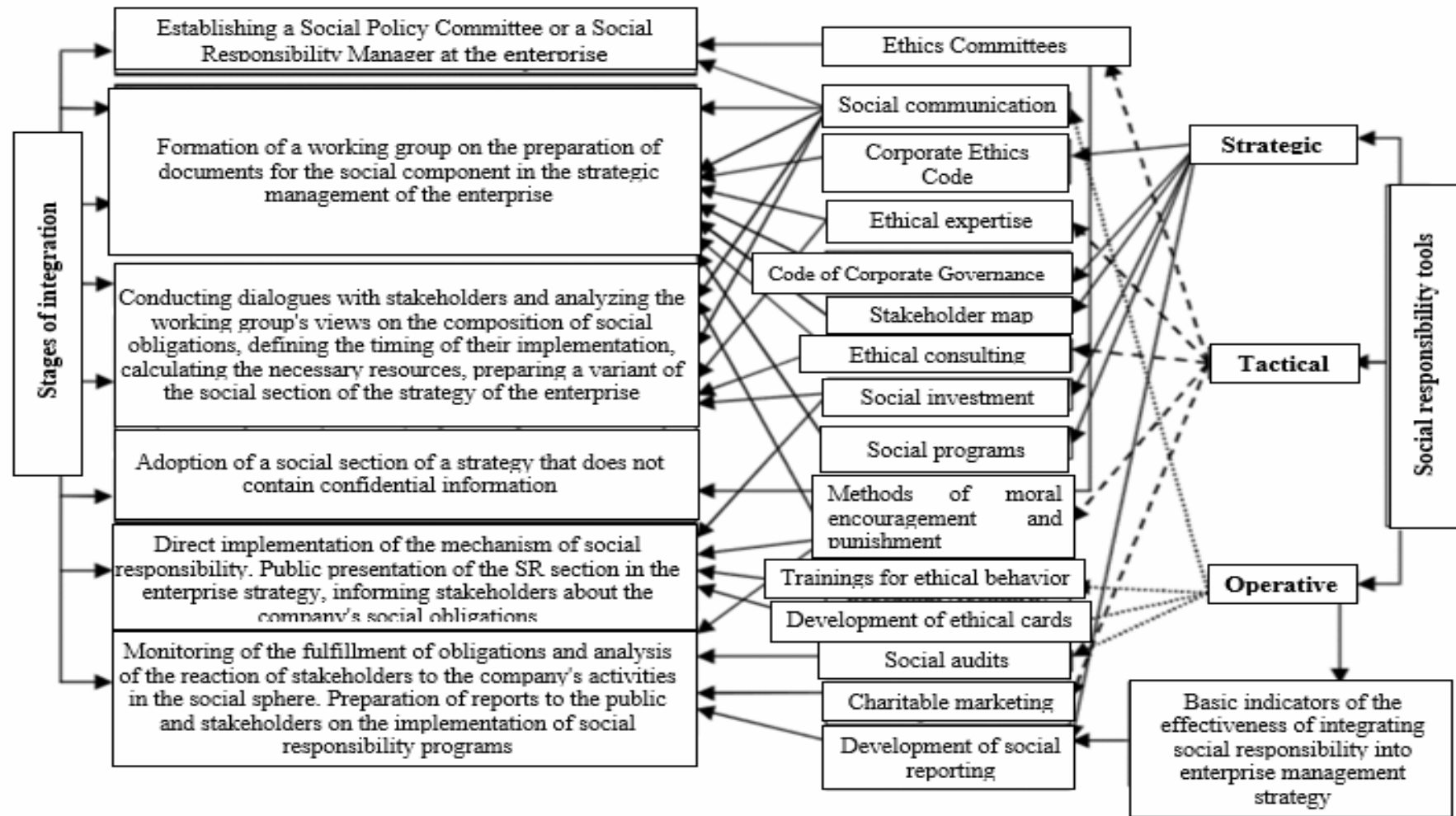


Figure 1 - The content and consistency of the stages of the formation of the CSR mechanism in the enterprise management system
 Source: compiled by authors.

We offer the form of implementation of CSR tools in the enterprise management system and their application at the management levels (Table 3), which allows determining the levels and sequence of both implementation and use of social responsibility tools.

Table 3 – Form of implementation of social responsibility tools into the management system of the enterprise

Tools	List and sequence of tools	Form of normative consolidation
Stages 1-2. The decision on implementation of the mechanism for providing CSR to the management system of the enterprise. Create a work group to develop a documentary database		
Strategic	CSR strategy. Corporate Governance Code. Corporate Ethics Code	Order (task, number, term)
Tactical	Department of CSR	
Operative	Social communication	

Source: compiled by authors.

The following measures are desirable in order to further improve the procedures and content of CSR integration into the strategy of the enterprise at the level of tactical and operational management: a) organizational: the creation of a new department or the complement of the functional department of the existing, which will include CSR; creation of an information center of the enterprise (call-center), which will answer the question of stakeholders on CSR, will provide them with informational and methodical support; participation of the company in educational events and national competitions on CSR, quality, inclusive innovations; introduction of own competitions on CSR topics; b) economic: developing and introducing a system of preferences for those units of the enterprise that implement inclusive innovations and socially important programs; c) information: introduction of own and participation of external information campaigns on social responsibility, publication of articles in the mass media and the preparation of thematic TV and radio programs; exchange of experience on the content and effectiveness of CSR programs and activities with other enterprises; creating its page or column on the company's website to highlight measures for its socially responsible behavior.

In our opinion, the main disadvantages of integrating CSR into the management system, documents and processes of an enterprise are: - additional expenses for the implementation of ordinary activities; - increasing pressure on the activity of enterprises on the part of stakeholders, as well as from public organizations and the media; - attraction of excessive attention of the tax authorities to the component costs of the enterprise.

Conclusions and prospects for further researches. Taking into account the theoretical analysis of the conceptual bases of formation of the mechanism of providing corporate social responsibility as an integral part of effective enterprise activity, as well as taking into account the modern obstacles in its providing with the identification of key components of the CSR mechanism of the modern enterprises, we are able to form such mechanism in the enterprise management system. At the same time, we propose to divide the CSR instruments of the enterprise into internal and external ones, depending on the focus on different groups of stakeholders of the enterprise. It also proposes a form of CSR implementation in the enterprise management system and their application at management levels, which allows determining the levels and consistency of both implementation and use of social responsibility tools.

Consequently, the formation and integration of the CSR mechanism in the enterprise management system will enable the company: to create a positive image; improve business reputation; create a stable business environment; reduce non-financial risks; increase investment attractiveness; accelerate the capitalization of the enterprise in the long run.

Since we have already considered the ways and approaches to the formation and integration of the corporate social responsibility mechanism into the enterprise management system, the prospects for further research in this area will be related to the development and documentation of a CSR strategy that will be aimed at achieving economic results and long-term socially responsible interaction with the environment.

Список літератури

1. Березіна О.Ю. Соціальна відповідальність корпорацій в системі соціально-трудова відносин : автореф. дис. на здобуття наук. ступня канд. екон. наук : спец. 08.00.07 «Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика». Х., 2011. 20 с.
2. Благов Ю.Е. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности. *Вестник Санкт-Петербургского университета: Сб. научн. трудов.* Санкт-Петербург, 2006. Вып. 2. С. 320-330.
3. Благов Ю.Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление. *Российский журнал менеджмента.* 2004. № 2(3). С. 17-34.
4. Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции. СПб. : Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. 272 с.
5. Благов Ю.Е. Корпорация как моральный агент. *Российский журнал менеджмента.* 2006. № 4. С. 93-98.
6. Благов Ю.Е. Бизнес и общество: новая парадигма исследований: [Рец. кн.]. *Российский журнал менеджмента.* 2002. № 1(2). С. 151-159
7. Гнібіденко І. Глобальні зміни у соціально-трудова сфері: стан та вплив на трансформацію інститутів соціального захисту населення. *Україна: аспекти праці.* 2015. № 4. С. 3-7
8. Грицина Л.А. Механізм формування корпоративної соціальної відповідальності в управлінні підприємством : автореф. дис. на здобуття наук. ступня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Хмельницьк, 2009. 20 с.
9. Друкер П. Классические работы по менеджменту. М. : «Альпина Паблишер», 2008. 220 с.
10. Костишина Т., Рудич Л. Стратегія соціальної відповідальності кооперації як складової формування людського потенціалу та забезпечення якості життя сільського населення. *Україна: аспекти праці.* 2015. № 6. С. 45-50.
11. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / пер. з англ. С. Яринич. К.: Стандарт, 2005. 436 с.
12. Колот А. Сучасна філософія корпоративної соціальної відповідальності: еволюція поглядів. *Україна: аспекти праці.* 2013. № 8. С. 3-17.
13. Петрашко Л.П. Корпоративна відповідальність в парадигмі глобального управління : автореф. дис. на здобуття наук. ступня д-ра. екон. наук : спец. 08.00.02 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини». Київ, 2013. 40 с.
14. Садова У. Я. Формування соціальної політики та механізм її реалізації в регіоні : дис. ... доктора екон. наук: 08.00.07. Л, 2007. 417с.
15. Семікіна М.В. Регулювання конкурентоспроможності у сфері праці / відп. ред. В.В. Онікієнко. Кіровоград: ПВЦ «Мавік», 2004. 146 с.
16. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: моногр. / А.М. Колот, О.А. Грішнова та ін. ; ред. А.М. Колот. К. : КНЕУ, 2012. 501 с.
17. Черних О.В. Управління соціальною відповідальністю на великих підприємствах : автореф. дис. на здобуття наук. ступня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Донецьк, 2012. 24 с.
18. Шаульська Л.В. Розвиток соціального підприємництва як напрям державного регулювання ринку праці. *Економіка і організація управління.* 2016. № 2 (22). С. 300-309.
19. Bowen H.R. Social Responsibilities of the Businessman. N.Y. Harpers Row, 1953. 298 p.
20. Davis K. Model of corporate social responsibility. *Management innovations* : web-site. URL : <https://managementinnovations.wordpress.com/2008/12/06/keith-davis-model-of-corporate-social-responsibility/> (дата звернення 10.04.2019)

21. Carroll A. B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*. 1991. №34(4). P. 39–48.
22. Carroll A. B. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*. 1991. №38(3). P. 268–295.
23. Fridman M. The Social Responsibility of Business is to increase its Profits. *New York Times Magazine*. 1970. № 32. P. 122-126
24. Kotler P., Lee, N. Corporate Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause. Wiley, Hoboken, New Jersey, 2015. 542 c.
25. Sethi S. P. Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytic Framework. *California Management Review*. 1975. №17(3). P. 258–264.
26. Sethi S.P. Dimensions of Corporate social responsibility. *California Management Review*. 1975. №17(3). P. 58-64.

References

1. Berezina, O.Yu. (2011). Sotsial'na vidpovidal'nist' korporatsij v systemi sotsial'no-trudovykh vidnosyn [Social responsibility of corporations in the system of social and labor relations]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Kharkiv [in Ukrainian].
2. Blagov, Ju.E. (2006). Genezis koncepcii korporativnoj social'noj otvetstvennosti [Genesis of the concept of corporate social responsibility]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta: Sb. nauchn. trudov. – Bulletin of St. Petersburg University: Collection of scientific works*, 2 [in Russian].
3. Blagov, Ju.E. (2004). Koncepcija korporativnoj social'noj otvetstvennosti i strategicheskoe upravlenie [The concept of corporate social responsibility and strategic management]. *Rossiiskij zhurnal menedzhmenta – Russian Management Journal*, 2, (3), 17-34 [in Russian].
4. Blagov, Ju.E. (2010). *Korporativnaja social'naja otvetstvennost': zvoljucija koncepcii [Corporate social responsibility: the evolution of the concept]*. SPb.: Izd-vo «Vysshaja shkola menedzhmenta» [in Russian].
5. Blagov, Ju.E. (2006). Korporacija kak moral'nij agent [Corporation as a moral agent]. *Rossiiskij zhurnal menedzhmenta – Russian Management Journal*, 4, (4), 93-98 [in Russian].
6. Blagov, Ju.E. (2002). Biznes i obshhestvo: novaja paradigma issledovanij [Business and Society: A New Research Paradigm]. *Rossiiskij zhurnal menedzhmenta – Russian Management Journal*, 1, (2), 151-159 [in Russian].
7. Hnibidenko, I. (2015). Hlobal'ni zminy u sotsial'notrudovij sferi: stan ta vplyv na transformatsiiu instytutiv sotsial'noho zakhystu naseleння [Global changes in the social-labor sphere: the state and influence on the transformation of institutions of social protection of the population]. *Ukraina: aspekty pratsi - Ukraine: aspects of labor*, 4, 3-7 [in Ukrainian].
8. Hrytsyna, L.A. (2009). Mekhanizm formuvannia korporativnoi sotsial'noi vidpovidal'nosti v upravlinni pidpriemstvom [The mechanism of formation of corporate social responsibility in the management of the enterprise]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Khmel'nyts'k [in Ukrainian].
9. Drucker, P. (2008). *Klassicheskie raboty po menedzhmentu [Classic management]*. M.: «Al'pina Publisher [in Russian].
10. Kostyshyna, T., & Rudych, L. (2015). Stratehiia sotsial'noj vidpovidal'nosti kooperatsii iak skladovoi formuvannia liuds'koho potentsialu ta zabezpechennia iakosti zhyttia sil'skoho naseleння [Strategy of social responsibility of cooperation as a component of human potential formation and quality assurance of rural population]. *Ukraina: aspekty pratsi - Ukraine: aspects of labor*, 6, 45-50 [in Ukrainian].
11. Kotler, F. (2005). *Corporate Social Responsibility. How to do as much good as possible for your company and society*. (S. Yarynich, Trans). K.: Standard.
12. Kolot, A. (2013). Suchasna filosofii korporativnoi sotsial'noi vidpovidal'nosti: evoliutsiia pohliadiv [Modern philosophy of corporate social responsibility: the evolution of views]. *Ukraina: aspekty pratsi - Ukraine: aspects of labor*, 8, 3-17 [in Ukrainian].
13. Petrashko, L.P. (2013). Korporativna vidpovidal'nist' v paradyhmi hlobal'noho upravlinnia [Corporate Responsibility in the Paradigm of Global Governance]. *Extended abstract of Doctor's thesis*. Kyiv [in Ukrainian].
14. Sadova, U. Ya. (2007). Formuvannia sotsial'noi polityky ta mekhanizm ii realizatsii v rehioni [Formation of social policy and the mechanism of its realization in the region]. *Extended abstract of Doctor's thesis*. Kyiv [in Ukrainian].
15. Semykina, M.V. (2004). *Regulation of competitiveness in the workplace*. V.V. Onikiienko (Ed.). Kirovohrad: PVTs «Mavik».
16. Kolot, A.M., Hrishnova, O.A., et al. (2012). *Social Responsibility: Theory and Practice of Development*. A.M. Kolot (Ed.). K.: KNEU.

17. Chernykh, O.V. (2012). Upravlinnia sotsial'noiu vidpovidal'nistiu na velykykh pidpriemstvakh [Management of social responsibility at large enterprises]. *Extended abstract of candidate's thesis. Donets'k* [in Ukrainian].
18. Shaul's'ka, L.V. (2016). Rozvytok sotsial'noho pidpriemnytstva iak napriam derzhavnoho rehuliuвання rynku pratsi [Development of social entrepreneurship as a direction of state regulation of the labor market]. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia - Economics and management organization, 2 (22)*, 300-309 [in Ukrainian].
19. Bowen, H.R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. N.Y. Harpers Row [in English].
20. Davis, K. (2008). Model of corporate social responsibility. *Management innovations*. Retrieved from <https://managementinnovations.wordpress.com/2008/12/06/keith-davis-model-of-corporate-social-responsibility/> [in English].
21. Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons, 34(4)*, 39–48 [in English].
22. Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society 38(3)*, 268–295. [in English].
23. Fridman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to increase its Profits. *New York Times Magazine, 32*, 122-126 [in English].
24. Kotler, P. & Lee, N. (2005). *Corporate Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Wiley, Hoboken, New Jersey [in English].
25. Sethi, S.P. (1975). Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytic Framework. *Management Review, 17(3)*, 258–264 [in English].
26. Sethi, S.P. (1975). Dimensions of Corporate social responsibility. *Management Review, 17 (3)*, 58-64. [in English].

М.В. Бугасва, доц., канд. екон. наук

Центральноукраїнський національний технічний університет, м. Кропивницький, Україна

В.М. Рубан, доц., канд. екон. наук

Донецький національний медичний університет, м. Кропивницький, Україна

Формування механізму забезпечення корпоративної соціальної відповідальності як складової ефективної діяльності підприємства

Метою дослідження є визначення практичних рекомендацій щодо розробки механізму забезпечення корпоративної соціальної відповідальності (далі – КСВ) та його впровадження в діяльність підприємства.

Запропонована змістовність та послідовність етапів формування механізму КСВ у систему управління підприємством, система інструментів КСВ. Обґрунтовано, що для вирішення тактичних завдань КСВ найбільш дієвими виявляються комітети з етики, проведення етичних експертиз, етичне консультування, які підвищують репутацію та інвестиційну привабливість підприємства, рівень довіри з боку ключових стейкхолдерів, знижують транзакційні витрати. Інструменти КСВ підприємства запропоновано розділити також на внутрішні і зовнішні в залежності від спрямованості на різні групи стейкхолдерів підприємства. Розроблено форму впровадження інструментів КСВ у систему управління підприємства та їх застосування за рівнями управління, яка дозволяє визначити рівні та послідовність як впровадження, так і застосування інструментів соціальної відповідальності. Даний підхід покладено у послідовність етапів та характеристику застосовності на них інструментів КСВ. Виокремлено організаційні та ціннісноутворюючі механізми, які доцільно залучити до інтегрування КСВ у стратегію підприємства.

Доведено, що доцільними є такі заходи щодо удосконалення в подальшому процедур та змісту інтегрування КСВ у стратегію підприємства на рівні тактичного та оперативного управління ним: а) організаційні: створення нового відділу або доповнення функціонального контуру існуючого, до компетенції якого належатиме КСВ і; створення інформаційного центру підприємства (call-center), що відповідатиме на питання стейкхолдерів стосовно КСВ, надаватиме їм інформаційну та методичну підтримку; участь підприємства у освітніх заходах та національних конкурсах з КСВ, якості, інклюзивних інновацій; запровадження власних конкурсів з тематики КСВ; б) економічні: розроблення та запровадження системи преференцій для тих підрозділів підприємства, що запроваджують інклюзивні інновації та соціально важливі програми; в) інформаційні: запровадження власних та участь зовнішніх інформаційних кампаніях зі соціальної відповідальності, публікація статей у засобах масової інформації і підготовка тематичних теле-та радіопрограм; обмін досвідом щодо змістовності та результативності програм і заходів із КСВ з іншими підприємствами; створення її сторінки або рубрики на веб-сайті підприємства для висвітлення заходів з його соціально відповідальної поведінки.

Обґрунтовано, що формування та інтегрування механізму КСВ у систему управління підприємством надасть можливість підприємству: створити позитивний імідж; поліпшити ділову

репутацію; створити стабільне ділове середовище; знизити нефінансові ризики; підвищити інвестиційну привабливість; прискорити капіталізацію підприємства в довгостроковій перспективі.

система управління підприємством, стратегія підприємства, корпоративна соціальна відповідальність, інструменти корпоративної соціальної відповідальності підприємства, механізм корпоративної соціальної відповідальності

Одержано (Received) 18.04.2019

Прорецензовано (Reviewed) 20.05.2019

Прийнято до друку (Approved) 04.06.2019

УДК 004[657+005]338.4

JEL Classification: M41, M21, M15

DOI: [https://doi.org/10.32515/2663-1636.2019.2\(35\).190-198](https://doi.org/10.32515/2663-1636.2019.2(35).190-198)

О.І. Волот, доц., канд.екон.наук

Чернігівський національний технологічний університет, м. Чернігів, Україна

Застосування хмарних технологій в обліку та управлінні підприємствами реального сектору економіки

Висвітлені питання щодо визначення сучасного стану та тенденцій розвитку й використання хмарних технологій в обліку та управлінні підприємствами, досвіду впровадження «хмар» у провідних країнах світу, застосування та використання хмарних обчислювань як компонентів нових ІКТ для обліку та управління підприємствами реального сектору економіки країни. Представлено моделі хмарних технологій, які орієнтовані на кінцевого користувача, а також наведено приклади застосування хмарних технологій в автоматизації обліку та управління підприємствами та хмарні платформи сучасних корпорацій. Визначено основні переваги та недоліки використання хмарних технологій для споживачів та організацій, ризики використання хмарних сервісів

бухгалтерський облік, управління, інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), інформаційні технології (ІТ), хмарні технології

Е.И. Волот, доц., канд.экон.наук

Черниговский национальный технологический университет, г. Чернигов, Украина

Применение облачных технологий в учете и управлении предприятиями реального сектора экономики

Освещены вопросы определения современного состояния и тенденции развития и использования облачных технологий в учете и управлении предприятиями, опыта внедрения «облаков» в ведущих странах мира, внедрения и использования облачных вычислений как компонентов новых ИКТ для учета и управления предприятиями реального сектора экономики страны. Представлены модели облачных технологий, ориентированных на конечного пользователя, а также приведены примеры применения облачных технологий в автоматизации учета и управления предприятием и облачные платформы современных корпораций. Определены основные преимущества и недостатки использования облачных технологий для потребителей и организаций, риски использования облачных сервисов

бухгалтерский учет, управление, информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), информационные технологии (ИТ), облачные технологии

Постановка проблеми. Новітні досягнення у царині інформаційних технологій особливо актуальні для підприємств реального сектору економіки. Як свідчить практика, інформаційна підсистема управління будь-якого підприємства в сучасних умовах успішно функціонує лише при її інтеграції з інтернет-технологіями, які стають одним з основних інструментів підвищення ефективності господарювання в умовах лібералізації економічного простору. Застосування ІКТ об'єктивно зумовлене такими чинниками, як подальша глобалізація економіки, перехід до європейських і світових стандартів тощо. Подальшому розвитку і шляхам побудови нової інфраструктури країни, новим технологічним рішенням реалізації ІТ систем у сучасному світі сприяють хмарні технології, що набувають дедалі більш широких обертів, відповідно питання їх застосування є актуальними на сьогодні.