

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ
ВИЩА ШКОЛА ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ В М. ЛЮБЛІН**

СОЦІАЛЬНО-КОМПЕТЕНТНЕ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАЦІЯМИ В УМОВАХ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції
присвячена 25 річниці створення
Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Луцьк 2018

УДК 334.78.005.35(082)

С69

Рекомендовано до друку вченою радою Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки (протокол № 14 від 29.11.2018 р.)

Рецензенти:

Ковальська Л.Л. – доктор економічних наук, професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Луцького національного технічного університету

Черчик Л.М. - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки

Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки: [матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (28 листопада 2018 р.)]/ відп. ред. О. М. Полінкевич, Л. В. Шостак. – Луцьк, 2018. – 530с.

У збірнику подано тези доповідей на Міжнародній науково-практичній конференції. У них відображено теоретичні основи, перспективи забезпечення ефективності суб'єктів господарювання, перспективи розвитку корпорацій в умовах розвитку неоіндустріальної економіки.

Для науковців, економістів, фахівців і всіх, хто цікавиться питаннями розвитку економічної системи України.

УДК 334.78.005.35(082)

© Полінкевич О.М., Шостак Л.В. (упорядкування), 2018

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ І. Тенденції розвитку корпоративного менеджменту та маркетингу

Бакалінський О.В., Балюта О.В. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ТОРГОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	14
Бойко О. В., Кусик М. І. ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА	17
Вишневська О. А. РЕКЛАМА ЯК НЕВІД'ЄМНОГО ЕЛЕМЕНТУ УСПІШНОЇ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	20
Голець О.В., Коваль С.І. РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УПРАВЛІНСЬКОМУ ПРОЦЕСІ	23
Гонтаренко Н.А., Хоменчук Д.В., Хильчук Е.В. ПРОТИДІЯ ДИСКРИМІНАЦІЇ В РЕКЛАМІ ЯК ЕЛЕМЕНТ СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ	25
Гонтаренко Н.А., Ющук М.І., Хоменчук Д.В. ТОВАРНА ПОЛІТИКА ПрАТ «РІВНЕ-БОРОШНО» В КОНТЕКСТІ КОНЦЕПЦІЇ ІНТЕГРОВАНОГО МАРКЕТИНГУ	27
Грінченко Ю.Л., Пендріков С.І. 4Р – МАРКЕТИНГ МІКС ДЛЯ БРЕНДА ZIAJA	30
Громова О. Є., Євтухівський І. В., Геліч Я. В., Голбан М. В. ПРОБЛЕМИ, ЩО МОЖУТЬ ВИНИКНУТИ ПІД ЧАС ВИБОРУ ТОВАРУ ІНДУСТРІАЛЬНИМ СПОЖИВАЧЕМ	33
Громова О.Є., Добридень А. А., Пастушенко В. В. ВПЛИВ РЕФЕРЕНТНИХ ГРУП НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ	35
Громова О.Є., Таранюк І. В., Ярова М. В. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ	37
Дибчук Л.В., Драбовський А.Г. ГНУЧКИЙ КАДРОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	39
Дєєва Н. Е., Зінюк М. С. УМОВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ	42
Жадько К.С., Биков Б.Д, Самойленко Д.М. ПЕРСОНАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ В УМОВАХ СУЧАСНОГО РИНКУ	45
Коваль С.І., Стрельчук К.Р. ВНУТРІШНІЙ ІМІДЖ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ ТА ЙОГО ПОЗИЦІОНУВАННЯ НА РІВНІ МІСІЇ І ЦІННОСТЕЙ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ	48
Кривошеєва В. В. ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	50
Куцик В. І., Мирошновиченко А. І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	51
Левицький В.В., Поляк М.О. ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ	54

Баган Н., Співак І. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ	448
Бобко Л.О. СУЧАСНИЙ СТАН ВІТЧИЗНЯНИХ ПРАКТИК КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	449
Бобко Л.О., Адамчук Н.Я. СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ В ДЕМОКРАТИЧНОМУ СУСПІЛЬСТВІ	452
Бортнік С.М., Мильничук М.Я. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	455
Вишневська О.А., Мироненко Д.О. СУЧАСНА ПРОБЛЕМА ФАЛЬСИФІКАЦІЇ ТОВАРІВ У КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	458
Волинець І. Г. СКЛАДОВІ ТА ФОРМИ ПРОЯВУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ	461
Гаєвська О. П., Сулима Я. В. ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В КОРПОРАТИВНІЙ КУЛЬТУРІ	462
Герасименко О.В., Калагурка С.Т. ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ КОМУНІКАТИВНОЇ ФІЛОСОФІЇ БІЗНЕСУ ТА ВЛАДИ	464
Головач Н.А., Пашенко О.П. РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ	467
Грицина Л.А. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СЕРЕД УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ	470
Грицюк Н.О. ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	473
Дибчук Л.В., Пітик О.В. КОМУНІКАЦІЇ В КОЛЕКТИВІ: ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОГО ДУХУ	475
Дубініна М. В., Брашавецька О. В. СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ І ДОСВІД РЕГЛАМЕНТАЦІЇ НОРМ ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ БУХГАЛТЕРІВ ТА АУДИТОРІВ	478
Жигар Н.М. РОЛЬ СТЕЙКХОЛДЕРІВ В СОЦІАЛЬНІЙ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОРПОРАЦІЙ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ	481
Карпенко А.В., Сокальська М.С. ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА	483
Krawtschenko S.A. DIE KORPORATIVE SOZIALE VERANTWORTUNG WIE DAS BUSINESS-KEJS	485
Ліпич Л.Г., Павлюк В. О. ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА	489
Мазур Н.О., Целюх Я.О. РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА В УКРАЇНІ: ДОСВІД ВІТЧИЗНЯНИХ БАНКІВ	492
Морохова В.О., Бойко О.В., МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ	495
Оскома О.В., Некрасова В.О. НЕОБХІДНІСТЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ	497
Панченко Н.Г. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ ЯК	499

Проблематика соціальної відповідальності підприємства є надзвичайно актуальною сьогодні у зв'язку з низкою чинників, зокрема євроінтеграційними процесами, що відбувалися в Україні, збільшенням прозорості українських кордонів для іноземних капіталів та виходом українського виробника на зовнішні ринки [3].

Концепція соціальної відповідальності підприємства є засобом покращення бізнес процесів, технологій, ділової та загально суспільної репутації підприємства, підвищення мотивації та продуктивності працівників, поліпшення економічних показників підприємства, підвищення ефективності управління та конкурентної спроможності підприємства, мінімізації ризиків та забезпечення збалансованого розвитку [3].

Підсумовуючи викладене, можна підтвердити висновок, що саме в межах стратегії КСВ існує можливість для оптимізації внутрішньої соціальної політики підприємств, що, зрештою, сприятиме формуванню та нарощуванню соціального капіталу компанії, стабілізації ринку зайнятості та зростанню ефективності мотивації трудових ресурсів [5].

Список використаних джерел:

1. Катихін Є.О. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу та її основні принципи // Статистика України. – 2011. - № 3. – С. 83-86.
2. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / Кол. автор.: Лазоренко О., Колишко Р. та ін. – К.: Видавництво «Енергія», 2008. – 96 с. – режим доступу до інформації: <http://doc-0g-94-docsviewer.googleusercontent.com>
3. Яковлев П.О., Приходченко Я.В. Корпоративна соціальна відповідальність як інструмент менеджменту. – режим доступу до інформації: <http://www.rusnauka.com>
4. Лебедев І.В. Корпоративна соціальна відповідальність: модель для України. – режим доступу до інформації: <http://www.kneu.kiev.ua>
5. Супрун Н.А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку // Економіка і прогнозування. – 2009. – С. 61-74.

Панченко Н.Г., к.е.н., доц.
Український державний університет
залізничного транспорту,
м.Рівне, Україна

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Вступ. Формування на залізничному транспорті ринкових відносин і підвищення конкурентоспроможності його підприємств є одним із стратегічних завдань подальшого розвитку залізничного транспорту та залежить від впливу багатьох внутрішніх та зовнішніх факторів.

Як справедливо зауважує Н.Є. Каличева, конкурентоспроможність підприємств транспортного сектору визначається їх гнучкістю та вмінням адаптуватися до всіх змін, котрі відбуваються як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі [1, с. 140]. З огляду на специфіку ринку транспортних послуг у сучасних умовах, успішне функціонування залізниць як одного з головних складників вітчизняної транспортної системи повинне ґрунтуватися на основі ринкових методів організації та управління.

Беручи до уваги тривалу нестабільну економічну ситуацію в Україні, що безпосередньо відбивається на результатах діяльності як транспортної галузі у цілому, так і залізничного транспорту зокрема, виникає потреба у вирішенні складних питань його адаптації до роботи у нових умовах з метою підвищення рівня конкурентоспроможності в перспективі.

Основний текст. Конкурентоспроможність залізничного транспорту необхідно підходити як до складної категорії, що крізь призму специфічних властивостей залізничного транспорту розглядається на рівні внутрішніх та зовнішніх перевезень, безпосередньо залежить від конкурентоспроможності вантажних та пасажирських перевезень та характеризується здатністю залізничного транспорту зберігати стійке положення на ринку перевезень. Джерела формування конкурентних переваг підприємств, у тому числі і підприємств залізничного транспорту, мають різноманітний характер. Так, Л. Шеховцева зазначає, що джерелами формування конкурентних переваг є фактори виробництва; ефективне інвестування в освіту, технології та ліцензії; створення нових ефективних видів продукції, виробничих процесів та інших інновацій; використання створеного багатства для забезпечення економічного зростання [2, с. 13]. Суттєве зниження собівартості продукції; збільшення обсягів діяльності, укрупнення підприємств; розгортання діяльності в сегментах з кращими умовами визначаються у якості джерел формування конкурентних переваг у роботі Л.О. Лігоненко [3, с. 15]. Відомий фахівець в питаннях конкурентоспроможності підприємств, В.Л. Дикань, до внутрішніх факторів конкурентоспроможності відносить: системи та методи управління фірмою, рівень техніки та технології на підприємстві, систему розробки та впровадження нововведень, рівень організації виробництва, систему планування, економічного стимулювання, соціальні, психологічні, екологічні фактори [4, с.43].

Таким чином, наразі основними факторами конкурентоспроможності підприємств залізничного транспорту є забезпеченість кваліфікованою робочою силою, ступінь її мотивації, розподіл відповідальності та форми праці, які визначають ефективність використання персоналу. В сучасних умовах все ще недостатньо використовуються творчі спроможності людини, не належну увагу приділяється задоволенню соціальних потреб працівників.

В роботі Я. Панчишина акцентовано увагу на конкурентоспроможності залізничного транспорту на внутрішньому та зовнішньому ринках перевезень, що розкривається через відповідність головним вимогам загальноєвропейської залізничної системи: швидкості, інтермодальності та інтеропераційності. Автором доведено, що конкурентоспроможність залізничного транспорту забезпечується сукупністю конкурентних переваг [5, с. 185-186]. При цьому необхідно звернути

увагу на потенційні можливості залізничного транспорту, які, при створенні сприятливих умов, можуть увійти до переліку конкурентних переваг. Такими умовами є: державне регулювання, фінансове забезпечення, розвиненість інформаційного сектору, організація спільних дій з постачальниками продукції та споживачами послуг, зацікавленість керівництва залізничного транспорту в інноваційному розвитку галузі у цілому та структурних підрозділів зокрема.

Одним з перспективних факторів конкурентоспроможності підприємства необхідно розглядати його соціально-відповідальну діяльність [6, с.179]. На мікрорівні визначають такі напрями позитивного впливу етики бізнесу на діяльність підприємства:

- фінансові аспекти – існує позитивна взаємозалежність між етичною та соціально відповідальною поведінкою підприємства та прибутковістю його діяльності в довгостроковій перспективі [7, с. 118];

- продуктивність праці – створення різних мотиваційних схем, можливостей для перенавчання та підвищення кваліфікації, розвиток неформальних форм спілкування, турбота про здоров'я та моральний клімат в колективі сприяє збільшенню продуктивності праці;

- відносини з іншими групами стейкхолдерів – створення сприятливий умов для спілкування та налагодження довготривалих відносин зі споживачами, інвесторами, державою тощо [8, с. 184].

Таким чином, конкурентоспроможність підприємств залізничного транспорту в значній ступені визначається впливом соціальних факторів, до яких пропонуємо віднести такі:

- сформовані трудові відносини в колективі;
- розвиненість соціальної інфраструктури;
- соціально-психологічний клімат в колективі, корпоративна культура;
- рівень сприйняття колективом концепції соціально-відповідального бізнесу;
- мотиваційний механізм на підприємстві, у т.ч. ефективність соціального пакету;
- рівень впровадження соціальних проектів та реалізації соціальних програм тощо.

Висновки та пропозиції. Беручи до уваги діяльність підприємств залізничного транспорту, необхідно відмітити, що механізм соціального захисту, реалізований на зазначених підприємствах, має ефект як на рівні самого підприємства, так і на рівні усього народного господарства. Це визначається загальноекономічним значенням залізничного транспорту. З точки зору підвищення конкурентоспроможності транспортних підприємств соціальний захист персоналу обґрунтовується: забезпеченням зайнятості працівників залізничного транспорту; збільшенням рівня безпеки та умов праці працівників залізничного транспорту; забезпеченням зайнятості та зменшення рівня безробіття в супутній галузях; забезпеченням мало захищених верств населення через наповнення державного бюджету країни.

Список використаних джерел:

1. Каличева Н.Є. Методологічні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємств залізничного транспорту за рахунок управління конкурентними

позиціями / Н.Є. Каличева // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. – 2017. – Вип. 27. – Част. 1. – С. 139-142.

2. Шеховцева Л.С. Конкурентоспособность региона: факторы и метод создания / Л.С. Шеховцева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – №4(24). – С. 11-16.

3. Лігоненко Л.О. Підприємство в умовах глобалізації: усвідомлення нових реалій. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва в Україні / Л.О. Лігоненко: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції; відп. ред. А. А. Мазаракі. – К.: КНТЕУ, 2005. – 310 с.

4. Дикань В.Л. Обеспечение конкурентоустойчивости предприятия: монография / В.Л. Дикань. – Харьков: Основа, 1995. – 160 с.

5. Панчишин Я.М. Конкурентостійкість підприємств залізничного транспорту / Я.М. Панчишин // Вісник економіки транспорту і промисловості: зб. наук. праць. – Харків: УкрДАЗТ. – 2008. – №24. – С. 184-188.

6. Толстова А.В. Інструменти забезпечення конкурентоспроможності національної мережі МТК / А.В. Толстова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – №29. – С. 230-235.

7. Токмакова І.В. Принципи забезпечення гармонійного розвитку залізничного транспорту / І.В. Токмакова // Вісник економіки транспорту і промисловості: збірник наукових праць. – Харків, УкрДАЗТ. – 2012. – Вип. 40. – С. 116-120.

8. Уткіна Ю.М. Управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства / Ю.М. Уткіна // Вісник економіки транспорту і промисловості: збірник наукових праць. – Харків, УкрДАЗТ. – 2011. – Вип. 35. – С. 182-186.

Ровенець Т.О., к.е.н, доц. НУВГП
Павлюк В.В. студент
Національний університет водного
господарства та природокористування,
м.Рівне, Україна

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЗА ДОПОМОГОЮ СОЦІАЛЬНОЇ ЗВІТНОСТІ

На сьогоднішній день соціальна відповідальність займає не останню роль у розвитку бізнесу, адже від неї напряду залежить зв'язок між компаніями і громадськістю.

Я б хотів почати дані тези з визначення, що таке соціальна відповідальність і чому саме вона відіграє таку велику роль у формуванні в очах суспільства позитивного ставлення до підприємств. Науковці подають таке визначення: соціальна відповідальність – це вільний вибір компанії на користь зобов'язання підвищувати добробут суспільства, реалізуючи відповідні підходи до ведення бізнесу. [1]

Наукове видання

**СОЦІАЛЬНО-КОМПЕТЕНТНЕ УПРАВЛІННЯ
КОРПОРАЦІЯМИ В УМОВАХ ПОВЕДІНКОВОЇ
ЕКОНОМІКИ**

Матеріали Міжнародної. науково-практичної конференції
(28 листопада 2018 року)

Друкується в авторській редакції

Відповідальність за інформацію, викладену в публікаціях,
несуть автори

Коректор Л.В. Шостак
Технічний редактор Л.В. Шостак