

що зменшить ризик появи браку та виникнення дефектів. По-перше, це зменшить витрати і скоротить собівартість продукції. По-друге, зменшиться кількість прихованих дефектів у виготовленій та реалізованій продукції. В результаті у сфері експлуатації витрати на гарантійне і сервісне обслуговування продукції будуть меншими.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Ганькевич Т.В. Внутренний аудит интегрированных систем менеджмента / Т.В. Ганькевич, В.А. Ягодзинський // Хлебопекарское и кондитерское дело. – 2008. – №2. – С. 57-59.

### **ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

**О.В. Тур**, канд. екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

Упродовж останніх років почастишали дискусії відомих учених навколо визначення концепції корпоративної соціальної відповідальності, оскільки вона була і є предметом ґрунтовних досліджень багатьох науковців. Все це дало можливість виділити п'ять основних підходів до розуміння концепції корпоративної соціальної відповідальності: інструментальний; з позиції політичного впливу; з позиції соціальних вимог; з позиції етики; комбінованій.

Інструментальний підхід дозволяє поєднати інтереси як акціонерів, так і інших зацікавлених сторін, оскільки підприємство виступає інструментом для створення багатства, а вся його соціальна діяльність спрямована на досягнення економічного результату. Тобто, діючи таким чином, організація виконує свою економічну функцію, виробляючи товари та послуги, необхідні для суспільства та створюючи при цьому робочі місця і забезпечуючи максимізацію прибутку для акціонерів [1; 3; 4].

Підхід з позиції політичного впливу – підприємства мають здатність впливати на результати важливих суспільних процесів та суспільство загалом з метою вирішення суспільних проблем незалежно від політичних інститутів. Тому, згідно даного підходу роль підприємства можна розглядати у вузькому та широкому значенні. У вузькому значенні роль підприємства зводиться до соціальних інвестицій та певних загально визнаних обов'язків перед місцевою громадою. У широкому розумінні – підприємство повинно відповідати за ті сфери, в яких держава не здатна захистити своїх громадян [1].

Підхід з позиції соціальних вимог – підприємство зосереджує свою діяльність на визначенні соціальних вимог суспільства та відповідає на них, таким чином сприяє посиленню своїх позицій на ринку.

Підхід з позиції етики заснований на етичному обов'язку бізнесу та окремих його представників перед суспільством. Кожне підприємство несе економічну, екологічну та соціальну відповідальність перед суспільством, тим самим забезпечуючи свою економічну стійкість та життєздатність. А також, воно несе моральну відповідальність не тільки перед суспільством загалом, а й

перед зацікавленими сторонами, до яких відносять: акціонерів, працівників підприємства, постачальників, споживачів та територіальні громади, у яких здійснює свою діяльність [1; 3].

Комбінований підхід складається з економічної, правової, етичної та дискреційної (філантропічної) відповідальності організації перед суспільством (рис. 1).



**Рис. 1. Піраміда корпоративної соціальної відповідальності А. Керолла**  
Джерело: сформовано на основі [2].

Правова відповідальність вимагає дотримання законів, підпорядковуючи свою економічну діяльність існуючим законодавчим нормам. Етична відповідальність заснована на нормах моралі зацікавлених сторін. Дискреційна (філантропічна) відповідальність передбачає, що підприємство виконує вимоги суспільства направляючи свою діяльність на підтримку та розвиток соціальних програм [2].

Піраміда корпоративної соціальної відповідальності А. Керолла об'єднує основні підходи до розуміння корпоративної соціальної відповідальності.

Отже, розглянувши різні підходи до визначення концепції корпоративної соціальної відповідальності дійшли висновку, що об'єктивне розуміння даної концепції можна одержати при збалансованому використанні всіх підходів відповідно до конкретних обставин та поставлених завдань.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Грицина Л.А. Еволюція та формування концепції корпоративної соціальної відповідальності підприємств [Електронний ресурс] / Л.А. Грицина. – Режим доступу :[http://www.rusnauka.com/5.\\_NTSB\\_2007/Economics/20157.doc.htm](http://www.rusnauka.com/5._NTSB_2007/Economics/20157.doc.htm)
2. Carroll Archie B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders [Electronic resource] / Carroll Archie B. // Business Horizons. – July-August, 1991. – URL : <http://bas.sagepub.com/cgi/content/refs/38/3/268>
3. Garriga E. Untangling the Jungle of Corporate Social Responsibility Theories [Electronic resource] / Elisabet Garriga, Domènec Melé // Journal of Business Ethics 53: 51-71/ – 2004. – August. – URL : <http://www.iese.edu/>

4. Putten F.P. A Research Agenda for International Corporate Social Responsibility [Electronic resource] / Frans Paul van der Putten // NRG working paper series. – 2005. – November, № 05-0910 – URL : <http://www.nyenrode.nl/download/NRG/workingpapers/NRG05-09.pdf>.

## **PROSPECTS OF ENTERPRISES' DEVELOPMENT:**

**PSYCHOLOGICAL APPROACH** N.Y. Chuhaieva, PhD  
(Psychology) *National University of Food Technologies*

Productive management of the food industry enterprises' activity involves the training of high qualified personnel in higher educational institutions and improvement of their professional competence, studying the psychology and foreign languages, including English, as the most popular language in the modern business conditions. Recently, in the conditions of globalized economic processes the implementation of psychologist post in the company becomes increasingly urgent. Nowadays, even the most capable workers, especially young and still inexperienced, often cannot achieve themselves the highest point of their social and professional potential – in this situation the psychological counselling will help them. In cases related to production or personal difficulties, the employee of the food enterprise, like every person, is willing to seek psychological support. And even with the presence of the professional psychologist, especially in large enterprises, it's not possible to get to his appointment immediately, while some workers may not realize the problem and decide to consult to the psychologist. That's why, the food industry enterprises, companies, establishments, need to implement the tutorship institute to working process, as well as the educational stage of future professionals in the universities.

The analysis of modern literature shows us, that experts use the term "tutor" and "curator" as conceptual analogues [1]. We shall explain the meaningful differences between these concepts.

The term "curator" is often used in the professional vocabulary. It means the person, entrusted to oversee some work. His literal interpretation raises, first, the thought of critical supervision, education monitoring and corrections of mistakes. However the curator's functions, obviously, are wider and in its full volume can be determined by the general term "tutoring". Therefore, in our opinion, the term "curator" mostly appropriates to the term "tutor." The New Dictionary of Ukrainian language defines the term "tutor" as "a person, who teaches, gives advice; counsellor, teacher; supervisor". The term "tutor" as a verb has the meaning of "giving advice, teach something; direct, guide and manage, lead, direct in the proper direction" [2].

There is the institute of tutorship in higher education of some foreign countries. The "tutor" is a person, whose main function is to help students to organize their individual learning activities. Tutors may be the older students, the professionals from the other educational spheres, parents and people with different positive experience. This significant feature is defined as "equal tutorship" in the innovative scientific psychological and pedagogical researches [1].