

12. Бендиков М. А. Интеллектуальная собственность в России: проблемы использования и правовой защиты [Электронный ресурс] / М. А. Бендиков, Е. Ю. Хрусталёв. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/management/2001-3/02.shtml>
13. Красовська А. Сучасні тенденції економічного розвитку і охорона прав інтелектуальної власності / А. Красовська, І. Бернадська // Інтелектуальна власність. – 2002. – №2–3. – С. 27–29.
14. Піхурець О. В. Плагіат: проблеми виявлення та засоби попередження / О. В. Піхурець // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. – 2012. – №2 (1). С. 161-172. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvlduvs/2012_2_1/12povtvp.pdf
15. Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. – Назва з екрану: "Плагіат". – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/%CF%E0%E3%B3%E0%F2>
16. Великий тлумачний словник сучасної української мови. – К.; Ірпінь; ВТФ "Перун", 2005. – С. 977.
17. Романова І. В. Явище плагіату: історія та сьогодення [Електронний ресурс] /І.В.Романова.– Режим доступу:http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/uazt/2012.
18. Порало І. В. Інтелектуальний капітал України в полоні плагіату / І. В. Порало // Практична філософія. – 2011. – № 3 (41). – С. 121-127. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://autor-com.narod2.ru/1/>
19. Симонян Ю. Ю. Плагіат як вид порушення авторських прав / Ю. Ю. Симонян // Митна справа. – 2012. – № 6 (84). – Частина 2. – Книга 2. – С. 440-445. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
20. Штефан О. Плагіат: поняття, ознаки, відповідальність / О. Штефан // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2011. – № 6. – С. 17-26.
21. Штефан О. Плагіат – невід’ємна частина творчості? / О. Штефан // Теорія і практика інтелектуальної власності. – № 2. – 2012. – С. 20-29.
22. Сичивиця О. Авторство і псевдоавторство в науці: Стаття друга: Плагіат і плагіатори / О. Сичивиця // Соціогуманітарні проблеми людини. – 2008. – № 3. – С. 39-47.
23. Разворот: как бороться с плагиатом в науке [Название с экрана] // Эхо Москвы. – 13 сентября 2012 года. – Режим доступа : <http://www.hse.ru/news/60994134.html>
24. Как бороться с плагиатом? [Название с экрана]. – Режим доступа : <http://www.alldocs.ru/zakons/index.php?from=1489>

Ключові слова: право інтелектуальної власності, плагіат, компіляція, самосвідомість.

Ключевые слова: право интеллектуальной собственности, плагиат, компиляция, самосознание.

Keywords: intellectual property, plagiarism, compilation, identity.

УДК 004.738.5

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОНОМІКИ

Чорна Г. Ю., аспірант, Донецький державний університет управління

Чорна Г. Ю. Роль інформаційних технологій в підвищенні ефективності економіки.

В статті зроблено аналіз впливу інформаційних технологій, включаючи Інтернет-технології, на ефективність функціонування як окремих підприємств, так і економіки в цілому. Визначено, що без застосування інформаційних технологій підвищення ефективності та конкурентоспроможності як окремих підприємств, так і економіки держави в цілому неможливо. Перш за все, це пов'язано з тим, що в сучасних умовах інформаційні технології, включаючи Інтернет-технології, є найважливішим фактором забезпечення сталого економічного розвитку держави. Науково-технічний прогрес сприяє виникненню нових і модифікує дію старих економічних законів. Все більше в економіці використовуються терміни «електронна комерція», «Інтернет-сектор» компанії, «онлайн-ритейлери», «Інтернет-економіка», де головні ролі відведені інформаційним технологіям. Інтернет-економіка стає важливим явищем сучасної світової системи, однією з найбільш впливових сил, що визначають подальший розвиток цивілізації. Крім економіки вона зачіпає важливі сфери суспільного життя: політику, соціальну сферу, культуру, екологію, безпеку та інші. Багатий досвід зарубіжних компаній вказує на те, що необхідно приділити пильну увагу новітнім розробкам в галузі інформаційних і, насамперед, Інтернет-технологій, і їх впровадженню на підприємствах, розширити і поглибити науки дослідження в даній області.

Черная А. Ю. Роль информационных технологий в повышении эффективности экономики.

В статье сделан анализ влияния информационных технологий, включая Интернет-технологии, на эффективность функционирования как отдельных предприятий, так и экономики в целом. Определено, что без применения информационных технологий повышения эффективности и конкурентоспособности как отдельных предприятий, так и экономики государства в целом невозможно. Прежде всего, это связано с тем, что в

современных условиях информационные технологии, включая Интернет-технологии, являются важнейшим фактором обеспечения устойчивого экономического развития государства. Научно-технический прогресс способствует возникновению новых и модифицирует действие старых экономических законов. Все больше в экономике употребляются термины «электронная коммерция», «Интернет-сектор» компании, «онлайн-ритейлеры», «Интернет-экономика», где главные роли отведены информационным технологиям. Интернет-экономика становится важным явлением современной мировой системы, одной из наиболее влиятельных сил, которые определяют последующее развитие цивилизации. Кроме экономики она затрагивает важные сферы общественной жизни: политику, социальную сферу, культуру, экологию, безопасность и другие. Богатый опыт зарубежных компаний указывает на то, что необходимо уделить пристальное внимание новейшим разработкам в отрасли информационные и, в первую очередь, Интернет-технологий, и их внедрению на предприятиях, расширить и углубить научные исследования в данной области.

Chorna G. The role of information technologies in improving the efficiency of the economy.

The article contains analysis of the impact of information technologies, including Internet technologies for the effective functioning of both individual companies and the economy as a whole. Determined that without the use of information technology to improve efficiency and competitiveness of individual enterprises and the national economy as a whole is impossible. First of all, this is due to the fact that in today's information technology, including Internet technology is the key to sustainable economic development. Scientific and technological progress contributes to the emergence of new and modifies the effect of the old economic laws. More in the economy, the terms "e-commerce", "Internet sector" companies, "online retailers", "Internet economy", where the main role allocated to information about technology. Internet economy is an important phenomenon of the modern world system, one of the most influential forces that determine the further development of civilization. In economics it affects important areas of public life: politics, social services, culture, environment, security and others. Rich experience of foreign companies indicates that it is necessary to pay detailed attention to the latest developments in the field of information and, above all, Internet technologies and their implementation in enterprises, expand and deepen research in this area.

Постановка проблеми. Ключовим моментом в стрімкому розвитку інформаційних технологій, безумовно, є їх специфічна здатність значно підвищувати ефективність усіх сфер суспільного виробництва. В даний час підвищення ефективності діяльності підприємства і здорова конкурентна боротьба вже неможливі без використання новітніх технологій. В епоху активного розвитку підприємств та ринкової економіки, уряд і самі підприємства повинні враховувати широкий досвід економічно розвинених країн в області інформаційних технологій. Україна ще знаходиться на шляху глобальної інтеграції в інформаційне економічне співтовариство, і зараз дуже важливим стає врахування особливостей української економіки при розробці тих чи інших пропозицій з модернізації та розвитку виробництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, пов'язані з інформаційними технологіями та їх впливом на економіку вивчали такі вітчизняні та іноземні науковці як В.М. Андрієнко, О.В. Фінагіна, А.М. Гафіяк (розглядали концептуальні засади стратегічного розвитку інформатизації національної економіки) [1], С.П. Кудрявцева, В.В. Колос (вивчали світові процеси проникнення інтелектуальних інформаційних технологій в різні сфери діяльності людини на сучасному етапі) [2], В.М. Попов, Р.А. Маршавин, С.И. Ляпунов (провели комплексний аналіз змін, що відбуваються в світовій економіці і міжнародних економічних відносинах під впливом електронної комерції, дали кількісну і якісну характеристику цих змін) [3], К. Браун, П. Сігл (зробили аналіз проблем міжнародного права стосовно застосування електронної комерції) [4] та інші. Але, на жаль, ці питання недостатньо глибоко розглядаються у сучасній економічній науці. Багато термінів, пов'язаних з використанням інформаційних технологій в економіці, не мають чітких загальноприйнятих визначень.

Мета статті - аналіз впливу інформаційних технологій, і особливо Інтернет-технологій, на ефективність функціонування як окремих підприємств, так і економіки держави в цілому.

Викладення основного матеріалу. Важливим критерієм глибини впровадження інформаційних технологій в елементи структури суспільного виробництва можна рахувати дані аналізу міжгалузевих балансів США, Японії і Росії. Міжгалузевий баланс дозволяє прослідкувати тенденції і динаміку трансформації співвідношень споживання Інтернету і послуг ІТ в цілому. Найбільш значущими чинниками розвитку цієї сфери можна вважати як технічний прогрес в економіці в цілому, так і в області телекомунікацій зокрема. До них також можна віднести чисельність і рівень життя населення, розподіл валового продукту.

Левову частку ринку інформаційних технологій займає Інтернет. Ступінь проникнення технологій Інтернету в бізнес економічно розвинених країн наближається до 100%. Особливо високими показниками в цій сфері володіють Скандинавські країни - Фінляндія, Данія, Швеція. Ступінь обхвату Всесвітньою павутиною бізнесу в Україні поки не перевищує 70%. Хоча загальна структура обхвату Інтернету характеризується значною неоднорідністю. Якщо для малого і середнього бізнесу показники не дуже високі, то для транспортної сфери характерні високі показники використання Інтернету. Бронювання і продаж квитків, особливо в крупних містах, в значній мірі ведеться через Інтернет.

Підвищення продуктивності праці безпосередньо залежить від впровадження Інтернет-технологій у виробництві і розподілі послуг. Без них неможливі ефективне управління і організація, як в державному, так і в приватному секторах. В цілому можна сказати, що економічне зростання за останні роки майже на 50% обумовлене розширенням використання інформаційних технологій.

Впровадження інформаційних технологій в управлінську діяльність на ключових ділянках виробництва і контролю над переміщенням матеріальних і фінансових потоків дозволяє значно зменшити як терміни виконання замовлень, так і якість. Також воно може сприяти поліпшенню структури замовлень в плані підвищення їх конкурентоспроможності, ефективному плануванню, зниженню об'ємів незавершеного будівництва і підвищенню коефіцієнта використання обладнання і рухомого складу.

Сучасна Всесвітня павутина забезпечує торгівлю в онлайн-режимі як промисловими товарами, так і фінансовими продуктами - акціями, облігаціями, фондами. Але найбільший онлайн-ринок утворився в сфері торгівлі валютами, одним з лідерів якого є біржа Forex. Інтернет-банкінг дозволяє зараз здійснювати практично миттєві платежі по всій земній кулі.

Основною концепцією використання інформаційних технологій в транспортній галузі і в торгівлі можна вважати використання корпоративного сайту. Такий сайт надає клієнтові весь спектр інформаційних послуг - від інформації про компанію до оформлення онлайн-замовлення. Корпоративний сайт також з успіхом може використовуватися для реклами і просування продукції і вирішення питань доставки і оплати. При цьому Інтернет-сектор компанії активно бере участь в збільшенні виручки всього підприємства, істотно збільшуючи об'єм збуту і зменшуючи потреби в торгових площах і персоналі. Іноді Інтернет-складова торгівлі підтримується частковим фінансуванням з основного бізнесу.

Якщо звернутися до історії двох останніх десятиліть минулого століття, то можна відзначити, що основними споживачами інформаційних технологій були як матеріальне виробництво, так і сфера обслуговування і розподілу, перш за все в США і Японії. Але особливу роль ІТ зіграли в розвитку галузі телекомунікацій. У числі лідерів споживання телекомунікаційних послуг потрапляють зв'язок, телекомунікації і торгівля. Далі слідує послуги в цілому, транспорт, промисловість, транспортне машинобудування, будівництво, промисловість в цілому і енергетика.

Велика частка інформаційних технологій пов'язана з електронною комерцією. Особливо високий інтерес до розвитку е-комерції проявляють представники крупного бізнесу у сфері електроніки, хімії, автомобілебудуванні. Завдяки так званім Інтернет-компаніям, багатьом крупним, середнім і малим компаніям з різних індустрій виникає Інтернет-економіка, нове середовище для здійснення господарської діяльності, що існує завдяки цифровим телекомунікаційним мережам.

Інтернет потенційно здатний вплинути на будь-яку індустрію в економіці, головним чином за рахунок п'яти основних важелів: доступ і обхват ширшої клієнтської аудиторії, а також ефективна взаємодія із споживачами, що не вимагає безпосередньої фізичної присутності; підвищення прозорості і обмеження можливостей використання інформаційної переваги в своїх інтересах посередниками і брокерами; поява нових бізнес-моделей, заснованих на більш ефективній взаємодії з постачальниками, споживачами і партнерами; підвищення ефективності і продуктивності за рахунок автоматизації ряду бізнес-процесів і оперативного обміну інформацією з різними постачальниками; оптимізація продажів стоків (long tail) за рахунок доступу до цільової аудиторії при низьких витратах.

Деякі з перерахованих чинників вже роблять вплив на крупні і малі компанії в різних секторах економіки. Наприклад, компанія «Аерофлот», почавши продажі квитків через Інтернет, створила зручний сервіс для своїх клієнтів і скоротила власні операційні витрати. Перевізник повідомляє, що на кожному квитку, який був проданий онлайн, він економить приблизно \$12 за рахунок відмови від друку і митного оформлення імпортерних квиткових бланків; при продажі приблизно 500 тисяч квитків «Аерофлот» може заощадити до \$6,2 млн. в рік. В «Альфа-банці», запустивши систему Інтернет-банкінгу «Альфа-клік», підрахували, що таким чином витрати на обслуговування клієнта знижуються до 10 разів. Якщо врахувати, що Інтернет-банком користується більше 1,1 млн. чоловік, то виходить значна економія. Подібні зміни не могли не відбутися значною мірою на деяких галузях. З проникненням Інтернету в повсякденне життя людей змінюються звички споживання товарів і послуг, що, у свою чергу, міняє бізнес-моделі гравців ринку. Розглянемо сектори роздрібною торгівлі, туризму і державних послуг, які дають яскраві приклади таких змін.

Найбільше Інтернет впливає на роздрібну торгівлю: змінюються канали маркетингу і продажів, операційні і логістичні процеси, з'являються нові бізнес-моделі. Ритейлери більше за всіх усвідомлюють і реалізують виняткові можливості Інтернету. Серед таких - розширення географічної присутності, можливість цільового підходу до маркетингу і налагодження тісних відносин з клієнтами. Споживач, здійснюючи покупки онлайн, економить час і отримує доступ до ширшого асортименту товарів за більш низькими цінами.

Онлайн-ритейлери були одними з перших, хто почав відкривати для себе нові можливості. Такі компанії не тільки скористалися новими каналами маркетингу і продажів - їх бізнес-процеси повністю побудовані з урахуванням особливостей ведення бізнесу в Інтернеті. У них особлива логістика, система закупівель і бізнес-процеси, оскільки їм потрібно обслуговувати більш широку аудиторію і пропонувати більш різноманітний асортимент товарів за прийнятними цінами.

Очевидно, що по мірі того як нові гравці розробляють нові бізнес-моделі і підходи до ведення бізнесу, змінюється і сама галузь - вплив відбувається і на традиційних гравців роздрібною торгівлі. Сьогодні багато компаній, що раніше не мали справи з Інтернетом, інвестують час і гроші в розробку онлайн-пропозицій, оскільки бачать в них потенціал для зростання традиційного бізнесу.

Продуктові магазини і магазини електроніки активно розвивають продажі в Інтернеті і відзначають зростання частки цього каналу в загальному об'ємі продажів. Онлайн-продажі не заважають рости продажам в традиційних магазинах, але сприяють збільшенню виручки компаній унаслідок доступу до широкої аудиторії, а

також дозволяють підвищити ефективність через зниження ряду витрат. Крім того, присутність в Інтернеті створює потенціал майбутнього зростання за рахунок залучення покупців, які вибирають товари онлайн, але купують їх в традиційних магазинах.

Завдяки Інтернету, в роздрібній торгівлі з'явилися бізнес-моделі абсолютно нового типу, що пропонують сучасні підходи до взаємодії між компаніями і споживачами. Наприклад, компанії-агрегатори також відомі як компанії B2b2c, надають покупцеві можливість дістати миттєвий доступ до пропозицій безлічі роздрібних онлайн-магазинів, порівняти ціни і характеристики товарів, дізнатися відгуки інших покупців, а також в деяких випадках зробити замовлення в рамках однієї платформи - можливості, які важко було б реалізувати офлайн. Подібні компанії допомагають вийти в Інтернет іншим гравцям, пропонуючи їм свою базу відвідувачів. Крім того, вони мають великі можливості для аналізу ринку і вивчення переваг споживачів, що, у свою чергу, дозволяє їх партнерам розробляти індивідуальні рішення і підвищувати операційну ефективність.

У галузі туризму України, що є ще відносно молодою і істотно відрізняється від розвинених країн, більшість українців все ще вважають за краще купувати готові тури, а не планувати подорож самостійно, що пояснюється недоліком досвіду подорожей, низьким рівнем володіння іноземними мовами і обмеженою пропозицією самостійного відпочинку. Туристичний ринок дуже фрагментований і непрозорий з боку продажів. Середній офіс продажів в Україні приносить близько \$4 тис. виручки в день, що більш ніж в два рази менше, ніж в Данії і Фінляндії, і в 4 рази менше, ніж у Великобританії. Через свої невеликі розміри, подібні офіси продажів часто не володіють глибокими знаннями про ринок і його можливості. У таких умовах клієнту важко знайти для себе кращу пропозицію. Проте Інтернет може істотно змінити ситуацію на цьому ринку. Як прості операції - продажі квитків або бронювання готелів, так і складніші - вибір напряму подорожі або туру, міняються під впливом Інтернету і поступово переходять онлайн. Інтернет також міняє поведінку споживачів і їх відношення до подорожей. Маючи доступ до більшого об'єму інформації, доставши можливість порівнювати і вибирати найбільш зручні варіанти, все більше людей починають подорожувати самостійно. В секторі туризму Інтернет економить час клієнта, розширює можливість вибору, що, у свою чергу, стимулює появу більшого числа кращих за якістю пропозицій. Проте ринок туризму в українському Інтернеті все ще нерозвинений через три обставини: слабка інфраструктура, низьке залучення учасників ринку у формування онлайн-пропозицій і недовіра у населення до великих онлайн-покупок.

У секторі державних послуг Інтернет дає можливість змінити і значно спростити процеси взаємодії населення і компаній з державними органами, дозволяє перебудувати внутрішні процеси в державних установах (і тим самим добитися істотної економії), а також привернути більшу кількість людей до ефективної і прозорої взаємодії. Швидкий розвиток інформаційних технологій у двадцятому столітті і, особливо, Інтернету, сприяв розвитку електронного уряду та електронного управління. Фактично, майже всі індустріалізовані країни включили до списку своїх політичних завдань розвиток електронного управління [5, 6]. При грамотному підході Інтернет потенційно може зробити набагато ефективнішим щоденну взаємодію населення і компаній з державними установами.

Представлені вище приклади служать лише ілюстрацією ідеї про цінність Інтернету для бізнесу. Після оцінки ступеню Інтернет-активності підприємств компанії можна розділити на три групи: активні користувачі: просувають або продають товари або послуги в Інтернеті; неактивні користувачі: мають сайт або акаунт в соціальній мережі; компанії, що взагалі не використовують Інтернет: не мають ніякої присутності в Інтернеті.

Досвід показав, що виручка компаній, які активно використовують Інтернет в своїх бізнес-цілях, виросла, тоді як менш Інтернет-активні компанії спостерігали зниження виручки. Крім цього, географічна присутність компаній, активних в Інтернеті, набагато ширше, ніж у інших: 10% з них продають за кордон, і 8% їх виручки приходить від міжнародних продажів. Багато малих і середніх підприємств не змогли б існувати без Інтернету, оскільки він надає їм доступ до обширної клієнтської бази і пропонує інструменти, що забезпечують рентабельність бізнесу навіть при невеликих оборотах [7].

Також можна виділити сім основних переваг, які Інтернет дає для бізнесу. Головна з них - отримання більшої кількості клієнтських відгуків і більш активна і ефективна співпраця з покупцями. До решти переваг відносяться підвищення результативності маркетингу, спрощення процесу підбору персоналу, доступ до широкої бази потенційних співробітників, зниження маркетингових витрат, розширення географічної присутності і можливість оптимізувати бізнес-процеси через Інтернет-сервіси.

Висновки. Безперечно, що без застосування інформаційних технологій підвищення ефективності та конкурентоспроможності як окремих підприємств, так і економіки держави в цілому неможливо. Перш за все, це пов'язано з тим, що в сучасних умовах інформаційні технології, включаючи Інтернет-технології, є найважливішим фактором забезпечення сталого економічного розвитку держави. Науково-технічний прогрес сприяє виникненню нових і модифікує дію старих економічних законів. Все більше в економіці використовуються терміни «електронна комерція», «Інтернет-сектор» компанії, «онлайн-ритейлери», «Інтернет-економіка», а головні ролі відведені інформаційним технологіям. Інтернет-економіка стає важливим явищем сучасної світової системи, однією з найбільш впливових сил, що визначають подальший розвиток цивілізації. Крім економіки вона зачіпає важливі сфери суспільного життя: політику, соціальну сферу, культуру, екологію, безпеку та інші. Багатий досвід зарубіжних компаній вказує на те, що необхідно приділити пильну увагу новітнім розробкам в галузі інформаційних і, насамперед, Інтернет-технологій і їх впровадженню на підприємствах, розширити і поглибити наукові дослідження в даній області.

Список використаних джерел:

1. Концептуальні засади стратегічного розвитку інформатизації національної економіки : монографія / [В.М. Андриєнко, О.В. Фінагіна, А.М. Гафіяк та ін.]. - Донецьк: ДонНУ, 2011. - 217 с.
2. Кудрявцева С.П. Міжнародна інформація: навчальний посібник / С.П. Кудрявцева, В.В. Колос. - К.: Видавничий Дім «Слово», 2005. - 400 с.
3. Глобальный бизнес и информационные технологии. Современная практика и рекомендации / [Попов В.М., Маршавин Р.А., Ляпунов С.И.]; под ред. В.М. Попова. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 272 с.
4. Brown K., Siegl P. The World Economics and Internet. Sydney., NUS Commerce Press, 1999. P. 233.
5. World Bank: Definition of E-Government [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.worldbank.org/egov/>.
6. E-Government and Democracy Report, Steven Clift, July 1, 2004
7. Отчет «Россия онлайн: Влияние Интернета на российскую экономику», VCG, 2011.

Ключові слова: електронна комерція, Інтернет-сектор, Інтернет-економіка, Інтернет-технології, ефективність.

Ключевые слова: электронная коммерция, Интернет-сектор, Интернет-экономика, Интернет-технологии, эффективность.

Key words: E-commerce, Internet sector, Internet Economy, Internet technologies, efficiency.

УДК 65.012.613

УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ВЗАЄМОДІЇ ЗІ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ (КСВ)

Горохова Т.В., аспірант ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет, м. Маріуполь

Горохова Т. В. Управление процессом взаимодействия со стейкхолдерами через призму корпоративной социальной ответственности (КСВ)

У статті проаналізовані та узагальнені підходи формування корпоративно-соціальної політики на основі дослідження процесу взаємодії із зацікавленими сторонами. Даний підхід дозволяє виявити основні проблеми та завдання розвитку КСВ на основі багатоаспектного підходу з призми процесів взаємодії та з урахуванням різних, можливих парадигм функціонування бізнесу. У статті виявлені фактори впливу на ефективний процес взаємодії підприємства з колами стейкхолдерів. Аналізуються сучасні стратегії та комплекс заходів, що направлені на зріст рівня впровадження КСВ на вітчизняних підприємствах. Запропонована методологія управління відносинами зі стейкхолдерами на підприємстві, яка сформована шляхом з'ясування інтересів та проблем розвитку основних зацікавлених сторін та для оцінки якої виведені концентричні ознаки через особливості розмежування зацікавлених сторін.

Горохова Т. В. Управление процессом взаимодействия со стейкхолдерами через призму корпоративной социальной ответственности (КСО)

В статье проанализированы и обобщены подходы формирования корпоративно-социальной политики на основе исследования процесса взаимодействия с заинтересованными сторонами. Данный подход позволяет выявить основные проблемы и задачи развития КСО на основе многоаспектного подхода с призмы процессов взаимодействия и с учетом различных, возможных парадигм функционирования бизнеса. В статье выявлены факторы влияния на эффективный процесс взаимодействия предприятия с кругами стейкхолдеров. Анализируются современные стратегии и комплекс мероприятий, направленных на рост уровня внедрения КСО на отечественных предприятиях. Предложена методология управления отношениями со стейкхолдерами на предприятии, сформированная путем выяснения интересов и проблем развития основных заинтересованных сторон и для оценки которой выведены концентрические признаки через особенности разграничения заинтересованных сторон.

Gorokhova T. The managing stakeholder engagement through the prism of corporate social responsibility (CSR)

The article analyzed and generalized approach of forming corporate social policy based on a study of the interaction with stakeholders. This way allows us to identify the main problems and challenges of corporate social responsibility based on a multidimensional approach to the interaction with stakeholders of a prism, and considering various, possible paradigms of business functioning. The report identifies factors influence the effective process of interaction with the enterprise community stakeholders. The article analyzed and considered the current strategy and a set of measures aimed at increasing the level of implementation of corporate social responsibility in domestic