

Lytovchenko Odesa: MChP „Эвен“, 2005 – 204 s.

6. Ansoff Y. Stratezhicheskoe upravlenye / Y. Ansoff. Per. s anhl. E.L. Leont'eva, E.N. Strohanov, E.V. Vyshynskaya, M.V. Nykol'skiy, V.N. Smyrnov – M.: Эkonomyka, 1989. – 519 s.

7. Anderson A. H. Effective organizational behavior: a skills and activity-based approach // A. H. Anderson, A. Kyprianou – Melbourn, Cambridge, 1996. – 240 r.

8. Shapkyn A.S. Teoryya ryska y modelyrovanye ryskovykh situatsyy: uchebnyk / A.S. Shapkyn, V.A. Shapkyn. – M.: «Dashkov y K0», 2009. – 880 s.

9. Kuznetsova I. O. Diahnostyka v protsesi stratehichnoho upravlinnya: mistse ta struktura / I. O. Kuznetsova // Visnyk sotsial'no-ekonomichnykh doslidzhen': zb. nauk. prats'. – Odesa: Odes'kiy natsional'nyy ekonomichnyy universytet. – 2016. – Vyp. 1. – # 59. – S.142-149.

Рецензент: Карпов В.А., к.е.н., професор кафедри економіки та планування бізнесу Одеського національного економічного університету

23.05.2017

УДК 334.012.42:658.1

Місько Ганна

РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ НА ЗАСАДАХ ВЗАЄМОДІЇ ЗІ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ

В роботі розглянуто соціальну відповідальність СП «Вітмарк-Україна» ТОВ у сфері організаційного управління, прав людини, трудових практик, добросовісних ділових практик, навколишнього середовища, захисту прав споживачів, участі у житті громади та її розвиток. Досліджено сутність поняття «стейкхолдер» та «взаємодія зі стейкхолдерами» відповідно до міжнародного стандарту ISO 26000:

2010. Побудовано карту стейкхолдерів та матрицю стейкхолдерів СП «Вітмарк-Україна» ТОВ з метою встановлення діалогу між підприємством та стейкхолдерами для подальшого розвитку. Запропоновано для налагодження діалогу з акціонерами та інвесторами: проводити збори акціонерів та надавати повну інформацію щодо діяльності підприємства, враховувати їх інтереси при формуванні стратегії розвитку, надавати звіти для акціонерів та інвесторів підприємства, проводити прес-конференції, обговорювати питання з соціальної відповідальності у фокус-групах, удосконалити комунікації через гарячу лінію. Для налагодження діалогу з персоналом запропоновано: посилити корпоративні заходи соціального напрямку: організувати корпоративний транспорт; прописати в Кодексі Компанії зобов'язання співробітників у сфері реалізації основних напрямків соціальної відповідальності; проводити з персоналом тренінги та заняття на тему: «Я-співробітник соціально відповідальної Компанії»; проводити опитування «Як працівник Компанії реалізує принципи соціальної відповідальності».

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, стейкхолдери, підприємство харчової промисловості.

Мисько Анна

РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА ОСНОВЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СО СТЕЙКХОЛДЕРАМИ

В работе рассмотрено социальную ответственность СП «Витмарк-Украина» ООО в сфере организационного управления, прав человека, трудовых практик, добросовестных деловых практик, окружающей среды, защиты прав потребителей, участия в жизни общества и его развития. Исследовано сущность понятия «стейкхолдеры» и «взаимодействие со стейкхолдерами» согласно международному стандарту ISO 26000: 2010. Построено карту стейкхолдеров и матрицу стейкхолдеров СП «Витмарк-Украина» ООО с целью установления диалога между предприятием и стейкхолдерами для дальнейшего развития. Предложено для налаживания диалога с

акционерами и инвесторами: проводить собрание акционеров и предоставлять полную информацию о деятельности предприятия, учитывать их интересы при формировании стратегии развития, предоставлять отчеты для акционеров и инвесторов предприятия, проводить пресс-конференции, обсуждать вопрос по социальной ответственности в фокус-группах, усовершенствовать коммуникации через горячую линию. Для налаживания диалога с персоналом предложено: усилить корпоративные мероприятия социального направления: организовать корпоративный транспорт; прописать в Кодексе Компании обязательства сотрудников в сфере реализации основных направлений социальной ответственности; проводить с персоналом тренинги и занятия на тему: «Я-сотрудник социально ответственной Компании»; проводить опрос «Как работник Компании реализует принципы социальной ответственности».

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, стейкхолдеры, предприятие пищевой промышленности.

Misko Hanna

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY FOOD INDUSTRY ON THE BASIS OF INTERACTION WITH STAKEHOLDERS

In the article was analyzed social responsibility JV "Vitmark-Ukraine" LLC in organizational governance, human rights, labor practices, fair business practices, environment, consumer protection, participation in community life and its development. Research essence of the concept of "stakeholder" and "cooperation with stakeholders" according to the international standard ISO 26000: 2010. Built map stakeholders and stakeholder matrix SP "Vitmark-Ukraine" LLC to establish a dialogue between the company and stakeholders for further development. A for dialogue with shareholders and investors, to hold meetings of shareholders and to provide complete information about the company, to take into account their interests in the development strategy to provide reports to shareholders and investors of the company, to hold a press conference to discuss the issue of social responsibility in focus groups and to improve communication through a hotline. For dialogue with the staff offered: to

strengthen corporate social events directly, for example, to organize a corporate transport; the Code prescribe the company's commitment of staff in implementing the main areas of social responsibility; conduct personnel training and training on the topic: "I am a fellow socially responsible company"; conduct surveys "As an employee of the Company implements the principles of social responsibility".

Keywords: corporate social responsibility, stakeholders, food processor.

Постановка проблеми. В сучасних умовах господарювання підприємства харчової промисловості, намагаючись, підвищити свою конкурентоспроможність позиціонують себе як соціально відповідальні суб'єкти господарювання. У зв'язку із цим, діалог зі стейкхолдерами є важливою частиною діяльності компанії із корпоративної соціальної відповідальності. Отже, особливої актуальності набуває співробітництво між стейкхолдерами та підприємством. Проте, важливим є виділення ключових стейкхолдерів підприємства для того, щоб максимально задовольнити їх інтереси та спрямувати діалог із ними у напрямку розвитку. Так, СП «Вітмарк-Україна» ТОВ будує свою діяльність на засадах соціальної відповідальності перед споживачами, партнерами, працівниками, державою та українським суспільством і приділяє велику увагу навчанню, здійснюючи це, як соціально-відповідальна компанія.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Огляд наукових джерел дозволяє виділити науковців, які працюють над питаннями корпоративної соціальної відповідальності підприємства, а саме: Д. Баюра, Л. Будьонна, Д. Каба, А. Керролл, С. Мельник, І. М. Репіна, М. А. Саприкіна, Н. М. Ушакова, А. О. Харламова та інших. Так, розробці механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю присвячено праці Д. Баюри. Під керівництвом Н. М. Ушакової було розроблено методичні рекомендації щодо формування та впровадження в Україні соціальної відповідальності бізнесу. М. А. Саприкіною досліджено розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз літератури показав, що досить велика увага приділялася принципам і моделям корпоративної соціальної відповідальності,

проте недостатньо розкритим залишається питання щодо побудови карти та матриці стейкхолдерів для розвитку діалогу на засадах корпоративної соціальної відповідальності.

Метою статті є побудова карти та матриці стейкхолдерів СП «Вітмарк-Україна» ТОВ, як шлях розвитку корпоративної відповідальності підприємства харчової промисловості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно з міжнародним стандартом ISO 26000: 2010 [1, с. 4], стейкхолдер – це особа чи група, які зацікавлені у будь-яких рішеннях або діяльності підприємства.

Взаємодія зі стейкхолдерами – дії, які приймаються для створення можливостей для діалогу між підприємством і одним або більше стейкхолдерами з метою надання інформаційної основи для рішень підприємства [1, с. 5].

СП «Вітмарк – Україна» ТОВ — один з найбільших українських виробників соків, нектарів, соковмісних напоїв, дитячого харчування, води, пюреподібних і концентрованих напівфабрикатів. Рік заснування – 1994. Ринкова частка Компанії на ринку соків, нектарів, та напоїв (СНН) складає 26%[3].

Компанія випускає високоякісну конкурентоспроможну продукцію, яка відповідає міжнародним стандартам якості. Сьогодні СП «Вітмарк-Україна» ТОВ має самий великий продуктовий портфель з усіх вітчизняних компаній в категорії соків та нектарів. До нього входять торговельні марки: Jaffa, «Наш Сік», «Просто Фрукти», «Джусік», «Соковита», «Чудо-Чадо», «Aquarete», «Наш Сік».

Холдинг СП «Вітмарк-Україна» ТОВ об'єднує декілька підприємств: СП «Вітмарк-Україна», ТОВ, ПАТ «Одеський консервний завод дитячого харчування», ТОВ Рахнянсько-Лісовий консервний завод.

СП «Вітмарк-Україна» ТОВ будує свою діяльність на принципах соціальної відповідальності бізнесу. У зв'язку з цим вона обрала позицію соціально відповідальної Компанії, та щороку ініціює власні соціальні проекти, приєднується до державних та недержавних соціальних ініціатив, та декларує свій статус перед світовим суспільством своїм членством у Глобальному Договорі ООН. Компанія вважає, що тільки об'єднавши зусилля з іншими членами Глобального Договору в рамках ініціативи та стратегії ООН, можливо

вирішати значні проблеми українського суспільства. У 2010 році Компанія опублікувала свій перший звіт про Прогрес у Глобальному Договорі.

Соціальна основа закладена в Місії компанії: «Соціальної функцією діяльності компанії «Вітмарк-Україна» є активна турбота про здоров'я людини на різних етапах її життя, починаючи з самих перших місяців».

Сьогодні СП «Вітмарк-Україна» ТОВ реалізує соціальні проекти в таких сферах: благодійність, освіта, екологія та охорона навколишнього середовища, охорона здоров'я, соціальний захист та працевлаштування.

У сфері соціального захисту та працевлаштування в 2002 році розпочато проект «Працевлаштування у сільській місцевості». Компанія організувала своє виробництво в сільській місцевості, в результаті чого основне наймання на виробництво здійснюється з числа місцевих жителів. Компанія надає як постійну, так і сезонну роботу в період збору і переробки врожаю фруктів і овочів. СП «Вітмарк-Україна» ТОВ є одним з найбільших роботодавців України - філії Компанії відкриті в 12 великих містах України, у 20 містах працюють віддалені представництва, де працевлаштовані понад 2500 осіб.

У сфері екології та охорони навколишнього середовища, з 2005 року триває проект «Вторинна переробка упаковки ТетраПак». Керуючись принципами охорони довкілля Компанія об'єдналась зі своїм партнером – компанією «ТетраПак Україна» у проекті по використанню, збору, утилізації, та повній вторинній переробці використаної картонної упаковки. З зібраної та переробленої упаковки випускається полімерна продукція, поліалюмінієва гранула, що використовується у будівництві та інших сферах, різновиди паперових та пакувальних виробів.

Також у 2008 році Компанія приєдналась до ініціативи українського офісу ООН, та підписала Декларацію про охорону довкілля «Go Green». Мета якої - поєднання зусиль та дії усіх сторін суспільства і трансформування України у державу з високим рівнем екологічної відповідальності. У рамках цієї ініціативи Компанія активно приймає участь у щорічних національних та місцевих екологічних акціях, та реалізує свою внутрішню корпоративну

програму щодо енергозбереження та водозбереження. Принципи охорони довкілля отримали пріоритет у внутрішній та зовнішній політиці Компанії.

У сфері благодійності у 2008 році реалізовано проект «Чужих дітей не буває», який триває і до сьогодні. Компанія на безкоштовній основі надає допомогу дитячому притулку №1 м. Одеси: регулярно передає маленьким вихованцям продукцію дитячого харчування, а у 2012 році притулок отримав від Компанії комп'ютерну техніку.

У сфері освіти, Холдинг спільно з Одеською-національною Академією харчових технологій (ОНАХТ) реалізує з 2007 року проект «Від практики до працевлаштування». У рамках цього проекту студенти ОНАХТ отримують практичні навички на виробництві СП «Вітмарк-Україна»ТОВ з можливістю наступного працевлаштування. Крім цього, для студентів Академії, що навчаються на перших курсах, влаштовуються екскурсії на виробництво, що допомагає майбутнім спеціалістам зорієнтуватися у виборі спеціальності ще на початку навчання та отримати досвід.

У сфері охорони здоров'я з 2007 року реалізується проект «Хартія «За здорове дитяче харчування в Україні»». Ініційований Компанією проект сприяє встановленню найвищих стандартів у національному виробництві продуктів дитячого харчування. Сьогодні до ініціативи приєдналися 10 вітчизняних виробників дитячого харчування. Хартія містить надзвичайно важливе положення: її учасники зобов'язуються добровільно надавати свої продукти харчування для здійснення взаємної та незалежної експертизи, до яких мають можливість залучатися громадські організації та ЗМІ з тим, щоб громадськість отримувала повну і прозору інформацію про якість продуктів різних марок. Координувати діяльність Хартії відведено Національній Асоціації виробників дитячого харчування, молоко-консервної та сокової продукції «Укрконсервмолоко».

У 2011 році завершено проект «Інформаційна кампанія «Фруктова Країна». Метою якого була популяризація серед українців споживання натуральних фруктових та овочевих соків, як невід'ємної складової здорового харчування. В рамках програми Компанія розміщувала інформаційні матеріали, а саме - рекомендації дієтологів щодо обов'язкової добової норми споживання натуральних соків, переважно з місцевих фруктів та овочів, що є необхідним для

організму людини та його повноцінного розвитку. У вересні 2010 року програма долучилася до Міжнародного фестивалю «Молодь обирає здоров'я», який проводився за підтримки Міністерства освіти і науки України.

З метою популяризувати культуру спорту та фітнесу в Україні, Компанія проводила в містах-мільйонниках у 2011 році відкриті уроки з фітнесу відомих міжнародних та українських тренерів. Усі заняття проводилися на безкоштовній основі. Програма супроводжувалася інформаційною кампанією з роз'ясненням важливості спортивних занять для збереження здоров'я.

Таким чином, СП «Вітмарк-Україна» ТОВ реалізує свою політику соціальної відповідальності у багатьох сферах. Для окреслення подальшого розвитку цієї політики та збільшення її ефективності, ми провели дослідження діяльності Компанії, в ході якого виділили всіх стейкхолдерів, запропонували стратегії для формування діалогу з ними, для чого, в свою чергу, визначили інтереси стейкхолдерів. Виходячи з проведеного аналізу пропонуємо матрицю стейкхолдерів (табл.1).

Таблиця 1

Матриця стейкхолдерів СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

Група стейкхолдерів	Інтереси стейкхолдерів	Оцінка впливу (1-5 балів)	Потенціальні стратегії для формування діалогу підтримки і усунування перешкод
1	2	3	4
1. Акціонери та інвестори -Horizon Capital	Отримання дивідендів, збільшення вартості акцій, надійність інвестицій, зростання вартості підприємства. Збалансованість фінансового портфеля.	5	Проводити збори акціонерів та надавати повну інформацію щодо діяльності компанії, враховувати їх інтереси при формуванні стратегії розвитку. Надавати звіти для акціонерів (інвесторів) підприємства. Проводити прес-конференції, обговорювати питання з соціальної відповідальності у фокус-групах. Удосконалити комунікації через гарячу лінію.
2. Партнери - дистриб'ютори (Росія, Азербайджан Туркменія, Киргизія інші.	Прибуток від спільної діяльності, розвиток діяльності.	4	Закріплювати позицію інформаційної прозорості, відкритості з партнерами та взаємної підтримки.

Продовж. табл. 1

1	2	3	4
3. Конкуренти «Сандора», «Coca-cola» «Cargi-sonne» та інші.	Випередити за рахунок якості, вартості.	3	Стратегія співпраці в Союзі виробників сокової продукції України з метою об'єднання зусиль для ефективного рішення проблем сокової промисловості та розвитку ринку соків та сокових продуктів. Організація діяльності на підставі етичних принципів та поваги до добросовісної конкуренції.
4. Постачальники (10 країн світу, в яких вирощують екзотичні фрукти)	Своєчасна оплата, співпраця з розвинутою Компанією та отримання прибутку, стабільність замовлень.	4	Стабільність зв'язків та прозорість діяльності. Стратегія орієнтації на взаємодію з соціально відповідальними постачальниками. Проведення нарад.
5. Персонал	Заробітна плата, наявність робочих місць, розвиток професійних навичок, соціальний захист та працевлаштування.	5	Посилити корпоративні заходи соціального напрямку: наприклад, організувати корпоративний транспорт. Прописати в Кодексі Компанії зобов'язання співробітників у сфері реалізації основних напрямків соціальної відповідальності. Проводити з персоналом тренінги та заняття на тему: «Я-співробітник соціально відповідальної Компанії». Проводити опитування «Як працівник реалізує принципи соціальної відповідальності»
6. Споживачі	Якість та ціна продукції, обслуговування, безпека продукції	5	Впровадження стратегії «Ближче до клієнта» шляхом створення на сайті Компанії розділу «Скарг та побажань», впровадження інноваційних продуктів на основі побажань споживачів та врахування світових тенденцій, налагодження діалогу із споживачами через проведення опитувань та інформування щодо якості, складу, корисних властивостей продукції та діяльності підприємства в сфері соціальної відповідальності. Проведення акцій і дегустацій. Проведення соц. опитування споживачів, презентація продукції на теле-шоу
7. Університет (Одеський національний економічний університет)	Співпраця, проходження практики, працевлаштування студентів.	3	Популяризація здорового образу життя серед молоді студентами шляхом взаємодії між університетом та Компанією через фінансування спортивних, наукових та творчих заходів.

1	2	3	4
		3	Створення спільних програм для проходження практики з перспективою подальшого працевлаштування студентів. Написання спільних наукових робіт, участь у наукових проектах. Створення при університеті наукової лабораторії
8. Держава та органи державної влади	Своєчасне оплачування податків, дотримання законів, якість товару, охорона навколишнього середовища, забезпечення зайнятості	3	Спільні проекти по реалізації державних та обласних програм розвитку інфраструктури регіонів. Активна участь у реалізації загальнодержавної програми «Здоров'я - 2020: український вимір» через пропаганду здорового харчування населення. Надання звітів. Дотримання законодавства України та міжнародних норм права
9. ЗМІ	Інформаційна прозорість, ексклюзивні коментарі ТОП-менеджерів Компанії про знакові події в галузі.	2	Надати колегам із ЗМІ ексклюзивні коментарі ТОП-менеджерів про знакові події в галузі, в інших сферах економіки України, експертні думки фахівців СП «Вітмарк-Україна» ТОВ, а також матеріали, пов'язані з історією бізнесу та новини Компанії.
10. Організації (екологічні, споживачів і т.п.)	Екологія та охорона навколишнього середовища, охорона здоров'я, благодійність, якість та ціна товару.	3	Співпраця в рамках участі у конференціях, програмах та акціях з організаціями, діяльність яких відповідає інтересам політики соціальної відповідальності Компанії, зокрема, з Асоціацією дієтологів України. Проведення заходів по захисту навколишнього середовища, дотримання програми «Зелений офіс»
11. Громада, суспільство	Освіта, благодійність, працевлаштування, охорона навколишнього середовища.	3	Інформування щодо продукції та діяльності Компанії через ЗМІ, Інтернет, різноманітні заходи з приділенням особливої уваги до легкості у сприйнятті та доступності інформації. Активна участь у вирішенні соціально значущих питань громади
12. Міжнародні організації	Розширення впливу на Компанію та отримання не фінансової звітності від неї, з метою підвищення соціальної відповідальності	3	Двостороння співпраця з ООН шляхом участі у круглих столах, конференціях на надання нефінансових звітів. Взаємовигідна співпраця з різноманітними міжнародними організаціями для просування Компанії на міжнародних ринках

Отже, виходячи з аналізу матриці стейкхолдерів можна зробити висновок про взаємовигідність співпраці між СП «Вітмарк-Україна» ТОВ та вище переліченими зацікавленими сторонами. Зокрема, обґрунтуємо доцільність взаємовигідної співпраці між Компанією та Одеським національним економічним університетом. Доцільність співпраці для університету проявляється у: 1). Можливості участі ВНЗ у вирішенні виробничих завдань та веденні досліджень на базі актуальних проблем в СП «Вітмарк-Україна» ТОВ; 2). Покращенні співробітництва в системі «Наука-Бізнес»; 3). Підтримці на високому рівні конкурентоспроможності ВНЗ на регіональному, національному, міжнародному ринках; 4). Забезпеченні більш високого рівня кваліфікації випускників; 5). Можливості підвищення кваліфікації співробітників Компанії через залучення викладачів ВУЗу; з Асоціацією дієтологів України; 6). Проведенні «кружків якості», мозкових штурмів, фокус-груп, круглих столів, семінарів по розвитку підприємства / ВУЗу за участі представників Компанії.

Для СП «Вітмарк-Україна» ТОВ взаємовигідна співпраця з Одеським національним економічним університетом проявляється у: 1). Можливості використання у рішенні виробничих завдань Компанії наукового потенціалу університету; 2). Можливості вирішення кадрових питань за рахунок залучення компетентних випускників, які конкурентоспроможні на ринку праці; 3). Підвищенні іміджу Компанії серед студентів і викладачів в якості споживачів продукції СП «Вітмарк-Україна» ТОВ; 4). Нових можливостях для екологічної просвіти, пропаганди здорового образу життя серед студентів та колективу ВУЗу; 5). Залученні студентів-волонтерів до реалізації стратегії соціальної відповідальності Компанії через проведення різноманітних акцій, наприклад, участі у ініціативі «Go green».

Наведемо за допомогою даних табл. 2 карту стейкхолдерів СП «Вітмарк-Україна» ТОВ.

Висновки із і перспективи подальших досліджень.

Таким чином, взаємодія між Компанією та Університетом є доцільною з позицій:

1. Об'єднання зусиль для взаємного посилення виробничого рівня та потужності шляхом допомоги одне одному у зменшенні

негативного впливу окремих власних слабких сторін у діяльності в своїх галузях та між цими галузями;

2. Взаємного прагнення до відповідності світовим стандартам та практикам у своїй діяльності;

3. Намагання зробити світ та власну країну кращими.

Таблиця 2

Карта стейкхолдерів СП «Вітмарк-Україна» ТОВ

		Рівень інтересу	
		Низький	Високий
Рівень впливу	Низький	Група А ЗМІ	Група В Університет
	Високий	Група С Конкуренти Держава та органи державної влади Організації (екологічні, споживачів і т.п.) Громада та суспільство Міжнародні організації Постачальник	Група D Акціонери (інвестори) Партнери - дистриб'ютори Персонал Споживачі

Таким чином, проведена популяризація здорового образу життя серед молоді студентами шляхом взаємодії між університетом та Компанією через фінансування спортивних, наукових та творчих заходів і мета дослідження досягнута.

Література

1. Керівництво з соціальної відповідальності ISO 26000: 2010. / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en>

2. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: підручник / Саприкіна М. А., Ляшенко О., Саєнсус М. А. і Місько Г. А., Зінченко А. Г., (за науковою редакцією д.е.н., проф., засл. діяч науки і техніки України Редькіна О. С.). – К.: ТОВ «Фарбований лист», 2011. – 480 с.

3. Офіційний сайт СП «Вітмарк-Україна» ТОВ [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.vitmark.com>

4. Саприкіна М., Каба Д. Діалог зі стейкхолдерами: рекомендації компаніям – К.: ТОВ «Фарбований лист», 2011 – 40 с.

1. Kerivnystvo z sotsial'noyi vidpovidal'nosti ISO 26000: 2010. / [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en>

2. Korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist': modeli ta upravlins'ka praktyka: pidruchnyk / Saprykina M. A., Lyashenko O., Sayensus M. A. i Mis'ko H. A., Zinchenko A. H., (za naukovoyu redaktsiyeyu d.e.n., prof., zasl. diyach nauky i tekhniky Ukrayiny Red'kina O. S.). – K.: TOV «Farbovaniy lyst», 2011. – 480 s.

3. Ofitsiynyy sayt SP «Vitmark-Ukrayina» TOV [Elektronnyy resurs]. Rezhym dostupu: <http://www.vitmark.com>

4. Saprykina M., Kaba D. Dialoh zi steykkholderamy: rekomendatsiyi kompaniyam – K.: TOV «Farbovaniy lyst», 2011 – 40 s.

Рецензент: Кузнецова І.О., д.е.н., професор, зав. кафедри менеджменту організації та зовнішньо-економічної діяльності Одеського національного економічного університету

11.05.2017

УДК 330.8

Осик Юрий

ДВУМЕРНАЯ ДИДАКТИКА В ИЗУЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН

Изложены сущность и актуальность практического использования двумерной дидактики обучения в преподавании