

4. Антикризове управління підприємств в Україні [Електронний ресурс]: <http://conf.management.fmm.kpi.ua/proc/article/view/101153>
5. "Суспільне": Арешт рахунків блокує нас, "Євробачення" й Олімпіада під питанням [Електронний ресурс]: <https://www.pravda.com.ua/news/2020/02/28/7241965/>
6. Повного фінансування Суспільне не отримало, але воно «буде жити» — Аласанія [Електронний ресурс]: <https://hromadske.ua/posts/povnogo-finansuvannya-suspilne-ne-otrimalo-ale-vono-bude-zhiti-alasaniya>
7. Зураб Аласанія: З 776 млн, виділених Суспільному з бюджету 90% підуть на зарплати. Про який розвиток мова? [Електронний ресурс]: <https://glavcom.ua/interviews/gendirektor-suspilnogo-zurab-alasaniya-z-776-mln-vidilenih-z-byudzhetu-90-pidut-na-zarplati-pro-yakiy-rozvitok-mova-458326.html>
8. Як Зураб Аласанія реформує «Суспільне»? [Електронний ресурс]: <https://babel.ua/texts/40394-de-kachaye-bicepsi-obidaye-z-eks-ministrom-kulturi-i-p-ye-vechorami-zurab-alasaniya-odin-den-z-kerivnikom-suspilnogo>

УДК 336

Романчик Т.В.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та маркетингу
Національний технічний університет «ХПІ», Харків

Інвестування у корпоративну соціальну відповідальність: вплив на результативність бізнесу

В умовах глобалізації ринку посилюється вплив соціальної відповідальності бізнесу на конкурентоспроможність, фінансову стійкість і інвестиційну привабливість організацій. Основою успішного довгострокового функціонування організації на ринку є не тільки її прагнення до отримання максимального прибутку, а й участь у реалізації різних ініціатив, спрямованих на вирішення соціально-економічних та екологічних проблем, підвищення якості життя населення, його правову безпеку.

Ефективність впровадження принципів соціальної відповідальності бізнесу формується на основі системного підходу, з урахуванням інтересів трьох груп учасників - персоналу компанії, споживачів її продукції, а також громадських і державних структур [2]. Користь, що отримується суспільством і споживачами, не викликає сумніву. Дискусію серед керівників підприємств та теоретиків викликає питання ефективності витрат на забезпечення і розвиток соціальної відповідальності бізнесу для самого підприємства.

Це питання набуває все більшої актуальності як серед вітчизняних, так і серед зарубіжних підприємців. У періодичних і наукових виданнях за останні 10 років можна зустріти різні варіанти досліджень в цієї сфері. Зокрема, в цей період компанією Economist Intelligence Unit було проведено опитування серед

представників бізнес-структур щодо впливу корпоративної соціальної відповідальності на прибуток компанії.

На думку представників бізнесу, корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) позитивно впливає на показники прибутковості компаній. Згідно дослідження Economist Intelligence Unit, розвиток практики впровадження КСВ призводить до збільшення виручки в середньому на 16% і до збільшення прибутку на 16% [2]. Однак, успіх компаній на ринку визначається сьогодні не тільки показниками рентабельності. В сучасних умовах результативність бізнесу багато в чому залежить від іміджу організації, лояльності клієнтів, взаємовідносин з контрагентами.

Корпоративну соціальну відповідальність можна розглядати, як інструмент зміцнення ринкової позиції підприємства. Недотримання мінімального обов'язкового рівня вимог тягне за собою втрату іміджу підприємства, зниження його ринкового рейтингу. Навпаки, підвищення рівня соціальної відповідальності понад обов'язкову складову можна розглядати як інвестиційний ресурс. Ефект від проведення заходів далеко не завжди можливо відстежити відразу. Іноді вони окупаються протягом кілька років. Це дозволяє розглядати витрати на КСВ як один з видів інвестиційних витрат. При цьому ефективність КСВ слід розглядати у двох аспектах: економічному і психологічному. Психологічний вплив потенційно має сприяти залученню уваги споживачів до компанії і розвитку їх лояльності. А тому психологічний ефект сприяє зростанню економічного ефекту.

Таким чином, витрати на КСВ є одним з чинників поліпшення позицій бізнес-структур на ринку за рахунок підвищення довіри до них з боку споживачів, ділових партнерів, держави, поліпшення репутації, зміцнення бренду організації. Впровадження КСВ, на думку 32% представників бізнесу в світі, є однією з основних умов зміцнення конкурентних позицій підприємства на світовому ринку. Такої думки дотримуються 36% підприємців з країн з високими темпами розвитку. 31% вітчизняних підприємців вважають впровадження політики соціально відповідального бізнесу необхідною умовою конкуренції в глобальному масштабі [2]. Аналіз світових тенденцій свідчить, що понад 60% компаній у розвитку соціальної відповідальності бізнесу бачать можливість зміцнення корпоративного іміджу.

Складність оцінки впливу КСВ на результативність бізнесу полягає в неможливості виділення повного переліку чинників впливу, системи показників, що формують цінність компанії на ринку, виділення прямого економічного ефекту. Тому представники бізнесу частіше інтуїтивно розуміють важливість фінансування соціальних ініціатив. Непрямим підтвердженням позитивного впливу КСВ на результативність бізнесу автор [2] вказує той факт, що найбільші світові корпорації є лідерами в сфері КСВ. Р. Роббінс зазначає, що «майже жодна велика публічна компанія сьогодні не хотіла б, щоб її вважали не залученою в КСВ». Це ясне визнання того, наскільки важливою може бути КСВ для їх прибутку, незалежно від того, наскільки складно визначити КСВ і зв'язати її з прибутком [1].

Література

1. Robins R. Does Corporate Social Responsibility Increase Profits? // Business Ethics: The Magazine of Corporate Responsibility / R. Robins/ – URL: <http://business-ethics.com/2015/05/05/does-corporatesocial-responsibility-increase-profits/>.

2. Stokov M.A., Rudakova O.V. Business social responsibility as its competitive advantage. Central Russian Journal of Social Sciences. volum 12. issue 3. 2017. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-otvetstvennost-biznesa-kak-ego-konkurentnoe-preimushchestvo/viewer>

УДК 331.108.26:330.322.5

Сахненко О. І.,

старший викладач кафедри менеджменту та військового господарства
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Управління персоналом як необхідна складова ефективної діяльності підприємства

Усе більше управління персоналом визнається як одна з найбільш важливих сфер життєдіяльності організації, здатної підвищити її ефективність і продуктивність функціонування. Розвиток та ефективне використання потенціалу людини стає головним критерієм досягнення успіху, а інвестування у людину – стратегічним напрямом діяльності як окремого суб'єкта господарювання, так і суспільства загалом.

Теоретичні аспекти актуальних проблем управління людським потенціалом знайшли відображення у працях таких вчених, як: В. І. Верхоглядова, Ю. І. Воплюшкина, О. В. Захарова, Н. А. Іваннікова, С. Б. Ільїна, О. В. Лавріченко, О. Ю. Мацькевич та інші. Проте концептуальні підходи до управління людським потенціалом як системи вимагають подальшого дослідження.

Розвиток людського потенціалу організації розглядається як формування людських здібностей і реалізація придбаних здібностей в продуктивних цілях організації. Формування людських здібностей полягає в зміцненні здоров'я, придбанні знань, вдосконаленні професійних навиків [1].

Процес розвитку людського потенціалу передбачає вирішення певних задач, які ставить перед собою організація. Серед яких:

- чітке виконання місії організації і формування корпоративної культури;
- відповідність кваліфікованого і працездатного кадрового складу потребам організації;
- забезпечення ефективної роботи служби управління персоналом з чітким розподілом функціональних обов'язків;
- формування дієвої системи відбору та атестації робітників організації;
- забезпечення соціальної захищеності членів трудового колективу;
- виявлення оптимальної пропорції між керівним і виконавчим складом кадрів;