

3. Інформаційне агентство «Mind». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mind.ua/news/20191831-uryad-nimechchini-sprostiv-pracevlashtuvannya-dlya-ukrayinciv>
4. Інформаційне агентство «Wyborcza». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://opole.wyborcza.pl/opole/7,35086,24505064,ukraincy-daja-nam-prace-bo-coraz-czesciej-zakladaja-tu-firmy.html>
5. Інформаційне агенство «РБК-Україна». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://daily.rbc.ua/rus/show/trudovaya-migratsiya-kakie-strany-pochemu-1525269435.html>
6. Інформаційне агентство «5 канал». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.5.ua/ekonomika/cherez-koruptsiyu-ukraina-shchoroku-vtrachaie-2-zrostannia-vvp-mvf-181095.html>
7. Інформаційне агентство «Habr» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://habr.com/ru/post/441118/>

Морока Д. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА

На сьогоднішнє головне завдання кожного підприємця – максимізація прибутку та мінімізація затрат. На жаль, слідуючи цьому канону більшість підприємців не звертають уваги, а то й навмисно зменшують якість своєї продукції, задля максимізації майбутнього прибутку. Але ж, безперечно, найголовнішим завданням кожного підприємця є максимальне задоволення потреб населення (споживачів даного виду продукції). Неодмінно, для функціонування соціально орієнтованої ринкової економіки, яка направлена на задоволення першочергових потреб населення країни; покращення якості життя населення, за допомогою випуску і реалізації даного виду продукції, необхідна така умова як соціальна відповідальність виробництва.

Соціальна відповідальність виробництва – це відповідальне ставлення підприємства до виготовлення своєї продукції, яка йде на реалізацію. Кінцевою метою підприємства, яке займається виготовленням і реалізацією своєї продукції, має бути благо суспільства. А продуктовою метою – виробництво життєнеобхідної продукції та послуг для задоволення потреб, перш за все, локального населення. Наслідком чого є належний прибуток у довгостроковій перспективі. Завданням підприємства повинен бути випуск соціально-корисної продукції.

Соціальна відповідальність виробництва у підприємницькій діяльності:

- сприяє покращенню добробуту та здоров'ю суспільства (першочергово, локального населення);
- покращує взаємовідносини подателя матеріальних благ і споживачів;
- сприяє максимальному забезпеченню потреб споживачів;
- відповідає національним та європейським стандартам і міжнародним нормам поведінки тощо.

Соціальна відповідальність підприємництва (в свою чергу, виробництва) – є добровільною діяльністю суб'єкта господарювання, яка спрямована на дотримання соціальних стандартів (сертифікація продукції); стандартів виробничої

діяльності (виробництво продукції на справному обладнанні, щоб мінімізувати виробничі травми робітників; дотримання принципів організації виробництва); зменшення шкідливого впливу на навколишнє середовище (впровадження інновацій; використання новітньої техніки).

У ХХІ столітті соціальна відповідальність виробництва – є загальнозживаною тенденцією, за якою слідує більшість економічно розвинених країн (малий, середній та великий форми бізнесу). Хочеться згадати слова великого філософа Платона, який у своїх працях представляє подвійний характер відповідальності: «Моральна відповідальність та відповідальність перед законом, котра трансформується у відповідальність за його порушення. Відтак йдеться про два аспекти – позитивний (моральна відповідальність перед суспільством, державою) та негативний (відповідальність, що її людина зазнає у випадку порушення встановлених норм)» [1]. Багато підприємств в Україні, на жаль, звертають увагу переважно на відповідальність, яку зазнає бізнес у випадку порушення певних норм. Вони не надають значення моральній відповідальності перед суспільством. Через це, підприємці заради максимізації свого прибутку, погіршують якість продукції, яку вони виробляють (використовують менш якісні компоненти, а то й узагалі шкідливі; не займаються відповідним чином оновленням обладнання (не вкладають кошти в розробку інновацій)).

Все ж таки, якщо не зважати на певну кількість складнощів сьогоденної ситуації соціальної відповідальності виробництва, але в Україні вона знаходиться на стадії становлення. Найкращим прикладом для нашої країни є філіали європейських підприємств, які знаходяться на території України. Вони звертають увагу на особливу форму суспільної свідомості; є прозорими у рішеннях, які впливають на подальший розвиток господарської діяльності. За статтею 69 «Соціальна діяльність підприємства» Господарського кодексу України: «Питання щодо поліпшення умов праці, життя і здоров'я, гарантії обов'язкового медичного страхування працівників підприємства та їх сімей, а також інші питання соціального розвитку вирішуються трудовим колективом за участі власника або уповноваженого ним органу відповідно до законодавства, установчих документів підприємства, колективного договору» [2].

Для подальшого розвитку соціальної відповідальності в Україні необхідна підтримка держави, так як більшість підприємств, у першу чергу, залежні від законодавства, а потім уже від моральної належності. Безсумнівно, це пов'язано з менталітетом, так як підприємцям краще зменшити якість своєї продукції заради прибутку, ніж турбуватися щодо добробуту своїх споживачів. Через намір інтеграції України з Європейським союзом, на даний момент держава починає активно проваджувати залучення стандартів розвинених країн світу, які пов'язані із соціальною відповідальністю виробництва; залучає інвестиції для розвитку стартапів, які стануть основою розвитку малого та середнього бізнесу (які, віддають переваги на задоволення першочергових потреб суспільства та виробляють доброякісну продукцію).

Список використаних джерел:

1. Охріменко О. О. Соціальна відповідальність: навч. посіб. / О. О. Охріменко, Т. В. Іванова.– Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. – 180 с.
2. Господарський кодекс України / (Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2003. – № 18, № 19-20, № 21-22, ст.144) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
3. Тімар І. В. Працевлаштування молодих спеціалістів як прояв соціальної відповідальності бізнесу / І. В. Тімар // Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції «Підвищення національної конкурентоспроможності: управлінські та науково-технологічні аспекти». – 19–23 листопада 2013 року. – Симферополь-Ялта. – С. 135–137.

К. е. н. Олійник Т. І., Кривицька Н. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, (Україна)

**КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА
В УПРАВЛІННІ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Основою життєвого циклу і організаційного потенціалу будь-якої організації є культура – цінності, норми і відносини, які приймаються і розділяються більшістю працівників. Корпоративна культура може бути причиною підвищення або зниження ефективності діяльності підприємства. Як показує зарубіжний і вітчизняний досвід, в умовах ринку корпоративна культура все частіше стає ключовим чинником ефективного (чи навпаки неефективного) розвитку підприємства.

Актуальність корпоративної культури значно посилюється, якщо розглядати розвиток організацій в контексті глобалізації і взаємовпливу національних і ділових культур, та у першу чергу нас цікавить така культура, яка сприяє зростанню і стійкому розвитку організації. Сьогодні корпоративна культура поступово стає домінуючим чинником не лише групової ідентичності людини, але і чинником соціалізації індивіда в організації.

У 50–60-х рр. минулого століття почали застосовуватися поняття «організаційна культура» та «організаційна мораль» (роботи Т. Парсонса, Ф. Селзника, Ч. Барнарда, Дж. Марча, Г. Саймона), в них ми спостерігаємо деякі елементи поняття «корпоративна культура». Проте ширше використання цей термін отримав у 70-х – початку 80-х рр. ХХ століття у дослідженнях відомих західних фахівців з менеджменту, серед яких є Дж. Грейсон, К. О'Делл, П. Друкер, В. Оучі та ін. Вони трактували корпоративну культуру як сукупність символічних образів і значень, відповідно до яких структуруються організаційні відносини і діяльність працівників [1].

У роботах вітчизняних дослідників, таких як В. Близнюк, О. Комарова, О. Левченко найбільш поширено визначення корпоративної культури як сукупності норм, правил, звичаїв і традицій, які підтримуються суб'єктом організаційної влади і які задають загальні рамки поведінки працівників, організації, що узгоджуються із її стратегією [3; 4].