

- надавши рівні можливості для ефективної праці та забезпечивши раціональну зайнятість працівників;

- для забезпечення відповідності працівника вимогам робочого місця, використовувати психофізичні дані його трудового потенціалу.

Обравши концепцію банку щодо системи управління персоналом потрібно розробити перелік нормативних документів, які б всебічно регулювали б напрямки управління в залежності від цілей.

На основі цієї концепції та нормативних документів відбувається формування політики управління персоналом. Зазвичай вона складається з політики набору, відбору й розміщення персоналу на робочих місцях; забезпечення політики профорієнтації й підвищення кваліфікації кадрів шляхом проходження навчання на семінарах, вебінарах, конференціях та курсах; політики забезпечення зайнятості; політики управління переміщення персоналу за ієрархією; політики стимулювання персоналу; політики соціального захисту персоналу [1, с. 17].

Політика менеджменту персоналу в банках полягає в основі стратегії менеджменту персоналу. Стратегія управління персоналом у банках, забезпечуючи ефективну діяльність шляхом поєднання основних ресурсів банку, являє собою сукупність довгострокових цілей і заходів з управління персоналом, є складовою загального стратегічного плану банку.

Отже, управління персоналом банку впливає на процес досягнення цілей банку, а результативність обраних напрямів його діяльності залежить від ефективно обраної послідовності етапів з урахуванням специфіки стратегії банку.

Використана література:

1. Закаблук Г. О. Формування системи управління персоналом на підприємствах в умовах нестабільності: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / Закаблук Г.О.; Класич. приват. ун-т. - Запоріжжя, 2016. - 20 с.

2. Сушко Н. М. Менеджмент персоналу в банках / Н. М. Сушко. – Київ: «Центр учбової літератури», 2008. – 146 с.

### **Побудова механізму формування корпоративної соціальної відповідальності підприємств**

*Козирєва О.В., д.е.н., зав. кафедри менеджменту і адміністрування НФаУ  
[yakakos74@gmail.com](mailto:yakakos74@gmail.com)*

*Здорік Т.А., здобувач другого рівня вищої освіти спеціальності «Публічне управління та адміністрування»*

Поряд із економічними чинниками все більшу роль у забезпеченні конкурентоздатності, досягненні високої продуктивності та прибутковості діяльності починають відігравати соціально-відповідальні функції підприємств, включення до його компетенції питань підтримки природоохоронних заходів, розробки та реалізації програм розвитку медичних

пунктів, дитячих садків, оздоровниць та інших закладів соціальної інфраструктури підприємства, формування систем соціального, освітнього та психологічного забезпечення працівників, впровадження принципів етичної поведінки у відносинах з постачальниками та споживачами. Подібна трансформація суспільних цінностей та пріоритетів вимагає внесення змін до діючої практики управління підприємствами, забезпечення інтеграції принципів, методів та інструментів соціальної відповідальності у діяльність підприємств.

Вагомий вклад у становлення, розвиток та дослідження особливостей соціально-відповідального підходу до ведення виробничої діяльності внесли вітчизняні та зарубіжні вчені, а саме: І. Акімова, Ю. Благов, П. Друкер, Ф. Котлер, С. Літовченко, М. Мескон, та інші [1-6]. Розробка, реалізація, управління та оцінювання результативності соціально-відповідальних заходів досліджуються у роботах І. Барбашина, С. Буко, П. Калити, О. Кліменко, Н. Кричевського, М. Ліборакіної та інших [7 - 13].

Однак, у науковій літературі не існує єдиної думки щодо складових концепції корпоративної соціальної відповідальності, їх ієрархічної підпорядкованості. Саме тому, виникає необхідність у обґрунтуванні методологічних основ розробки механізму формування соціальної відповідальності.

При розробці механізму формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства необхідним є подолання проблеми співвідношення цілей діяльності підприємства (збільшення прибутковості та рентабельності, забезпечення можливості для розвитку, підвищення ефективності функціонування тощо) та положень даного підходу. Тобто, якщо розглядати корпоративну соціальну відповідальність як сукупність заходів реалізації екологічної, суспільної, трудової та економічної складових, то необхідним є забезпечення їх підпорядкованості загальній меті діяльності підприємства, що дозволяє знайти баланс між інтересами підприємства та потребами різних груп зацікавлених сторін. Відповідно до цього при створенні механізму формування корпоративної соціальної відповідальності необхідно забезпечити його відповідність політиці підприємства у сферах природоохоронної діяльності, працевлаштування та розвитку персоналу, їх соціального захисту тощо, яка виступає запорукою повноти реалізації його цілей і завдань. Основними характеристиками механізму формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства повинні виступати:

1) плановість діяльності, що виражається у розробці дієвої системи показників оцінки ефективності окремих заходів та корпоративної соціальної відповідальності підприємства загалом;

2) раціональність використання ресурсів через забезпечення мінімізації витрат та пошуку шляхів їх розподілу між підприємством та іншими учасниками відносин;

3) гнучкість управління для мінімізації ризиків у випадку зміни факторів внутрішнього чи зовнішнього середовища.



Рис. 1. Зв'язок між елементами механізму формування корпоративної соціальної відповідальності

Отже, розуміння суті механізму формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства, його місця у системі управління підприємством, чітке розуміння його структури та взаємопов'язаності окремих елементів має важливе практичне значення, оскільки сприяє визначенню його проблемних місць та, відповідно, розробці дієвих шляхів підвищення загальної ефективності дії механізму. На рис. наведено взаємозв'язки між елементами механізму, які у своїй сукупності забезпечують основу для розробки структурної моделі.

Список використаної літератури:

1. Акімова І. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження / І. Акімова, О. Осінкіна, О. Філіпченко, А. Марцінків. – К.: Видавнича компанія «КІТ», 2015. – 41 с.
2. Благоев Ю. Е. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности / Ю. Е. Благоев // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2009. – Сер.8., Вып. 2. – С. 3–24.
3. Друкер Питер Ф. Практика менеджмента / Питер Ф. Друкер; пер. с англ. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2002. – 398 с.
4. Котлер Ф., Ли Н. Корпоративная социальная ответственность. Как сделать как можно больше добра для вашей компании и общества / Филип Котлер, Ненси Ли; пер. с англ. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с.
5. Литовченко С. Что такое «хорошо» и что такое КСО? (Из выступления исполнительного директора Ассоциации Менеджеров VIII Петербургском международном экономическом форуме в июне 2014 года) [Электронный ресурс] / С. Литовченко // Вестник Ассоциации Менеджеров. – 2004. – № 6/7. – С. 7. –Режим доступа: <http://vam.amr.ru/articles/cm/64>. – Назва. з екрану.
6. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. с англ. – М.: «Дело», 1993. – 703 с.
7. Барбашин И. В. Корпоративная социальная ответственность в современной России: теория и практика / И. В. Барбашин, Т. А. Федотовская, С. Н. Титов // Аналитический вестник. – 2015. – № 26 (278). – 75 с.
8. Буко С. Корпоративна соціальна відповідальність як принцип ціннісно зорієнтованого менеджменту / С. Буко // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2013. – №2
9. Калита П. Я. Соціально спрямований бізнес, або Бізнес з турботою про Людей / П. Я. Калита // Молочное дело: Ежемесячный производственно-практический журнал. – 2014. – № 10. – С. 68–69.
10. Кліменко О. М. Соціальна відповідальність бізнесу як стратегічне рішення боротьби з безробіттям / О. М. Кліменко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2016. – № 12. – С. 183–185.
11. Кричевский Н. А. Корпоративная социальная ответственность / Н. А. Кричевский, С. Ф. Гончаров. – М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и Ко", 2009. – 216 с.