

навчальних закладах Європи і Америки. Міграція молоді погіршує статеву-вікову структуру трудового потенціалу, його кількісні параметри і якісні характеристики. Правда, молодь, яка навчається за кордоном може розглядатися як джерело поповнення ринку праці висококваліфікованими випускниками зарубіжних вузів. Однак, поповнення кадрового потенціалу України може відбуватися при умові забезпечення їх належними робочими місцями і відповідною оплатою праці.

Аналіз тенденцій розвитку трудового потенціалу України свідчить про наявність проблем його формування і необхідність розробки і реалізації заходів, щодо їх вирішення і запобігання їх виникнення.

Олександра ОВСЯНЮК-БЕРДАДІНА

к.е.н, доцент, доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу ТНЕУ

ТРАНСФОРМАЦІЯ ПАРАДИГМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ COVID-19

З початку 2000-х тематика соціальної відповідальності бізнесу стала детально досліджуватися спочатку зарубіжними науковцями, а, згодом, і вітчизняними. Результатом їх наукових пошуків стала поступова дифузія соціальної відповідальності в усі сфери життєдіяльності бізнесу. Маркетинговий інструментарій поповнився добродійним й соціальним, який забезпечував не тільки стимулювання збуту, але й автоматичну реалізацію окремих філантропічних заходів. Інноваційно-операційна компонента шляхом імплементації соціально відповідального підходу до введення бізнесу забезпечила фокусування уваги на індивідуальних потребах споживача, часто з унікальними чи специфічними потребами. Логістична складова посилилася правилами екологічних закупівель та відповідальних ланцюгах постачань. По суті, для бізнесу стало очевидним, що без налагодження дієвого діалогу зі стейкхолдерами, ранжування сили їх впливу, його подальший висхідний розвиток є неможливим.

Однак, як демонструють реалії сучасної парадигми функціонування ринкової економіки, з часів панування пріоритету кейнсіанських поглядів, нічого не змінилося – держава була і є головним регулятором суспільної життєдіяльності, яка встановлює правила гри для усіх груп її стейкхолдерів. Приймаючи ці правила стейкхолдери (члени суспільства) змінюють свої вимоги до інших суспільних груп з якими вступають в комунікаційну взаємодію та трансформують власну модель соціально відповідальної поведінки. Показовим

та ще мало дослідженим у цьому напрямку є зміна парадигми соціальної відповідальної поведінки бізнесу в умовах оголошеної пандемії вірусу COVID-19.

Встановлення карантинних умов суттєво змінило траєкторію розвитку багатьох бізнесових структур. При цьому важко спрогнозувати зміни, які понесуть у довгостроковій перспективі страхові, туристичні компанії, компанії, що займалися пасажирськими перевезеннями та ті, що задіяні у сфері обслуговування. До цього ж, сучасний етап розвитку економіки демонстрував активізацію розвитку сфери послуг, яка априорі передбачала комунікаційну взаємодію з різними групами стейкхолдерів.

Незважаючи на постіндустріальний етап розвитку суспільства та панування думки про повну автоматизацію багатьох бізнесових процесів, карантин продемонстрував, що більшість виробничих та комерційних процесів є неможливим без реальної комунікації індивідів. Очевидно, що інформаційні технології, інтернет-магазини та платформи, безготівковий розрахунок значно усуває необхідність комунікації між учасниками бізнес-процесів, однак повністю не виключає таку необхідність. При цьому сьогодні вдається втримувати ринкові позиції тим бізнесовим структурам, які активізували свої зусилля на створення інтернет-сайтів, набуття позитивного іміджу на торговельних інтернет-майданчиках.

Ряд класичних соціальних ініціатив – просування добродійної справи, соціальний, добродійний маркетинг, волонтерство та філантропія, які активно застосовувалися і до встановлених карантинних заходів, активізувалися та набули нових специфічних форм і за сьогоdnішніх умов. Однак, внутрішня складова соціально відповідальної бізнесу – взаємовідносини з працівниками, стала наріжним каменем повноцінної реалізації суспільно відповідальної поведінки. Внаслідок накопичення незначних сум резервних фондів у бізнесових структурах та частого небажання власників перерозподілу коштів для виплат своїм працівникам, їх значна частина залишилася без засобів для існування. За умови низького фінансового планування та грамотності населення тимчасова втрата роботи для значної кількості населення поступово формує значну суспільну проблему.

На сьогодні важко прогнозувати наслідки пандемії COVID-19 для траєкторії бізнесу у довгостроковій перспективі, однак, вже на сьогодні очевидними стають наступні виклики в площині його соціально відповідальної поведінки:

– необхідність зміни правил та формування альтернативних варіантів взаємодії зі споживачами товарів, робіт і послуг, іншими групами стейкхолдерів в звичайних та надзвичайних умовах;

- необхідність паралельного супроводу усіх бізнес-процесів за допомогою інтернет-комунікацій;
- збільшення акценту соціально відповідальної поведінки бізнесу на внутрішню складову її реалізації – охорону, мотивацію праці, трудові відносини.

Віктор ОСТРОВЕРХОВ

к. е. н., доцент, декан факультету
економіки та управління ТНЕУ

РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ МУНІЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ

Розвиток персоналу в системі кадрового менеджменту посідає особливе місце, оскільки спрямований на забезпечення неперервної професійної освіти працівників як основи ефективного муніципального управління, на запровадження інноваційних технологій муніципального менеджменту, підвищення якості надання управлінських послуг, просування по службі та стимулювання персоналу, на адекватне кадрове забезпечення виконання новітніх функцій управління економічним і соціальним розвитком муніципальних утворень.

Розвиток персоналу в органах муніципального управління передбачає застосування процедур аналізу, планування та організації розвитку персоналу, зокрема: аналізу існуючого рівня професійної та освітньо-кваліфікаційної підготовки працюючих; планування потреби у їх підвищенні відповідно до змін зовнішнього та внутрішнього середовища організації; розробки програм, стратегічних та оперативних планів розвитку персоналу з урахуванням як потреб організації, так і індивідуальних потреб працюючих; організаційно-функціонального та інформаційно-комунікативного забезпечення процесу підготовки кадрів.

Для забезпечення цієї функції кадрового менеджменту використовують різні методи підготовки персоналу: 1) за місцем підготовки (на робочому місці (спостереження, закріплення наставника, показ, ротація – стажування на суміжному робочому місці); не на робочому місці (консультування, "круглі столи", соціологічні дослідження, вивчення ситуацій – "кейс-метод", моделювання конкретних функцій та завдань, використання комп'ютерних навчальних програм, дистанційне навчання); 2) за формою підготовки (самопідготовка; цільова підготовка (випускників вищих навчальних закладів); підвищення кваліфікації (короткотермінове, тематичне, довготермінове у навчальних закладах спеціального спрямування); професійна перепідготовка (за