

Корпоративні ЗМІ дають змогу для створення єдиного інформаційного простору для навчальних закладів, "активних" норм, правил та стандартів поведінки.

Мета стандартів закладу освіти - покращити керованість організації шляхом створення загальних стандартів діяльності. Для формування корпоративних стандартів необхідно виявити відмінності у формах та методах роботи; підкреслити альтернативні, авторитетні та передові технології навчання та освіти тощо.

Освітня робота, а також ознайомлення з новими підручниками, новими курсами та різними формами навчання допомагає об'єднувати учнів та викладачів і вивести корпоративну культуру на новий рівень.

Отже, одним із вирішальних чинників підвищення ефективності діяльності закладу освіти є внутрішня інтеграція співробітників, яка забезпечується корпоративною культурою. Тому, зміни в освітньому процесі так чи інакше впливають на корпоративну культуру закладу освіти. Завдання керівника проявити професіоналізм і максимально дослухатись до учнів та педагогів (викладачів) для досягнення високої та стабільної корпоративної культури, а наявність стандартних елементів корпоративної культури використати як фундамент для її побудови.

Використані джерела

1. Гнезділова К. Корпоративна культура викладача вищої школи: теоретичні і методичні засади формування: монографія / Черкас. нац. ун-т ім. Б. Хмельницького. Черкаси : Чабаненко, 2013. 384 с.

2. Мисюк С. Б. Формування стилю корпоративної культури загальноосвітнього навчального закладу. URL: <http://journal.osnova.com.ua/download/29-123-40646.pdf>.

3. Національна стратегія розвитку освіти в Україні на 2012-2021 роки. URL: www.mon.gov.ua/images/files/news/12/05/4455.pdf.

4. Прохоровська С.А. Управління корпоративним іміджем компанії / зб. тез доповідей учасників ІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток індустрії гостинності та міжнародного бізнесу: сучасний стан і перспективи / Тернопіль 22 травня 2020 р. Т.: ТНЕУ.2020. С. 200-202.

Бердадін Андрій

Західноукраїнський національний університет

(науковий керівник: д.е.н., професор кафедри

менеджменту, публічного управління та персоналу ЗУНУ Васіна А.Ю.)

ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ В НАПРЯМКУ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Процеси трансформації економіки України об'єктивно зумовили зміну розуміння функціональної ролі підприємства і, як наслідок, оцінки ефективності та результативності

його діяльності. На сьогодні успішною може вважати себе лише та бізнесова структура, котра поміж прибутковості своєї діяльності має позитивний зовнішній імідж, який формується через специфічну організаційну культуру та ставлення організації до продукту своєї діяльності, споживачів, партнерів та суспільства в цілому. Інтегральною категорією, що окреслює результативність вищезазначених характеристик діяльності підприємства є соціальна відповідальність бізнесу.

Основними напрями реалізації соціальної відповідальності можуть стати екологічна, трудова, економічна сфери діяльності організації.

Екологічна відповідальність організації полягає у запровадженні інструментів екологічного менеджменту, інтегрованих у всі етапи діяльності підприємства, які дозволять ідентифікувати екологічні загрози, визначати екологічні вимоги, закріплені діючими нормативно-правовими актами, розробити власну екологічну політику та програму її впровадження. Система екологічного менеджменту як правило охоплює два етапи – стабілізацію екологічної ситуації та її покращення. Стабілізація екологічної ситуації виступає початковим етапом екологічної відповідальності підприємства, складовими якого є:

- запровадження ціни екологоємності продукції з метою відрахування певного відсотку у галузеві фонди екологоємності для відшкодування збитків, заподіяних природі;
- контроль за дотриманням гранично допустимих концентрацій забруднених речовин;
- ведення моніторингу ефективності витрат на природоохоронні заходи.

Показниками екологічної відповідальності повинні стати екологічні збори, втрати підприємства від нераціонального природокористування, витрати на природоохоронні заходи, ефективність витрат на природоохоронні заходи, екологоємність продукції підприємства, відповідності обсягів викидів шкідливих речовин їх гранично-допустимій концентрації.

Реалізація суспільної відповідальності організації повинна полягати у:

- співпраці з місцевим співтовариством та місцевою владою щодо створення нових робочих місць, підтримки освітніх ініціатив, розвитку наукової діяльності, утримання соціальної інфраструктури, підтримки соціально-незахищених верств населення;
- забезпеченні випуску якісної продукції та запровадження системи оцінки якості на всіх стадіях виробництва;
- дотриманні принципів добросовісності та повноти при сплаті податків та інших обов'язкових платежів;
- формуванні позитивного іміджу серед інвесторів та кредиторів.

Трудова відповідальність організації повинна передбачати:

- створення системи оплати праці та мотивації працівників, що включає створення власних пенсійних фондів, виплату компенсацій, заохочувальні та інші виплати соціального характеру, запровадження матеріальної підтримки працівників та їх сімей, додаткове соціальне страхування;

- охорону здоров'я працівників, яка передбачає проведення заходів спрямованих на попередження професійних захворювань та травматизму, здійснення періодичного медичного огляду, оздоровчих заходів, надання можливості для санаторно-курортного лікування;

- підвищення професійного рівня та кваліфікації працівників шляхом налагодження співпраці із навчальними закладами, консалтинговими агентствами, бізнес-центрами;

- забезпечення безпеки праці шляхом постійного моніторингу роботи потенційно-небезпечного обладнання та навчання працівників безпечному поводженню на виробництві.

Дотримання економічної відповідальності організації повинна передбачати створення умов для забезпечення фінансової стабільності, економічного розвитку підприємства, забезпечення його прибутковості та високого рівня рентабельності через використання спеціальних соціальних ініціатив в практиці ведення бізнесу. Показниками економічної відповідальності є коефіцієнти зносу основних засобів, оновлення основних засобів, вибуття основних засобів, оборотності активів, оборотності основних засобів, оборотності власного капіталу, поточної ліквідності, швидкої ліквідності, абсолютної ліквідності, покриття, фінансової автономії, фінансування, маневреності власного капіталу, концентрації позикового капіталу, забезпечення власними оборотними засобами, сплати дивідендів акціонерам, рентабельності активів, рентабельності власного капіталу та рентабельності діяльності підприємства.

Узагальнений показник усіх вищезазначених видів відповідальності може стати своєрідною рейтинговою оцінкою досягнень підприємства щодо формування суспільно позитивного іміджу, які виступатимуть індикаторами негативного чи позитивного впливу соціально спрямованих заходів, що впроваджуються на підприємстві.

Отже, основними формами соціальної відповідальності, що повинні бути застосовані в сучасних організаціях повинні стати:

- впровадження соціальних програм покращення умов праці персоналу,
- застосування в політиці організації принципів етичного та відповідального ставлення до споживачів,
- участь у регіональних програмах розвитку,

- навчання персоналу,
- благодійна допомога,
- реалізація екологічних програм і проектів,
- провадження політики дотримання прав акціонерів та інвесторів,
- подання інформації про діяльність організації.

Визначення конкретних напрямів та інструментів реалізації соціальної відповідальності повинна здійснюватися керівництвом підприємства з метою забезпечення балансу між інтересами підприємства та потребами стейкхолдерів, досягнення найкращих результатів від впровадження соціально відповідальної поведінки підприємства.

Діяльність багатьох бізнесових структур у сфері соціальної відповідальності демонструє, що вона сприяє їх розвитку, і навпаки, уникнення соціально відповідального підходу до ведення бізнесу звужує можливості для досягнення успіху організаціями. Таким чином, базовою компонентою сучасної філософії загального управління бізнесовими структурами має стати соціально відповідальна поведінка, котра базуватиметься на вмілій імплементації соціальних ініціатив у їх повсякденну діяльність. Це визначає необхідність подальшого пошуку раціональних підходів до реалізації соціальної відповідальності в системі управління організацією.

Бич Марія
Західноукраїнський національний університет
(науковий керівник – д.н. держ. упр., професор, професор кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу,
ЗУНУТолкованов В.В.)

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ОРГАНУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Одним з важливих чинників суспільної підтримки реформи місцевого самоврядування в Україні є підвищення рівня довіри населення до органів місцевої влади усіх рівнів. Вирішення цієї полікомпонентної проблеми створить умови для посилення керованості процесів соціально-економічного розвитку територіальних громад, забезпечить ефективне впровадження реформаторських заходів, об'єднання ресурсів усіх суб'єктів економіки для виконання актуальних програм загальнодержавного та місцевого значення.

Серед передумов зміцнення довіри населення до органів місцевого самоврядування є створення позитивного іміджу останніх, що має стати одним із провідних напрямів