

2. Кастельс М. Власть коммуникации: учеб. пособие / Пер. с англ. Н.М. Тылевич (под науч. ред. А.И. Черных) — М.: ГУ ВШЭ, 2016. — 563 с.

3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. Ред. О.И.Шкарatina - М.ГУ ВШЭ, 2000.— 608 с.

4. Колот А.М. Соціально-трудові відносини зайнятості: сучасні тенденції, виклики, шляхи розвитку: монографія / [А. М. Колот, І. Ф. Гнибіденко, О.О. Герасименко та ін.] ; за наук. ред. А. М. Колота, І. Ф. Гнибіденка. — К. : КНЕУ, 2015. — 295 с.

5. Колот А. М. Теоретичні та прикладні аспекти впливу заробітної плати на мотивацію трудової діяльності // Україна: аспекти праці. – 2000. - №8. – с.15 – 19

УДК 005.35

*Білик О.М.,*

канд. екон. наук, доцент,

кафедра управління персоналом та економіки праці,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана»

## **СУЧАСНІ ТРЕНДИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ**

Очевидно, що сучасний світ більше пов'язаний і взаємопов'язаний з інноваційними технологіями, ніж коли-небудь раніше. І ця тенденція зростає з року в рік. Мільярди пристроїв підключені до Інтернету, мільйони людей користуються інноваціями, такими як віртуальна реальність чи штучний інтелект, сотні нових розробок з'являється у світі щодня. Ці досягнення створюють величезні можливості для бізнесу, але ми не можемо розглядати їх окремо від головної цінності – людини. Сучасні власники бізнесу дедалі стають більш впевненими у тому, що все, що корисно для людей, суспільства та планети, корисно і для бізнесу.

Важливими стають не самі інновації, а їх вплив на навколишній світ. Ця думка є основою корпоративної соціальної відповідальності. Сучасні споживачі хочуть вести справи з компанією, яку вони вважають соціально та екологічно відповідальною. Корпоративна соціальна відповідальність, яка інтегрована в бізнес-стратегію та функції компанії, має бути зосереджена на питаннях,

найбільш актуальних для бізнесу і суспільства: людина (як надати людям можливість використовувати свій потенціал у цифровій економіці); суспільство (масштабування соціально-відповідального ведення бізнесу); планета (сприяння «екологічно-дружньому» розвитку цифрового світу) тощо.

Можна стверджувати, що зараз існує нова епоха, в якій нематеріальні речі, такі як репутація, визначають успішність ведення бізнесу і підкреслюють політичні, соціальні та економічні зміни в країні взагалі. За таких умов, гостро постає потреба у чіткому розумінні того, що змінює світ і рухає ринки.

У сформованих нових умовах виділяють нові, специфічні «драйвери» (рушійні сили) просування компаній на ринку і формування лояльності споживачів. У дослідженні, проведеному Інститутом управління репутацією (Reputation Institute), виділено та обґрунтовано сучасні «драйвери» бізнесу. Зокрема, у топ-10 «драйверів» сучасних компаній входять [3, с.7]:

- ✓ Висока якість продукції і послуг.
- ✓ Відповідність потребам клієнтів.
- ✓ Актуальність продуктів і послуги.
- ✓ Позитивний вплив на суспільство.
- ✓ Модель ведення бізнесу.
- ✓ Етичні норми.
- ✓ Відкритість і прозорість ведення бізнесу.
- ✓ Післяпродажна підтримка своїх продуктів і послуг.
- ✓ Сильний менеджмент.
- ✓ Відповідальність щодо захисту навколишнього середовища.

Інститут управління репутацією щорічно визначає ключові фактори, що впливають на формування корпоративної репутації бізнесу. Вплив на репутацію компанії її соціальних ініціативах демонструють результати глобального дослідження The World's Most Reputable Companies 2018 року [1], проведеного все тієї ж міжнародною організацією Reputation Institute. Його метою є вивчення репутації провідних світових компаній, які зуміли досягти високого рівня довіри серед споживачів не тільки в рідній державі, а й за кордоном, та дослідження

«драйверів», що впливають на репутацію бізнесу. Для цього експерти вивчають думку 48 тис. респондентів в 15 країнах світу. Згідно результатів проведеного дослідження відповіді респондентів розподілилися наступним чином (табл.1).

Таблиця 1

**«Драйвери», які покращують репутацію компанії**

«драйвери» (рушійні сили)	значення, %	
	2017 рік	2018 рік
Висока якість продукції / послуг	6.9	7.2
Післяпродажна підтримка своїх продуктів/ послуг	5.5	5.8
Добра ціна на продукти / послуги	5.8	5.8
Відповідність потребам клієнтів	5.5	5.8
Позитивний вплив на суспільство	5.4	5.5
Етична поведінка	4.8	4.8
Чесність у веденні бізнесу	4.7	4.7
Добре організований менеджмент	4.3	4.4
Відкритість і прозорість ведення бізнесу	4.3	4.3

Джерело: [2, с.66]

Як видно з вищевказаного списку «драйверів» компаній, соціальні аспекти діяльності компаній в сучасних умовах ведення бізнесу переважають, в порівнянні з технічними аспектами продукції. Рух стратегічним вектором інноваційного розвитку вимагає від підприємців високої соціальної відповідальності, оскільки ціною помилки для компанії може стати комерційний провал, а для країни - тривале відставання в показниках соціально-економічного розвитку.

**Література**

1. Most Reputable Companies in the World in 2018. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.reputationinstitute.com/global-reprtrak-100>
2. Powering the world's most reputable companies in 2018 [Електронний ресурс]. Режим доступу: [https://www.equiposytalento.com/upload/talent\\_noticias/000/9/2018globalrt100.pdf](https://www.equiposytalento.com/upload/talent_noticias/000/9/2018globalrt100.pdf)

3. Reputation Macro-Trends, 2018. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.reputationinstitute.com/sites/default/files/pdfs/CEO-Reputation-Macro-Trends-Jan2018.pdf>

УДК 331.108

*Даниленко О.А.,*

канд. екон. наук, доцент

кафедри управління персоналом та економіки праці

ДВНЗ «Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана»

## **ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У НОВІЙ ЕКОНОМІЦІ**

Головні компоненти нової економіки – це інформаційні технології і венчурний бізнес, а її основні риси – забезпечення економічного зростання на основі інновацій; їх активне впровадження через венчурний бізнес; використання сучасних інформаційних і комунікаційних технологій. У новій економіці відбувається своєрідний кругообіг, коли наукові досягнення, працюючи на потреби економіки, використовуються підприємцями, а ті, у свою чергу, фінансують наукові дослідження й далі використовують їх у своїй діяльності. Такому кругообігу сприяють венчурний бізнес, підтримуючи, фінансуючи та впроваджуючи наукові дослідження та інновації, а також створення усесвітньої системи взаємних зв'язків та розвиток глобального інформаційного суспільства за допомогою Інтернету.

Зрозуміло, що інновації – це продукт інтелектуальної діяльності людей, які їх продукують, а тому саме від вміння виявити інноваційний потенціал таких працівників, залучити та ефективно використовувати буде залежати майбутнє та конкурентоспроможність організацій у новій економіці. Адаптивна, мобільна та гнучка система управління персоналом є важливим чинником для цього. При цьому за базові принципи роботи з персоналом мають прийматися: першочергове