

JEL: O33

КАЛІНА Ірина

д. е. н., професор

ПрАТ «ВНЗ Міжрегіональна Академія

управління персоналом», Україна

ORCID 0000-0001-5662-6967

e-mail: kalinargz@gmail.com

Iryna KALINA

Dr.Sc. (Econ), Professor, Interregional

Academy of Personnel Management, Kyiv,

Ukraine,

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ У ВОЄННИЙ ЧАС

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF ENTERPRISES IN WARTIME

Анотація: Визначено особливості корпоративної соціальної відповідальності підприємств у воєнний час, які адаптаційні методи та стимули має використовувати підприємство для трансформаційних адекватних змін на розвиток свого бізнесу.

Ключові слова: воєнний час, підприємства, корпоративна соціальна відповідальність, трансформація, адаптивність

Abstract: The peculiarities of corporate social responsibility of enterprises in wartime are determined, which adaptation methods and incentives should be used by the enterprise for transformational and adequate changes for the development of its business.

Keywords: wartime, enterprises, corporate social responsibility, transformation, adaptability

Трансформаційно-організаційні зміни в період воєнного стану спричинили нове, значно складніше життя для всієї країни та для підприємств в тому числі. Для одних підприємств це добра адаптованість як для онлайн-, так і для офлайн-моделей бізнесу та побудови механізму корпоративної соціальної відповідальності, що призвело до стимулювання інновацій, поширення технологій, удосконаленої моделі корпоративної соціальної відповідальності в небезпечних умовах та продуктивність. Але для інших підприємств це причини неадаптованого стану: перешкоди для входу на новий регіональний ринок, не все обладнання вивезено з окупованих територій, що не дозволяє запуснути операційний процес, нестача коштів, традиційні або нові бізнес-моделі потребують термінового перегляду, не адаптованість до локалізаційних систем збуту.

Підприємства у воєнний час дедалі більше зосереджуються на корпоративній соціальній відповідальності - це саморегульована бізнес-модель, яка допомагає підприємству бути соціально відповідальним перед собою, своїми зацікавленими сторонами та громадськістю. Використовуючи адаптовану корпоративну соціальну відповідальність, підприємства можуть усвідомлювати, який вплив вони мають на всі аспекти суспільства, включаючи економічні, соціальні та екологічні. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств створює більш привабливі образи як для споживачів, так і для інвесторів, що позитивно впливає на прибутки акціонерів.

В період воєнного стану підприємствам вижити та ефективно функціонувати дуже тяжко. Але працювати треба та підтримувати державу за рахунок сплати податків та працівникам виплачуючи заробітну плату. Адаптуватися підприємству до активізаційної економічної безпеки допоможе створення чи адаптація корпоративної соціальної відповідальності до реалій. Тобто, запровадження стратегії, механізму чи моделі корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві у воєнний період, призведе до економічного стрибка підприємства і у майбутньому стане економічно-нейронавігаційним інструментом для менеджерів у прийнятті управлінських рішень щодо економії часу для адаптації нових працівників, мотивація ресурсного потенціалу, що призведе до розвитку департаментів чи відділів на належному рівні. А також надасть можливість активізувати та пов'язати відділи (департаменти) підприємств задля злагодженої роботи, що економитиме час на вияснення комунікаційних суперечностей та запровадження спільних інноваційних проєктів для підтримки не тільки репутації підприємства чи іміджевої складової, а й для економічного процвітання держави.

Корпоративна соціальна відповідальність означає, що підприємства у воєнний час, окрім максимізації акціонерної вартості, повинні діяти таким чином, щоб приносити користь суспільству, і не лише це грошову. Соціальна відповідальність стає все більш важливою для інвесторів і споживачів, які прагнуть інвестувати та сприяти добробуту суспільства та очистити навколишнє середовище. У той час як більшість вчених традиційно стверджують, що основна природа бізнесу не розглядає суспільство як зацікавлену сторону, молоді покоління сприймають соціальну відповідальність як основний адаптаційний механізм, який стимулює зміни [1].

Використання адаптованої корпоративної соціальної відповідальності підприємства у воєнний час підвищує продуктивність праці, швидко адаптує нових співробітників або, які постраждали від загарбницьких нападів чи перебували в окупації, долає зовнішні бар'єри, конкурентоспроможність, здобуття нових знань і навичок [2]. Можливість підприємства збільшити конкурентоспроможність за рахунок адаптованої корпоративної відповідальності можливе лише за тих умов: постійно поліпшувати діловий клімат, інвестувати у нові технології, сприяти належному управлінню, збільшувати кількість робочих місць, підсилювати гуманізацію стосунків в організації та підвищення якості наданих послуг. За цих умов підприємство створить ідеальну модель розвитку, яка сприятиме ефективному розвитку підприємства у воєнний час. Але за рахунок воєнного стану підприємству важко приймати виважені управлінські рішення та вкладати кошти на розвиток, адаптацію та впровадження корпоративної соціальної відповідальності, адже впливають такі чинники: виїзд закордон співробітників, зниження заробітної плати, втрата приміщення та обладнання, зменшення попиту на продукцію, вихід з ринку посередників та

постачальників сировини, зменшення логістичних шляхів доставки товарів, та їх зберігання, підсилена недобросовісна конкуренція на ринку, заняття ніши ринку з нуля, ризик інвестувати з нуля та багато інших негуманних причин при введенні агресивної війни. Але зупинитися все не може, суспільство рухається, підприємства-створюють новий чи укріплюють старий фундамент бізнес-процесів за рахунок введення нових або адаптованих стратегій розвитку, яка включає корпоративну соціальну відповідальність. І це є одним із поштовхів для держави інтенсивно зростати, зміцнюватися та ставати рушійною силою і для суспільства у вигляді виплат допомог чи ремонту зруйнованого житла та підприємствам у вигляді кредитних канікул чи скасування орендної плати за приміщення.

Вся проблематика корпоративної соціальної відповідальності в умовах воєнного стану це прийняття ефективного управлінського рішення, яке стане квантовим запуском для розвитку та економічного процвітання підприємства так і для успішного розвитку держави.

Література

1. I Kalina, V. Khurdei, V. Shevchuk, T. Vlasiuk, I. Leonidov Introduction of a Corporate Security Risk Management System: The Experience of Poland. *J. Risk Financial Manag.* 2022, 15(8), 335; <https://doi.org/10.3390/jrfm15080335>
2. Роман Зварич, Вікторія Гомотюк, Ігор Рівіліс, Юрій Дейнека. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент міжнародного корпоративного менеджменту в умовах кризи. *Економічний вісник.* №2 2022р. с. 142-156

References

1. I Kalina, V. Khurdei, V. Shevchuk, T. Vlasiuk, I. Leonidov Introduction of a Corporate Security Risk Management System: The Experience of Poland. *J. Risk Financial Manag.* 2022, 15(8), 335; <https://doi.org/10.3390/jrfm15080335>
2. Roman Zvarych, Viktoriia Homotiuk, Ihor Rivilis, Yurii Deineka. Sotsialna vidpovidalnist biznesu yak instrument mizhnarodnoho korporatyvnoho menedzhmentu v umovakh kryzy. *Ekonomichnyi visnyk.* №2 2022r. s. 142-156

JEL: O33

КАПЕЛІСТА Ірина

кандидат наук з державного управління,
доцент кафедри публічного
адміністрування
Міжрегіональна Академія управління
персоналом, Україна
ORCID 0000-0002-1983-4617

e-mail: kapelistaja.irina@ukr.net

Iryna KAPELISTA

Candidate of Public Administration,
Associate Professor in the Department of
Public Administration,
Interregional Academy of Personnel
Management

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ І ОСОБИСТІЙ БРЕНД МОЛОДОГО НАУКОВЦЯ

SOCIAL NETWORKS AND PERSONAL BRAND OF A YOUNG SCIENTIST

Анотація: Із-поміж традиційних засобів спілкування зросла роль соцмереж серед дистанційних засобів спілкування,

Abstract: From among traditional means of communication, the role of social networks among remote means of communication,