

Список літератури:

1. Рижова, І. С. (2013). Концепція розвитку дизайнерської творчості як специфічний спосіб самореалізації особистості і вільного освоєння світу. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [Зб. наук. пр.]. Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, **Вип.** с. 219-235.
2. Рижова І.С. (2013). Концепція розвитку дизайнерської творчості як специфічного способу самореалізації особистості і вільного освоєння світу Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. Вип.55. С. 219-234.
3. Рижова І.С. (2010). Дизайн як культурна універсалія цивілізації Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. Вип.43. С. 196-208.
4. Рижова І.С.(2010). Формування потреб та інтересів в дизайнерській діяльності Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. Вип.42. С. 247-258.

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА КОРПОРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ СВІТОВИХ ГУМАНІСТИЧНИХ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН

Ганцовський Олексій (Запоріжжя, Україна)

Концепція сучасного розвитку корпоративної культури та корпоративного менеджменту вимагає створення та реалізацію інноваційного і конкурентоспроможні моделі. В період інформатизації світу стратегії корпоративної соціальної відповідальності зайняли пріоритетні позиції у бізнес-темах, яку розглядають, аналізують, розробляють, реалізують та стараються модернізувати для отримання позитивного ефекту.

Завдяки створенню інформаційного простору у світі велика доля знань та досвіду має публічне оприлюднення та доступ. Наприклад матеріали з світовим досвідом реалізації стратегій корпоративної соціальної відповідальності доступний в інформаційних просторах дозволяє молодому бізнесу втілювати стратегії з деяким рівнем ефективності, вже опираючись на схожі випадки, питання, деталі тощо.

На думку автора, найбільше вигідна частина з великим відсотком ефективності у світі полягає на інновації. Трансформація класичних моделей корпоративної соціально відповідальності (далі – КСВ), дають змогу активним та впливовим корпораціям переходу на модель співпраці та об'єднання.

Інтеграція спостерігається на усіх світових рівнях – інтегральні об'єднання країн, національні господарства, міжнародні об'єднання компаній, транснаціональні корпорації. Сучасність світової економічної концепції базується на міжнародній економічній інтеграції, особливість

даної концепції полягає на кеглі часу при яких проходять зміни, а саме у період інформатизації та глобалізації.

На думку автора, світова економіка – це сукупність показників економічних категорій суб'єктів світових відносин. Поняття «глобалізації» – визначається, як процес об'єднання, створюючий взаємозв'язок і взаємообмін економічного, інформаційного, технологічного, культурного, творчого, управленого характеру.

Двигуном світової економіки другої половини ХХ століття можна вважати промисловий розвиток. Відзнакою світового економічного простору ХХІ століття є інтегровані зв'язки будовані за принципами ринкової економіки.

Корпорації та бізнес спостерігаючи за рухом економіки, обрав свій напрям інтеграції та моделі в гуманітарному аспекті. Як загальну модель побудови економічного благополуччя бізнеса та укріплення конкурентоспроможних позиції, можна розглядати стратегії КСВ.

Формування стратегій корпоративної соціальної відповідальності – виникає як концепція інтеграції економічних суб'єктів господарювання у світі, де виникає персональна та колективна (корпоративна) відповідальність перед суспільством своїми продуктами, проектами, інноваціями, результатами діяльності та прийнятими рішеннями.

В цілому концепція відповідальності, визначається через загальну детермінанту – етики і права, соціальної та моральної поведінці, правил та норм, відношенням з внутрішніми реакціями на зовнішні. Відповідальність – деяка моральна категорія, з якою мириться кожна людина, та віддає в соціум «продукт» свого вибору, тобто результат морально-етичної сталості особистості. Соціальна відповідальність, з одного боку, це залежність від когось або чогось, а з другого — здатність та готовність до виконання морально-духового обов'язку і правових норм. Таким чином, менеджмент корпорації, як складова структури бізнесу, виступає суб'єктом моральної сталості підприємства та передає об'єктам деяку частину своєї моральності, яка зростає в об'єктах, наче зерно моральності. Серед об'єктів, слід ідентифікувати: персонал, партнери, споживачі.

Як зазначає в своїх роботах, доктор філософії, Воронкова В.Г., управлінська концепція гуманістичного менеджменту формується на основі вітчизняного й зарубіжного досвіду теорії і практики, науки, культури, освіти, включає принципи гуманізму і людиноцентризму, доведених теорією та перевірених практикою у провідних країнах, що мають відповідати високим ефективним стандартам високорозвинутих суспільств. Постіндустріальна епоха як соціокультурний контекст сучасної діяльнісної парадигми породжує нові соціокультурні тенденції, пов'язані зі становленням нової парадигми гуманітарності, діяльності і професіоналізації [1].

Саме постіндустріальна епоха взаємозумовлює еволюцію гуманітарних соціокультурних процесів і розвиток *менеджерального професіоналізму*, що дозволяє зафіксувати істотний для нового типу діяльності зміну парадигми – соціокультурного розвитку, зокрема, формування «символічної людини», породженої інформаційною епохою Кастельса; формування постіндустріального гуманітарного ринку; запит на пошуки нових смислів і значень у сучасному менеджменті; формування нових типів діяльності і систем професіоналізації, орієнтованих на гуманітарне виробництво (виробництво людини); формування децентралізованих інноваційних професійних ідентичностей. Гуманістичний менеджмент – це новий тип управлінської діяльності, направлений на досягнення позитивних якісних змін в контексті всіх сфер життєдіяльності суспільства засобами гуманізму, людиноцентризму, антропоцентризму, з використанням гуманітарних ресурсів і технологій [1].

Гуманістичний менеджмент засновується на концепціях гуманітарної філософії, ідентичності, компетенції, комунікації, професійного самовизначення, культурно-символічного капіталу, культурної політики. Гуманістичний менеджмент концептуалізований як інноваційний тип діяльності в її інноваційній інтерпретації соціокультурного і антропологічного феномену, введений у контексті постіндустріальної шкали цінностей, що базується на теоріях діяльності нової епохи. Гуманістичний менеджмент як тип діяльності описаний на основі системної моделі, що включає оціночний, дескриптивний та інструментальний кластери: 1) до оціночного кластеру відносяться цінності стратегічного мислення і спів-діяльності, ефективної комунікації і продуктивної рефлексії, відповідальності і розвитку, підвищення якості життя; 2) дескриптивний кластер окреслений такими об'єктами гуманістичного менеджменту як символи, інституції, спільноти, території, простори, соціокультурні процеси, а також включає професійні спільноти гуманітарних менеджерів як значущий суб'єкт соціокультурного поля; 3) інструментальний кластер формує такі типи ресурсів, як символічні (простір комунікації і мова професії), компетентність (контактність, рефлексивність, креативність і інтегрованість) [1].

Корпоративна соціальна відповідальність функціонує під призмою гуманістичного менеджменту, але актуальні економічні світові загрози, які необхідно брати до уваги, це – науково-технічні; природні; соціальні проблеми. Розглянемо проблеми соціального характеру, який відображає якість та рівень життя населення, бо суспільство виступає основним об'єктом при соціальній відповідальності підприємств.

Показник рівня життя у світі має негативні результати, бо середні показники які виводить статистика, враховують грані населення країн третього світу. Але незважаючи на це, в розвинених країнах, де середні

показники мають світову норму, все же достатня кількість населення мають показник грані злитості. Реальна програма по захисту населення ведеться на державному рівні, також є благодійні акції та фонди, підтримка з боку великих корпорації тощо. Збільшення цих ініціатив з боку бізнесу, показує розвиток моральності менеджменту. Таким чином, ми бачимо, що один із гармонійних інструментів прояву гуманності менеджменту до суспільства є стратегії КСВ.

За останні роки стратегії корпоративної соціальної відповідальності зайняли пріоритетні позиції у бізнес-темах, яку розглядають, аналізують, розробляють, реалізують та стараються модернізувати для отримання позитивного ефекту. Завдяки створенню інформаційного простору у світі велика доля знань та досвіду має публічне оприлюднення та доступ. Наприклад матеріали з світовим досвідом реалізації стратегій корпоративної соціальної відповідальності доступний в інформаційних просторах дозволяє молодому бізнесу втілювати стратегії з деяким рівнем ефективності, вже опираючись на схожі випадки, питання, деталі тощо [2].

Відтак у країнах Європейського союзу приділяється особлива увага до процесів соціальної відповідальності та розробці цілей сталого розвитку суспільного середовища, залишаючи велику область на творчу діяльність та ініціативу. Однак, концепція, сформована в минулому столітті, має бути переорганізована та персоналізована до ключових завдань ділових організацій і громадськості. Розвиток процесів корпоративної соціальної відповідальності демонструє не тільки якісно зростаючі вимоги клієнтів, ділових партнерів, державних органів, а й широке роздолля суспільства, активну участь і вплив в будівництві соціального середовища та зростаючу гнучкість бізнес-організації при реагуванні на зміни.

Удосконалення ринків в Україні завдяки синтезу інформаційної відкритості з культурним простором, корпоративної соціальної відповідальності розвиває соціальну стабільність та гармонію, що створює сприятливе середовище та динаміку суспільства. Розвиток в цьому аспекті отримав визнання науковців та бізнес-діячів та отримав невід'ємність корпоративного менеджменту з культурою менеджменту і гуманістичного менеджменту.

Список літератури:

1. Andriukaitienė R. (2018). *Management culture and corporate social responsibility / Monograph.*: Žukauskas P., Vveinhardt J. // 2018. p. 61-62. <http://dx.doi.org/10.5772/65483>

2. Воронкова В.Г., Андрюкайтене Регіна, Максименюк М.Ю., Нікітенко В.О. (2016). *Формування концепції гуманістичного менеджменту в Україні та її вплив на розвиток людського потенціалу в умовах сучасного інформаційного суспільства, глобалізації та євроінтеграції // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб.наук.пр.] Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2016.- випуск № 65.- с.13-26.*

DOI: <https://doi.org/10.30839/2072-7941.2016.71153>

3. Воронкова В.Г.(2013). *Формирование нового мировоззрения, нового человека, нового общества будущего Антропологические измерения философских исследований: Днепрпетровский национальный университет железнодорожного транспорта им. академика В. Лазаряна.*

Вип.3.