

УДК 658

Віктор Фолош, Оксана Гарматюк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

### РОЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ КОРПОРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Victor Folosh, Oksana Harmatjuk

#### THE ROLE OF SOCIAL CORPORATE RESPONSIBILITY IN PROVIDING EFFECTIVE MANAGEMENT PERSONNEL

Ефективність підприємства на сьогодні забезпечують не лише економічні показники, а й рівень соціального забезпечення працівників, розроблення та втілення програм підтримки інтернатів, лікарень та шкіл, запровадження екологічно безпечних та енергозберігаючих технологій, використання на підприємстві механізму контролю якості, тощо. Такий підхід до ведення підприємницької діяльності сформувався в концепцію корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Важливим представляється поділ соціальної політики підприємства у відповідності з її адресатами на внутрішню та зовнішню. Внутрішня корпоративна соціальна політика – це соціальна політика, що проводиться для працівників своєї компанії та обмежена рамками даної компанії. Зовнішня корпоративна соціальна політика – соціальна політика, що проводиться для місцевого співтовариства на території діяльності компанії або її окремих підприємств. Соціальна відповідальність бізнесу можлива тільки за низки умов: головне – це можливість бізнесу приймати самостійні рішення; відповідальність – це і розуміння наслідків самостійно прийнятих рішень – наслідків і результатів як безпосередніх, так і наступних, опосередкованих; здатність бачити цілі та сенс розвитку бізнесу у контексті розвитку суспільства; бажання приймати рішення, що сприяють розвитку суспільства.

Принципи корпоративної соціальної відповідальності визначають основні положення діяльності підприємства з реалізації корпоративної соціальної відповідальності. Принцип – це основне, що відбиває сутність КСВ, тому недоотримання вимог одного принципу корпоративної соціальної відповідальності спотворює сутність даного поняття. Виділяють наступні принципи корпоративної соціальної відповідальності: відкритість (прозорість, публічність, достовірність, діалог); системність (спрямованість, єдність у часі, єдність у просторі, регулярність, інтегрованість); значущість (актуальність, масштабність, ефективність), недопущення конфліктів (політична незаангажованість, дистанціювання від церкви, відмова від підтримки націоналістичних рухів, відмова від підтримки фан-клубів).

Соціальна активність компанії виражається у проведенні різноманітних соціальних програм як внутрішньої, так і зовнішньої спрямованості. Відмінними особливостями програм соціальної активності є добровільність їх проведення, системний характер і пов'язаність з місією та стратегією розвитку компанії. Аби показати свої переваги над конкурентами та заявити про корпоративну соціальну відповідальність підприємство готує нефінансовий звіт. Варто розширити соціальну програму професілки. Професілка має надавати певні пільги для його робітників: пільжки для дітей працівників до дитячого оздоровчого табору; новорічні вистави для дітей членів професілки; проводити спортивні змагання й урочисті збори тощо. Економічний ефект від впровадження корпоративної соціальної відповідальності може відбиватися у підвищенні продуктивності праці, поліпшенні якості продукції. Особливо слід відзначити вирішення кадрових питань. Соціально відповідальна компанія має більш широкі можливості, щоб залучити й утримати талановитих і енергійних фахівців.

УДК 336

Ірина Химич, Наталя Тимошок

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

### РОЗВИТОК СТРАХОВОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

Iryna Khymych, Natalia Tymoshuk  
DEVELOPMENT OF INSURANCE MARKET IN UKRAINE

Страховий ринок являється однією із складових фінансового ринку України, та за даними Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [1], виступає найбільш капіталізованим у співвідношенні до інших видів небанківських фінансових ринків. Проведені дослідження показали, що протягом 2011-2015 років в Україні відбулося істотне скорочення кількості страхових компаній (надалі – СК) (рис. 1) [1].

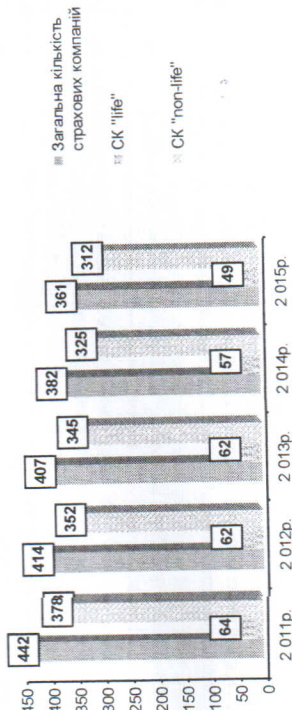


Рисунок 1. Динаміка кількості страхових компаній в Україні протягом 2011-2015 років, шт.

Так, якщо, порівняти кількість СК, які здійснювали свою діяльність протягом 2015 року, з даними 2011 року, то помітне істотне скорочення (менше на 81 СК). Складна тенденція кількості СК за 2011-2015 роки присутня і по видах наданих послуг. СК «life» за 2012 р. – менше на 2 компанії; 2013 р. – без змін (62 компанії); 2014 р. – менше на 5 компаній; 2015 р. – менше на 8 компаній.

СК «non-life»: за 2012 р. – менше на 26 компаній; 2013 р. – менше на 7 компаній; 2014 р. – менше на 20 компаній; 2015 р. – менше на 13 компаній.

Що стосується концентрації страхового ринку за надходженнями валютних страхових премій, то проаналізувавши дані результати [1], виявлено, що не дивлячись на негативну тенденцію скорочення кількості СК, протягом 2015 року, основна частка валютних страхових премій – 99,9%, фактично, припадає на 200 СК «non-life», які складають 67,1% всіх СК «non-life», а також 99,0% – 20 СК «life», що становлять 40,8% всіх СК «life».

За 2014 р., аналогічно, основна частка валютних страхових премій (99,5%) акумулювалася 200 СК «non-life» (61,5% всіх СК «non-life»), та 98,7% – 20 СК «life» (35,1% всіх СК «life»).

Протягом 2013 р. основну частку валютних страхових премій – 99,2% акумулювали 200 СК «non-life», тобто 8,0% всіх СК «non-life», та 98,3% – 20 СК «life» (32,3% всіх СК «life»).