

досконалості матеріалу. І хоча прогрес не стоїть на місці, на сьогоднішній день одним з найбільш ефективних матеріалів вважається полістиролбетон, який значно знижує трудові, фінансові та експлуатаційні витрати. Технічна оцінка доцільності експлуатації полістиролбетону для будівельних конструкцій і виробів (на прикладі 9-ти поверхового житлового будинку на 72 квартири у м. Суми) передбачає оцінку раціональних складів, вибір технології виготовлення виробів і вивчення міцності, деформаційних і експлуатаційних характеристик полістиролбетону, як матеріалу для несучих будівельних конструкцій і виробів, під короткочасним і тривалим впливом навантаження. В свою чергу, економічна оцінка полягає у порівнянні: енергоефективності досліджуваного матеріалу, швидкості та вартості монтажу, кошторисної вартості такої будівлі та її довговічність.

Наведені види оцінок рекомендовано виконувати шляхом порівняння характеристик існуючих будівельних матеріалів, аналізу конкурентоспроможності на ринку стінових конструкцій за технічними і економічними параметрами, теплотехнічними та вартісними характеристиками, швидкістю та вартістю монтажу, екологічністю матеріалів для будівництва.

Полістиролбетон перевершує за своїми технологічними властивостями багато інших будівельних матеріалів навіть з тієї ж самої групи. Будучи однією з останніх розробок вчених, він впевнено випереджає свої аналоги. Витрати на опалення будинків з полістирол бетону в 2-3,5 рази нижче, ніж цегляних. Якщо ж порівнювати полістиролбетон з пінобетоном, встановлено, що головною перевагою пінобетонних блоків є їх відносно низька ціна. Отже, застосування раціональної технології виготовлення несучих конструкцій і виробів з даного виду легкого бетону як конструкційно-теплоізоляційного матеріалу є доцільною [1, 2].

Література:

1. Карпенко Н. И., Карпенко С. Н., Ярмаковский В. Н., Ерофеев В. Т. О современных методах обеспечения долговечности железобетонных конструкций. *Архитектура и строительство*. 2015. №1. С. 93-102.
2. Laukaitis A., Zuraikas R., Keriene J. The effect of foam polystyrene granules on cement composite properties. *Cement & Concrete Composites*. 2005. No. 27 (2005). p. 41-47.

ПОТЕНЦІАЛ ЦІННОСТЕЙ ПЕРСОНАЛУ ТА СТОСУНКОВИХ АКТИВІВ ЯК СКЛАДОВОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В КОМПАНІЇ

*Дзюба О.М., к.е.н., доцент,
Левіщенко О.С., к.е.н., доцент
Національний транспортний університет*

Соціальна відповідальність компанії – складна багатовекторна система, яка згідно із Глобальним договором ООН включає дотримання прав людини,

відповідальні трудові відносини, взаємодію з навколишнім середовищем та протидію корупції. Інтегрування принципів соціальної відповідальності в стратегію діяльності компанії забезпечує останній довготривалі конкурентні переваги на ринку, дозволяє вибудувати стосунки із стейкхолдерами, більше розкрити і використати свій потенціал.

Хочемо розглянути стосунки у форматі корпоративної взаємодії із персоналом, як одним із основних стейкхолдерів. Основою для стосункових активів із персоналом, так і потенційними співробітниками, мають бути цінності, а саме – розділення співробітниками задекларованих компанією цінностей. Дослідження 2011 року, проведене Гришновою О.А., показало, що можна виокремити соціальну відповідальність в пункт цінностей при оцінці, але усі інші можливі цінності, які декларують українські компанії, з одного боку є складовими, а з іншого – включають у себе соціальну відповідальність [1]. З іншого боку, сама поведінка персоналу не є весь час раціональною, як і його ставлення до компанії [2]. Часто працівники не можуть чітко сформулювати власні цінності і співвіднести їх із цінностями та стратегією компанії. І якщо остання прагне побудувати стосунки, ґрунтуючи систему мотивації персоналу на цінностях працівників, то найкраще використати потенціал соціальної відповідальності. Адже принципи соціальної відповідальності чітко задекларовані, зрозумілі і їх можна зробити основою корпоративної культури. Якщо взаємна відповідальність стає підґрунтям кадрової політики, то одночасно це є і великою складовою мотивації персоналу.

Якщо організація хоче використати потенціал соціальної відповідальності у частині підтримки цінностей персоналом шляхом корпоративної взаємодії [3], то найголовніше, що треба врахувати, це розподіл мотивації і винагород.

Дослідження, зокрема експерименти із шоколадом у подарунок та оплатою роботи грошима Д. Аріелі [4] доводять загальну тезу, що мотивація має чітко розділяти ринкові та соціальні механізми, так як їх розділяють, іноді несвідомо, люди. Якщо людині платять за роботу, вибудовуючи ринкові механізми мотивації, то працівник працює стільки, скільки вважає справедливим за цю оплату, і не докладає більше зусиль. Якщо ж працівники керуються соціальними нормами, то вони розділяючи цінності, відчуваючи підтримку, працюючи «за ідею» готові робити більше та ретельніше. Звісно, це не скасовує необхідність заробітної плати та матеріального стимулювання, мова йде про не змішування двох парадигм. Розділення мотиваційних систем, таке собі «перемикання» між ринковими і соціальними нормами.

Такі соціальні відповідальні стосунки створити в організації значно складніше, але якщо компанії вибудовують із співробітниками соціальні взаємини, то вони вбачають у цьому потенціал. Адже продуктивність компаній все більше залежить від талантів, ідей та зусиль їх персоналу. А персонал заохочує реалізувати себе в корпоративній взаємодії із ним, як з повноправним стейкхолдером на засадах соціальної відповідальності. Головним у такому випадку є довготерміновість зобов'язань, систематичне дотримання принципів соціальної відповідальності із сфери трудових відносин, не змішування двох парадигм мотивації.

Колаборація може бути реалізована шляхом залучення працівників до розробки та втілення кодексів корпоративної етики, програм соціального партнерства, соціальних пакетів, проектів розвитку персоналу тощо. Саме це дозволить компаніям максимально використати потенціал стосункових активів.

Література:

1. Грішнова О. А. Взаємозв'язок цінностей людини й цінностей організації в системі соціальної відповідальності. *Чернігівський науковий часопис Чернігівського державного інституту економіки і управління. Сер. 1 : Економіка і управління.* 2011. № 2. С. 109-116.
2. Колядич О.І. Поведінкова економічна теорія в поясненні соціально-трудових відносин. *Вчені записки Університету "КРОК". Серія "Економіка".* 2017. Вип. 48. С. 47-58.
3. Камишнікова Е. В. Колабораційний підхід до стейкхолдер-менеджменту у рамках корпоративної соціальної відповідальності. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва.* 2016. № 1. С. 84-88.
4. Аріелі Ден Передбачувана ірраціональність: Таємні сили, які формують наші рішення. Львів, 2020. 296 с.

ПОЧУТТЯ ВЛАСНОЇ ЗНАЧУЩОСТІ ЯК ФАКТОР ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ

*Єрмаченко В.Є., к.е.н., професор,
Дробот Д.О.,
Згурська Ю.В.*

Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця

Почуття власної значущості (ПВЗ) - один із дієвих мотиваторів соціальної ділової активності людини сучасності; воно може виявлятися, як внутрішній драйв, імпульс, бажання щось вирішити, чи зробити, причому, що більше рівень почуття власної значущості, тим сильніше бажання бути активним. Тому можливо розглядати це як фактор керівної діяльності, фактор ділової самореалізації.

Почуття власної значущості – відчуття значущості своєї персони у навколишньому світі, своєрідна самооцінка своїх можливостей та своєї користі що викликає відповідний механізм поведінки. Значимість тут розуміється, як своє місце розташування у групі чи соціумі і співвідношення себе із іншими, розуміння, який мій внесок у розвиток компанії, де я працюю, наскільки я значущий для компанії чи для колег [1].

Існує закономірність, що чим вище рівень почуття власної значущості, тим вище мотивація до вирішення конкретного завдання. При дуже підвищеному почутті власної значущості особистість може ініціювати вид ділової активності, що є надто складним, що вона нездатна вирішити самотійно.

При зниженому почутті власної значущості людина схильна бути