

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ФІНАНСІВ**

До захисту допустити:

Завідувач кафедри

к.е.н, доцент

Горбашевська М.О. Горбашевська

«31» травня 2024р.

**«СОЦІАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ
ПІДПРИЄМСТВА»**

Кваліфікаційна робота здобувача
вищої освіти першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти освітньо-
професійної програми «Менеджмент»
Миславської Марії Олексіївни

Науковий керівник:

д.е.н., професор Ушенко Н.В.,

професор кафедри менеджменту та
фінансів

Рецензент: Кушал І.М.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і
оподаткування Східноукраїнського
національного університету імені
В. Даля




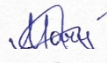
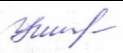

Кваліфікаційна робота захищена

з оцінкою відмінно 90 А

Секретар ЕК *В.В.*

« 14 » червня 2024 р.

5. Консультанти розділів роботи


Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1			
Розділ 2			
Розділ 3			

6. Дата видачі завдання _____ «» _____ 2024 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

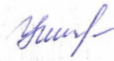
№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми кваліфікації роботи	до 16.02.2024	Виконан.
2.	Затвердження теми кваліфікаційної роботи та наукового керівника	16.02.2024	Виконан.
3.	Консультація з науковим керівником	постійно	Виконан.
4.	Робота з науковою літературою. Визначення плану кваліфікаційної роботи	До 20.03.2024	Виконан.
5.	Робота над теоретичною частиною кваліфікаційної роботи	20.03.2024 – 19.04.2024	Виконан.
6.	Подання на перевірку теоретичної частини кваліфікаційної роботи науковому керівнику	до 19.04.2024	Виконан.
7.	Виробнича практика (комплексна з фаху)	13.01.2024 – 04.02.2024	Виконан.
8.	Робота над аналітичною частиною кваліфікаційної роботи	19.04.2024 – 19.05.2024	Виконан.
9.	Подання на перевірку аналітичної частини кваліфікаційної роботи науковому керівнику	До 19.05.2024	Виконан.
10.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	30.05.2024	Виконан.
11.	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру	07.06.2024.	Виконан.
12.	Захист кваліфікаційної роботи	14.06.2024	Виконан.

Студент


 (підпис)

Миславська М.О.
 (прізвище та ініціали)

Науковий керівник роботи


Ушенко Н.В.
 (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА.....	8
1.1. Сутність соціального управління підприємства	8
1.2. Види та функції соціального управління.....	10
1.3. Організаційні засади соціального управління підприємства.....	14
Висновки до розділу 1	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ КОРПОРАЦІЇ «SAMSUNG»	19
2.1. Організаційно-економічна характеристика корпорації «Samsung».....	19
2.2. Аналіз соціального управління в корпорації «Samsung»	24
2.3.Ефективність соціального управління в системі менеджменту корпорації «Samsung».....	30
0	
Висновки до розділу 2.....	411
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ КОРПОРАЦІЇ «Samsung»..	42
3.1. Проблеми розвитку соціального управління в корпорації «Samsung»	43
3.2. Методи удосконалення соціального управління в корпорації«Samsung»	455
3.3. Перспективи розвитку соціального управління в корпорації «Samsung»	577
Висновки до розділу 3.....	611
ВИСНОВКИ	623
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	655
ДОДАТКИ	700

ВСТУП

Актуальність теми роботи. У сучасному світі, де конкуренція на ринку стає все більшою, а вимоги споживачів постійно зростають, ефективне управління підприємством відіграє головну роль. Саме тут вирішальну роль відіграє соціальне управління в системі менеджменту підприємства. Воно стає ключовим інструментом в досягненні успіху та стійкого розвитку організації.

Соціально-етичну поведінку, корпоративні етичні кодекси, їх основні завдання та проблеми, пов'язані з підвищенням етичної складової менеджменту організації, досліджували Білорус Т.В., Гончарова С.Ю., Дзямучич М.І., Жавела К.А., Загородня Н.П., Касич О.О., Мацишина М.В., Невмержицька С.М., Соколова Л.В., Петренко О.О., Ушенко Н.В та ін.

Соціальне управління в системі менеджменту підприємства вкрай актуальне в сучасних умовах з двох причин. По-перше, зростання усвідомленості споживачів щодо етичних, соціальних та екологічних аспектів виробництва призводить до того, що підприємства, які враховують ці питання в управлінській діяльності, мають конкурентну перевагу. По-друге, сучасні тенденції в управлінні вказують на те, що задоволення потреб персоналу, збереження талановитих кадрів та підвищення рівня їх задоволеності працею є критичними факторами для досягнення успіху підприємства. Таким чином, соціальне управління не лише підвищує конкурентоспроможність підприємства, але й сприяє зміцненню корпоративної культури, збільшенню мотивації працівників та покращенню стосунків зі спільнотою та стейкхолдерами.

Актуальність соціального управління в системі менеджменту підприємства пояснюється тим, що сьгоднішні споживачі все більше звертають увагу не лише на якість продуктів чи послуг, а й на те, як ці

продукти чи послуги виробляються та як впливає це на соціальне оточення. Підприємства, які успішно впроваджують соціальне управління, мають можливість не лише задовольняти ці потреби споживачів, а й підвищувати свою репутацію та приваблювати нових клієнтів. Крім того, соціальне управління сприяє створенню позитивної робочої атмосфери, збільшенню мотивації працівників та зниженню відтоку персоналу, що є важливими факторами для досягнення успіху та стабільного розвитку будь-якого підприємства.

Виходячи з вищезазначеного, існує інтерес до проведення більш глибокого дослідження специфіки та провідного значення об'єкту дослідження, що і було обрано темою даної роботи.

Метою дослідження є обґрунтування напрямів та методів підвищення ефективності соціального управління в системі менеджменту підприємства.

Спираючись на мету роботи, можна виділити наступні її **завдання**, які будуть вирішені у цій роботі:

- розкрити сутність соціального управління підприємства,
- охарактеризувати види та функції соціального управління підприємства,
- проаналізувати організаційні засади реалізації соціального управління підприємства,
- надати організаційно-економічну характеристику корпорації «Samsung»,
- охарактеризувати та оцінити особливості і ефективність соціального управління в системі менеджменту корпорації «Samsung»,
- ідентифікувати проблеми реалізації соціального управління в системі менеджменту корпорації «Samsung»,
- обґрунтувати методи удосконалення соціального управління в системі менеджменту корпорації «Samsung»,

– визначити перспективи розвитку соціального управління в системі менеджменту корпорації «Samsung».

Предмет дослідження – соціальне управління в системі менеджменту підприємства.

Об’єкт дослідження – інструменти соціального управління підприємства.

Методи дослідження. У процесі дослідження застосовувалися такі методи: аналізу й синтезу у процесі збирання наукових обґрунтувань, типологічний та діалектичний методи під час аналізу та узагальнення практичного та теоретичного матеріалів, компаративістський підхід, а також принцип цілісності.

Практичне значення одержаних результатів. Основні висновки та практичні рекомендації кваліфікаційної роботи можуть бути застосовані в практиці підприємств задля підвищення ефективності мотивації персоналу в системі управління розвитком персоналу на підприємстві.

Інформаційну основу становлять бібліографічні, інформаційні й довідкові видання, статистичний і фактичний матеріал, законодавчо-нормативні документи України тощо. Також інформаційними джерелами виступили ряд видань спеціальної літератури (монографії, підручники, періодичні видання та автореферати дисертацій), нормативно-правові акти України, регламенти ЄС та джерела Інтернет, монографії, статті вітчизняних і зарубіжних учених з міжнародної економіки, менеджменту, підприємництва та маркетингу, психології та соціології, законодавчі акти, статистичні та практичні матеріали, фінансова звітність підприємства.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел із 50 найменувань. Загальний обсяг роботи становить 69 сторінок. Містить 4 рисунка, 15 таблиць та 2 додатка.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність соціального управління підприємства

Соціальне управління підприємством – це сфера, що набуває все більшого значення в контексті сучасного бізнесу. Суспільство стає все більш свідомим та вимогливим у відношенні до ролі підприємств у формуванні соціальної дійсності. Сьогодні, успішне ведення бізнесу не обмежується лише фінансовими результатами, а й вимагає від підприємств врахування та забезпечення соціальних потреб співтовариства [1].

На сьогоднішній день, концепція соціального управління підприємством набуває особливої актуальності через зростання соціальної відповідальності бізнесу перед суспільством. Стратегії, спрямовані на створення сприятливого соціального середовища, відіграють ключову роль у побудові довгострокових відносин з клієнтами, співробітниками та іншими зацікавленими сторонами. При цьому, важливо розуміти, що ефективне соціальне управління не тільки сприяє створенню позитивного іміджу компанії, а й забезпечує її стабільність та конкурентоспроможність у глобальному бізнес-середовищі.

Сучасний бізнес стикається з рядом викликів, серед яких важливе місце займає соціальна відповідальність перед суспільством. Саме тут набуває значення концепція соціального управління підприємством, що стає не лише обов'язковим елементом успішної стратегії, а й показником цілісності та етичності бізнесу.

Соціальне управління підприємством є стратегічним підходом до керування бізнесом, спрямованим на забезпечення не лише економічної прибутковості, а й задоволення соціальних потреб різних зацікавлених сторін, таких як співробітники, споживачі, співтовариство та середовище.

Підприємство бере на себе зобов'язання перед суспільством та середовищем, діючи відповідно до встановлених етичних стандартів та норм. Включення підприємства в соціальне середовище, підтримка місцевих ініціатив, розвиток громадянської активності та сприяння соціальному прогресу. Забезпечення взаємодії та відкритого спілкування з різними зацікавленими сторонами, такими як співробітники, клієнти, урядові установи, неурядові організації тощо. Урахування соціальних аспектів у стратегічному плануванні та прийнятті управлінських рішень для забезпечення сталого розвитку підприємства та суспільства в цілому.

Соціальне управління підприємством стає ключовим фактором успіху в сучасному бізнес-середовищі, оскільки воно сприяє підтримці сталого розвитку та позитивного іміджу компанії. Співробітники, клієнти та інші зацікавлені сторони виявляють більшу лояльність до компаній, які проявляють соціальну відповідальність та враховують їхні інтереси. Підприємства, що успішно впроваджують соціальне управління, мають перевагу перед конкурентами у вигляді більшої привабливості для клієнтів та потенційних працівників. Зміни в суспільстві та середовищі створюють нові виклики для бізнесу. Соціальне управління допомагає підприємствам адаптуватися до цих змін та вирішувати соціальні проблеми.

Воно визначається як стратегічний підхід, спрямований на забезпечення сталого розвитку бізнесу та відповідь на соціальні виклики сучасності. Воно демонструє відповідальність та готовність компанії приймати активну участь у формуванні позитивної соціальної дійсності.

Patagonia - ця американська компанія, яка виготовляє зовнішній одяг та екіпірування для активного відпочинку, відома своєю сильною соціальною відповідальністю. Patagonia активно захищає природне середовище, здійснюючи заходи для зменшення впливу своєї діяльності на екологію та підтримуючи різноманітні екологічні та соціальні ініціативи [2].

Unilever - компанія Unilever веде соціально відповідальний бізнес, враховуючи інтереси споживачів, співробітників та суспільства в цілому,

працює над зменшення відходів свого виробництва у навколишнє середовище, впроваджує програми соціального захисту та підтримує громадські ініціативи [3].

Microsoft відомий своїми програмами соціальної відповідальності та філантропії. Компанія активно вкладає кошти та ресурси у соціальні та освітні програми, боротьбу зі світовими проблемами, такими як бідність та нерівність, а також в екологічні проекти [4].

Ben & Jerry's - ця компанія, що виробляє морозиво, відома своєю активною позицією у справах соціальної справедливості та допомоги. Ben & Jerry's підтримує різні громадські ініціативи, виступає за права людини та бореться з соціальною нерівністю [5].

На думку Соколової Л. В., важливість соціального управління підприємством полягає у тому, що це не лише сприяє позитивному іміджу компанії в очах споживачів, а й забезпечує стійкі відносини зі співробітниками, партнерами та іншими учасниками бізнес-процесів. Крім того, соціально відповідальний підхід дозволяє підприємствам пристосовуватися до змін у соціальному та економічному середовищі, що є ключовим фактором успішності у сучасному світі [6].

Отже, соціальне управління підприємством виступає як ефективний інструмент забезпечення сталого розвитку бізнесу, сприяючи вирішенню соціальних проблем та покращенню якості життя суспільства в цілому. Тому впровадження цієї концепції стає необхідним елементом успішного управління підприємством у сучасному світі.

1.2. Види та функції соціального управління

Сучасний бізнес увірвався в епоху, де не лише економічна прибутковість, а й соціальна відповідальність стають ключовими складовими успішності компаній. В цьому контексті поняття соціального управління

набуває все більшого значення. Його розуміння і впровадження визначає не лише ефективність бізнесу, а й впливає на його імідж та взаємовідносини зі співробітниками, клієнтами та суспільством в цілому.

Зростаючий рівень соціальної свідомості та активна участь громадян у формуванні соціальної політики ставлять перед сучасними компаніями виклик створення не лише матеріальної, а й соціальної цінності. Особливо в умовах глобальних криз, екологічних загроз та соціальних дисбалансів, компанії мають бути готові взяти на себе відповідальність за свою діяльність перед суспільством та середовищем. Тому вивчення та реалізація концепції соціального управління стає актуальною стратегічною необхідністю для підприємств у сучасному світі [6].

Сучасний бізнес відчуває необхідність впровадження соціально відповідальних практик для забезпечення сталого розвитку та позитивного впливу на суспільство. Соціальне управління виступає ключовим інструментом у досягненні цих цілей, проте воно може приймати різні форми та види, в залежності від конкретних потреб та стратегій компаній.

- Філантропія та благодійність

Цей вид соціального управління передбачає фінансову підтримку різних благодійних та громадських організацій, програм та проектів, які спрямовані на розвиток громадянського суспільства та поліпшення умов життя вразливих груп населення.

- Корпоративна соціальна відповідальність (CSR)

CSR включає в себе широкий спектр заходів, спрямованих на забезпечення сталого розвитку компанії та врахування соціальних, екологічних та етичних аспектів її діяльності.

Характеристики: Впровадження стандартів етики та доброчесності, охорона довкілля, розвиток соціальних програм для працівників, споживачів та громади.

- Соціальна інвестиційна діяльність

Цей вид соціального управління передбачає інвестування коштів у проекти та програми, які мають позитивний соціальний вплив на суспільство.

- Відкрите управління та соціальний діалог

Цей вид соціального управління передбачає активну взаємодію компанії зі співробітниками, клієнтами, громадськістю та іншими зацікавленими сторонами для вирішення соціальних питань та конфліктів.

Ці різні види соціального управління можуть існувати як окремі стратегії або комбінуватися з метою досягнення більшої ефективності та комплексного впливу на суспільство та сталість бізнесу. Врахування соціальних аспектів у стратегічному управлінні відкриває нові можливості для підприємств у досягненні успіху в сучасному бізнес-середовищі.

Функції соціального управління підприємством:

- Соціальна відповідальність

Однією з основних функцій соціального управління є прийняття відповідальності за власну діяльність перед суспільством та середовищем. Це означає врахування соціальних наслідків рішень та дій компанії на всіх етапах свого функціонування.

- Соціальна інтеграція

Функція соціальної інтеграції передбачає включення підприємства в соціальне середовище та активну участь у розвитку громади. Це може включати сприяння соціальним програмам, культурним ініціативам та розвитку громадського сектору [7].

- Соціальний контакт та діалог

Ця функція передбачає активну взаємодію та спілкування зі співробітниками, клієнтами, громадськістю та іншими зацікавленими сторонами для вирішення соціальних питань та конфліктів.

- Стратегічне планування та управління ризиками

Опис: Функція стратегічного планування включає в себе аналіз соціальних тенденцій та ризиків, розробку стратегій з мінімізації соціальних

негативних наслідків та визначення пріоритетів у сфері соціальної відповідальності.

Функції соціального управління відіграють важливу роль у забезпеченні сталого розвитку та успіху компанії в сучасному бізнес-середовищі. Їх реалізація дозволяє підприємствам забезпечити ефективну взаємодію з різними зацікавленими сторонами та врахувати соціальні аспекти у всіх аспектах своєї діяльності.

Розуміння різних видів та функцій соціального управління виступає ключовим фактором для успішного впровадження соціально відповідальних практик у сучасному бізнесі. Різноманітність підходів до соціального управління дозволяє компаніям вибирати ті стратегії, які найкращим чином відповідають їхнім цілям, ресурсам та вимогам ринку (табл 1.1)

Таблиця 1.1

Види та функції соціального управління

Вид соціального управління	Функції
Політичне управління	<ul style="list-style-type: none"> - Забезпечення стабільності та порядку в суспільстві. - Формування та реалізація законів та політик, що відповідають інтересам громадян. - Здійснення влади та контроль над дотриманням законності.
Економічне управління	<ul style="list-style-type: none"> - Регулювання економічних процесів для забезпечення сталого розвитку. - Розподіл ресурсів та координація економічної діяльності - Захист прав власності та підтримка конкуренції на ринку.
Соціальне управління	<ul style="list-style-type: none"> - Розвиток та реалізація соціальних програм та послуг для задоволення потреб населення. - Забезпечення доступу до житла , охорони здоров'я, освіти та інших соціальних пільг. - Проведення соціальних досліджень та аналізу, спрямованих на покращення умов життя та соціального захисту.

Продовж. табл. 1.1

Культурне управління	<ul style="list-style-type: none"> - Збереження та розвиток культурної спадщини суспільства. - Підтримка та стимулювання творчості та мистецтва - Забезпечення доступу до культурних подій та ресурсів для всіх верств населення.
----------------------	--

Джерело: складено автором на основі [8]

Успішне впровадження соціального управління відкриває перед компаніями можливість для покращення стосунків зі співробітниками, збільшення лояльності клієнтів, підвищення конкурентоспроможності та формування позитивного іміджу на ринку. Зокрема, функції соціального управління спрямовані на забезпечення сталого розвитку, зменшення соціальних ризиків та конфліктів, а також активну участь у розвитку громади та поліпшення якості життя суспільства в цілому [14].

Отже, розуміння та ефективне впровадження видів та функцій соціального управління є важливою передумовою для успішного функціонування сучасних компаній у складному бізнес-середовищі. Компанії, які здатні адаптуватися та розвиватися відповідно до вимог соціально відповідального бізнесу, мають більше шансів на досягнення успіху та встановлення стабільних відносин зі своїми зацікавленими сторонами.

1.3. Організаційні засади соціального управління підприємства

Сучасне суспільство стикається з різноманітними соціальними викликами, які вимагають відповідального та ефективного соціального управління на всіх рівнях, включаючи підприємства. Організаційні засади соціального управління підприємства відіграють важливу роль у забезпеченні сталого розвитку бізнесу, сприяючи покращенню умов праці, збереженню соціального клімату та підвищенню задоволеності працівників.

У сучасному світі, де зростає увага до корпоративної відповідальності, важливо розуміти, що успішне підприємство не обмежується лише фінансовими показниками. Ефективне соціальне управління стає ключовим елементом конкурентоспроможності та стабільності підприємства в умовах постійних змін на ринку та в суспільстві загалом.

Організаційні засади соціального управління підприємства включають в себе встановлення чітких цілей та стратегій у сфері соціальної відповідальності, створення спеціалізованих відділів чи комітетів з соціальних питань, впровадження механізмів моніторингу та оцінки впливу соціальних ініціатив на діяльність підприємства.

Дослідження організаційних засад соціального управління підприємства є актуальним завданням у зв'язку з постійною динамікою суспільних та економічних процесів. Це дозволить розробляти та впроваджувати оптимальні стратегії соціального управління, сприяючи не лише зростанню прибутковості підприємства, а й покращенню якості життя працівників та сприянню соціальному розвитку у місцях їх діяльності [13].

Сучасне підприємство у вимірах глобальної економіки виходить за рамки лише фінансового успіху. Від нього очікується не лише генерація прибутку, а й активна участь у соціально-економічному розвитку суспільства. Організаційні засади соціального управління на підприємстві стають ключовим інструментом досягнення цієї мети, сприяючи створенню ефективного бізнесу, який забезпечує не лише економічну, а й соціальну цінність.

По-перше, основою організаційних засад є визнання соціальної відповідальності підприємства перед суспільством та його стейкхолдерами. Саме ця свідомість спонукає до розробки імплементації стратегій соціальної відповідальності. Вона виражається в участі у різноманітних соціальних ініціативах, що спрямовані на покращення умов праці, розвиток освіти та культури, збереження навколишнього середовища.

По-друге, створення спеціалізованих відділів або комітетів з соціальних питань на підприємстві. Ці структури відповідають за розробку, впровадження та моніторинг соціальних програм та ініціатив. Вони допомагають визначити пріоритетні напрямки діяльності, встановити стандарти та внутрішні процедури для їх реалізації, а також забезпечують контроль за виконанням визначених завдань.

По-третє, організаційна засада полягає в розвитку ефективної системи моніторингу та оцінки впливу соціальних ініціатив на діяльність підприємства: включає збір та аналізування даних про соціальні програми, оцінку їх результативності та вплив на стейкхолдерів, а також здійснення необхідних корекцій для оптимізації роботи.

Завдяки впровадженню організаційних засад соціального управління, підприємство забезпечується не лише стійким розвитком та конкурентоспроможністю, а й позитивним впливом на соціально-економічне середовище, в якому воно функціонує. Такий підхід відкриває нові можливості для співпраці зі співробітниками, клієнтами, громадськими організаціями та державними структурами, що спільно забезпечують створення стійких та процвітаючих спільнот.

Організаційні засади соціального управління на підприємстві виявляються ключовими для забезпечення сталого розвитку бізнесу та покращення якості життя його співробітників і стейкхолдерів. Правильно розроблені та впроваджені стратегії соціальної відповідальності дозволяють підприємству не лише досягати фінансових успіхів, а й забезпечувати позитивний вплив на суспільство та навколишнє середовище [15].

Організаційні засади соціального управління передбачають визнання соціальної відповідальності підприємства та створення спеціалізованих структур для розробки та моніторингу соціальних програм. Ці засади сприяють створенню умов для реалізації соціальних ініціатив, спрямованих на покращення умов праці, розвиток освіти та культури, а також збереження навколишнього середовища.

Важливою складовою організаційних засад є розвиток ефективної системи моніторингу та оцінки впливу соціальних програм на діяльність підприємства. Ця система дозволяє вчасно виявляти проблеми та ризики, а також розробляти стратегії для їх вирішення та запобігання у майбутньому [16].

Отже, успішне впровадження організаційних засад соціального управління на підприємстві дозволяє забезпечити баланс між економічними, соціальними та екологічними аспектами діяльності. Це сприяє покращенню репутації бренду, залученню та утриманню талановитих працівників, а також забезпечує сталість та конкурентоспроможність підприємства в умовах сучасного ринкового середовища.

Висновки до розділу 1

Узагальнено, що соціальне управління охоплює широкий спектр аспектів, пов'язаних з взаємодією між підприємством та його співробітниками, а також з взаємодією підприємства зі суспільством та його відповідальністю перед ним. Воно визначається здатністю підприємства до забезпечення рівності, справедливості та взаємовигідної співпраці зі своїми співробітниками. Це означає створення умов праці, які сприяють не тільки на ефективне виконання роботи, а й на задоволення потреб та інтересів працівників, враховуючи їхні соціальні, психологічні та фізіологічні потреби.

Соціальна відповідальність підприємства перед суспільством включає в себе не лише дотримання законодавства та стандартів у сфері праці, а й активну участь у розв'язанні соціальних проблем, підтримку благодійних та громадських ініціатив, а також створення сприятливого соціального середовища для розвитку співробітників та їхніх сімей.

Серед ключових елементів соціального управління є комунікація та взаємодія зі співробітниками на всіх рівнях. Це включає в себе чітку інформаційну політику, систему зворотного зв'язку, розвиток механізмів

внутрішнього комунікаційного діалогу та консультацій, що сприяють підтримці довіри та розуміння між керівництвом та персоналом .

У рамках системи управління підприємством соціальний менеджмент також включає в себе розробку і реалізацію програм соціального захисту, які спрямовані на покращення якості життя працівників, підтримку їхнього здоров'я та безпеки, а також налагодження системи мотивації та стимулювання персоналу.

Отже, соціальний менеджмент в системі управління підприємством виглядає наступним чином: складний і багатогранний процес, що вимагає комплексного підходу і постійного вдосконалення для забезпечення ефективної взаємодії зі співробітниками, відповідальності перед суспільством і досягнення стратегічних цілей компанії.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ КОРПОРАЦІЇ «SAMSUNG»

2.1. Організаційно-економічна характеристика корпорації «Samsung»

Samsung Electronics Co. Ltd. є одним із найбільших і найпопулярніших південнокорейських транснаціональних конгломератів. Наразі Samsung належить групі Samsung, штаб-квартира якої наразі розташована в місті Самсунг, Сеул, Південна Корея. На даний момент у Samsung працює понад 2 60 000 співробітників по всьому світу. Різні дочірні компанії, що працюють під керівництвом Samsung, включають Samsung electronics, Samsung SDS, Samsung engineering, Samsung biologics, Samsung fire and marine insurance, Samsung Life insurance, Samsung heavy industries, Samsung C&T corporation, Samsung SDI, Samsung electro-mechanics і Cheil Worldwide. Наразі Samsung є одним із найбільших бізнес-конгломератів із 8-м за величиною світовим брендом (Додаток А).

Samsung electronics, яка входить до групи Samsung, є однією з найбільших технологічних компаній із виробництва побутової електроніки та виробником кремнієвих мікросхем. Samsung є другою за величиною компанією з виробництва телефонів у світі. Крім того, Samsung Heavy Industries є другою за величиною суднобудівною компанією у світі разом із Samsung Engineering.

Samsung диверсифікувала свою діяльність у багатьох бізнес-продуктах, таких як побутова електроніка, побутова техніка, виробництво мікросхем, одяг, медичне обладнання та телекомунікації. Його різноманітні послуги також включають рекламу, фінансові послуги, інформаційні технології, медичні послуги, напівпровідники, суднобудування, гостинність, будівництво та рекламу.

Компанія Samsung спочатку була заснована Лі Бьон Чулом у 1938 році як роздрібна компанія в місті Тегу під назвою Mitsubishi Trading Company. Спочатку вона була зосереджена на харчовій промисловості, виробництві, текстилі, страхуванні, торгівлі та роздрібній торгівлі. Пізніше, у 1960-х роках Samsung розширила свою діяльність у галузі електроніки та ІТ, наприклад, Samsung electronics, Samsung Corning і Samsung semiconductors. У цей час компанія Samsung виготовила перший чорно-білий телевізор.

До 1970-х років Samsung також увійшла в суднобудівний, будівельний та інфраструктурний бізнес, щоб диверсифікувати свої доходи. У 1987 році помер засновник Samsung Group Лі Б'юнг Чул, що призвело до поділу Samsung на 5 компаній, а саме: Samsung Group, CJ Group (харчова промисловість і хімікати), Hansol Group (папір і телекомунікації), JoongAng Group (медіа) і Shinsegae Group (універмаги).

Протягом 1990-х Samsung зосередилася на інвестуванні в дослідження та розробку своїх продуктів і диверсифікації свого бізнесу по всьому світу, починаючи зі Сполучених Штатів шляхом створення кількох виробничих заводів [17].

За цей час Samsung виграла кілька контрактів на будівництво, наприклад, Burj Khalifa в Об'єднаних Арабських Еміратах, Petronas Towers в Малайзії та Taipei 101 на Тайвані. Samsung також став найбільшим у світі виробником та виробником рідкокристалічних екранів, напівпровідників та мобільних телефонів. До 1999 року Samsung також почала розробку газових турбін і авіаційних двигунів для комерційних авіаліній.

У 2008 році Samsung запустила свою лінійку смартфонів Galaxy, яка змінила гру для Samsung. До 2012 року Samsung Electronics стала найбільшим у світі виробником смартфонів, обігнавши інші компанії. У тому ж році Samsung довелося заплатити Apple штраф у розмірі 1 мільярда доларів за порушення її патентів на використання технології смартфонів Apple. У 2018 році Samsung створила найбільшу в світі індустрію мобільного виробництва в Нойді, Індія, яку урочисто відкрив прем'єр-міністр Нарендра Моді (табл 2.1).

Таблиця 2.1

Продукція компанії «Samsung»

Категорія продукту	Приклади продуктів
Смартфони	Samsung Galaxy S21, Samsung Galaxy Note 20, Samsung Galaxy A series
Телевізори	Samsung QLED 4K TV, Samsung Crystal UHD TV, Samsung The Frame
Планшети	Samsung Galaxy Tab S7, Samsung Galaxy Tab A series
Ноутбуки	Samsung Galaxy Book S, Samsung Notebook 9
Побутова техніка	Samsung холодильники, пральні машини, пилососи
Монітори	Samsung Odyssey G7, Samsung Space Monitor
Камери	Samsung Galaxy S21 Ultra (включаючи камери)
Аудіотехніка	Samsung Galaxy Buds, Samsung Soundbar
Електронні компоненти	Пам'ять DRAM, SSD накопичувачі, екранні панелі

Джерело: складено автором на основі [15]

У 2020 році у лікарні в Сеулі помер Лі Гон Хі- генеральний директор «Samsung» з 1942 по 2020 рік , після цього було прийнято рішення про об'єднання підрозділів по випуску мобільної та побутової техніки та були назначені два нових генеральних директора: Хан Чжон Хі (Han Jong-hee) – став одним із директорів та керівником SET Division; Кюн Кі Хен (Kyung Key-hyun) – очолив DS Division та став другим генеральним директором (Додаток Б).

Організаційна структура Samsung сприяє технологічним інноваціям у масштабному багатонаціональному підприємстві. Це відображається в швидкому впровадженні інновацій, зокрема у сегменті смартфонів та іншої побутової електроніки. Ця структура підтримує ефективне втілення загальної конкурентної стратегії Samsung, а також стратегії інтенсивного зростання.

Така організаційна конструкція є результатом еволюції бізнесу від невеликої торгової фірми до різноманітного багатонаціонального конгломерату, який пропонує передові технології на світовому ринку [18] (табл 2.2).

Таблиця 2.2

Організаційна структура Samsung

Рівень в організації	Підрозділи/Департаменти
Верхній рівень	Головний виконавчий офіцер (CEO)
	Рада директорів
Стратегічний рівень	Департамент стратегії і розвитку
	Департамент корпоративних відносин
	Департамент операцій
Операційний рівень	Департамент продукції та розробки
	Департамент маркетингу
	Департамент фінансів і бухгалтерії
	Департамент виробництва
	Департамент продажів і обслуговування
Технічний рівень	Департамент інженерії і технічної підтримки
	Департамент досліджень і розробок
	Департамент якості та контролю
Адміністративний рівень	Департамент кадрів і управління персоналом
	Департамент інформаційних технологій
	Департамент правової підтримки

Джерело: складено автором на основі [18]

Організаційна структура компанії Samsung ґрунтується на підрозділах за продуктом, де категоризація продуктів визначає розподіл ресурсів і операцій між підрозділами, наприклад, підрозділом Device Solutions. Ця структура об'єднується через централізовану корпоративну ієрархію з штаб-квартирою у Сеулі. Стратегічне управління здійснюється через стратегічні цілі, що відповідають контексту ринку та характеристикам структурних підрозділів, таких як ринок побутової електроніки в США. Також важливою характеристикою є географічне угруповання, яке дозволяє зближувати стратегічні цілі з реальними умовами на різних ринках.

Вона має основну характеристику в підрозділах за видами продуктів. Кожен з цих підрозділів об'єднує ресурси і операції, спрямовані на розробку та виробництво певної категорії продуктів. Наприклад, підрозділ "Побутова електроніка" включає в себе ресурси та операції з виробництва, розповсюдження та продажу побутової електроніки, тоді як підрозділ "Рішення для пристроїв" орієнтований на розробку технологічних рішень для різних пристроїв.

Ця організаційна структура дозволяє Samsung зосередитися на технологічних інноваціях та розробці продуктів у відповідних сферах. Крім того, вона надає можливість гнучко реагувати на зміни в бізнес-середовищі шляхом додавання, об'єднання або розпускання підрозділів в залежності від потреб компанії та розвитку ринку.

Щодо структури управління, Samsung застосовує ієрархічну модель, де корпоративна штаб-квартира грає важливу роль у забезпеченні уніфікації та ефективності операцій. Це включає централізоване стратегічне планування через команди прийняття рішень, групи та відділи, а також вертикальні лінії командування та передачу повноважень від головного офісу до різних ділових підрозділів. Такий підхід сприяє здійсненню стратегічних напрямків та забезпечує координацію дій на різних рівнях управління компанією [21] (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

**Структура та динаміка власного капіталу «Samsung Electronics Co., Ltd.»,
2020-2023 рр., млн дол. США**

№ з/п	Найменування показника	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Абсолютне відхилення	2023 р. до 2022 р.
1	Статутний капітал	41,89	54,95	57,51	38,93	-18,58	0,68
2	Додаткововкладений капітал	26,2	43,7	34,27	44,82	10,55	1,31
3	Нерозподілений прибуток	170,7	190,8	208,2	218,4	10,2	1,05
4	Власний капітал, усього	170,6	189,6	212,5	225,5	13	1,06

Джерело: складено автором на основі [24]

У табл. 2.4 показує абсолютні та відносні темпи зростання для кожного компоненту власного капіталу. Аналіз показує, що коефіцієнт адекватності капіталу (1,06) є вищим за коефіцієнт вартості активів (1,04) (табл 2.4).

Таблиця 2.4

Структура та динаміка зобов'язань «Samsung Electronics Co., Ltd.», 2020-2023 рр., млн дол. США

№ з/п	Найменування показника	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Абсолютне відхилення	2023 р. до 2022 р.
1	Довгострокові зобов'язання	2,8	28,7	19,32	22,23	2,91	1,15
2	Поточні зобов'язання	59,4	48,4	59,27	54,72	-4,55	0,92
3	Усього зобов'язань	62,2	77,1	78,59	76,95	-1,64	0,98

Джерело: складено автором на основі [24]

Економічні показники, такі як економічна ситуація, ставки відсотків та безробіття, впливають на споживчий попит та фінансові витрати компанії. Соціокультурні та технологічні фактори також важливі, оскільки вони визначають споживчі уподобання, технологічні тренди та інновації у галузі, що може впливати на конкурентоспроможність Samsung на ринку. Усі ці аспекти важливі для стратегічного управління та успішної реалізації бізнес-планів компанії.

Отже, Samsung має сильний потенціал завдяки своїй глобальній присутності, інноваційним продуктам та широкому асортименту. Однак, компанія також стикається з конкурентною боротьбою та потенційними ризиками у сфері репутації та юридичного середовища.

2.2. Аналіз соціального управління в системі менеджменту корпорації «Samsung»

Сучасні підприємства не лише прагнуть досягнення фінансового успіху, а й активно враховують соціальну відповідальність у своїй діяльності. Одним

з прикладів такої компанії є "Samsung" - відомий світовий лідер у галузі технологій. Аналіз соціального управління в системі менеджменту "Samsung" стає актуальною темою, оскільки ця компанія впливає на мільйони споживачів та має значний соціальний вплив як на своїх співробітників, так і на суспільство в цілому (табл 2.5).

Таблиця 2.5

Реалізація соціального управління в системі менеджменту «Samsung»

Методи реалізації соціального управління «Samsung»	Опис
Участь у соціальних проєктах	«Samsung» активно вкладає кошти у програми з охорони довкілля, освіти та культури. Наприклад, компанія проводить екологічні ініціативи та підтримує освітні програми.
Розвиток персоналу	Компанія вкладає ресурси у навчання та розвиток працівників, організовує тренінги та семінари, створює сприятливі умови праці та пропонує соціальні пільги та пакети бонусів.
Підтримка місцевих спільнот	«Samsung» співпрацює з місцевими органами влади та неприбутковими організаціями для розвитку місцевих спільнот. Компанія також спонсорує культурні та спортивні події.

Джерело: складено автором на основі [25]

Роль соціального управління в сучасному бізнесі надзвичайно важлива, оскільки споживачі та громадськість стають все більш свідомими щодо соціальних питань та екологічних аспектів. "Samsung", як один із головних гравців у сфері технологій, знаходиться під постійним наглядом не лише за його технічними новаціями, а й за його соціальною відповідальністю. Аналіз соціального управління в "Samsung" дозволить краще зрозуміти, як ця компанія інтегрує соціальні цінності в свою стратегію менеджменту, вирішує соціальні виклики та впливає на життя своїх співробітників та споживачів [23].

Сучасна бізнес-практика все більше визнає важливість соціальної відповідальності корпорацій. «Samsung», світовий гігант в галузі технологій, не лише займається виробництвом інноваційної електроніки, а й активно впроваджує стратегії соціального управління в свою діяльність. Аналіз соціального управління в системі менеджменту «Samsung» дозволяє розкрити, як ця компанія вирішує соціальні виклики та впливає на життя своїх співробітників та споживачів.

«Samsung» віддає увагу соціальним питанням серед своїх співробітників. Компанія активно впроваджує програми соціальних пілг, забезпечення безпеки та здоров'я на місці роботи, а також розвитку кар'єри. Програми сприяють підвищенню задоволеності працівників та збереженню талановитого персоналу, що в свою чергу сприяє стабільності та успіху компанії. Але чи насправді це так, як нам це показують?

7-ого червня цього року планується найбільший страйк за останні 15 років від профспілки Samsung Electronics, яка нараховує приблизно 28 000 людей. Протест пов'язаний з недостатнім підвищенням заробітної плати, неетичним ставленням до підлеглих: не має межі між роботою та особистим життям, а також компанія проігнорувала пропозиції працівників впровадити більш прозору преміальну систему. Члени профспілки на день акції роблять собі «вихідний» та не з'являться на робочих місцях. Samsung позиціонує себе як компанія, яка піклується не тільки про клієнтів, а й про своїх співробітників, але таке протиріччя доказує, що присутні багато внутрішніх конфліктів та непорозумінь між робочим класом та керівництвом.

Відповідно до звіту про прибутки корпорації Samsung попередній рік був достатньо слабким за фінансовим станом. За 2023 фінансовий рік дохід компанії становив 258,94 трлн вон (\$194 млрд), а операційний прибуток - 6,57 трлн вон (\$4,9 млрд), натомість у 2022 році показники були більшими (рис.2.1).

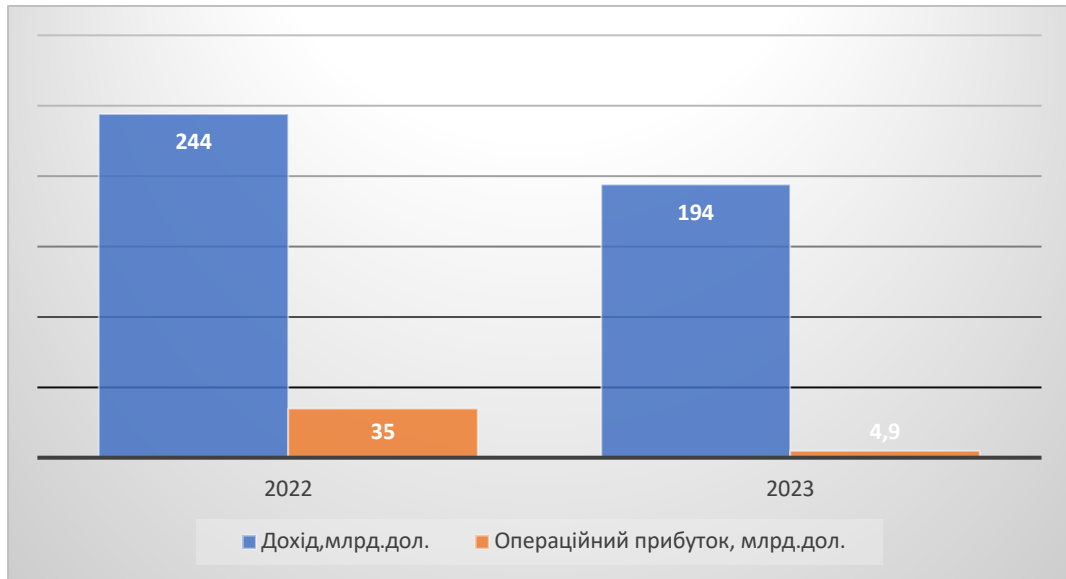


Рисунок 2.1. Прибуток компанії за 2022 та 2023 роки, млрд. грн.

Джерело: складено автором на основі [25]

Пропоную розглянути чи була компанія Samsung у змозі ввести гнучку загальну преміальну систему, де премія становила би 10% від середньої заробітної плати робітників.

Щоб розрахувати як вплине та який процент від доходу компанії займе введення преміальної системи, потрібно виконати декілька кроків (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Дані для розрахунків преміальної системи корпорації «Samsung» на 2024 р.

Середня заробітна плата працівника, дол.	Процент премії, %	Дохід компанії за 2023 рік, дол.	Операційний прибуток, дол.	Кількість співробітників, прац.
8000	10	194 млрд	4,9 млрд	30000

Джерело: складено автором

Розрахунок премії на одного працівника на місяць:

$$П = 8000 * 0,10 = 800 \text{ дол.}$$

Розрахунок загальної суми премій для всіх працівників на один місяць:

$$800 * 30000 = 24\,000\,000 \text{ дол.}$$

Розрахунок загальної суми премій для всіх працівників на рік (12 місяців) :

$$24\,000\,000 * 12 = 288\,000\,000 \text{ дол.}$$

Порівняння з операційним прибутком:

$$(288\,000\,000 \div 4\,900\,000\,000) * 100\% \approx 5,88\%$$

Сума, необхідна для виплати 10% премії від заробітної плати всіх співробітників за рік, становить 288 мільйонів доларів, що становить близько 5,88% від операційного прибутку Samsung в минулому році. Це говорить про те, що компанія могла дозволити собі виплачувати такі премії у цьому році без істотних фінансових ускладнень, враховуючи її операційний прибуток. Однак варто враховувати, що виплата бонусів є нерегулярною і може залежати від багатьох факторів, таких як фінансові пріоритети, інвестиції та інші витрати компанії.

Керівництво Samsung мало змогу впровадити преміальну систему для задоволення потреб своїх підлеглих, таким чином це спрацювало б як мотивування та підвищення продуктивності робітників. Але компанія вважала за потрібне витратити кошти на виробництво та задля майбутнього прибутку.

Компанія відзначається активною участю у соціальних проектах на глобальному рівні. Компанія інвестує значні кошти у благодійність, освіту та науку, а також у програми з підтримки культурного розвитку та екологічної стійкості. Такі ініціативи сприяють покращенню якості життя не лише співробітників компанії, а й мільйонів людей по всьому світу.

Однак, на жаль, деякі критики вказують на потребу в подальшій розвиненій та детальній політиці управління соціальними питаннями у «Samsung». Хоча компанія робить значні кроки у напрямку соціальної відповідальності, вона також зіткнулася з критикою щодо умов праці на своїх фабриках та екологічного впливу своєї діяльності.

Аналіз соціального управління в системі менеджменту «Samsung» підтверджує, що компанія виявляє серйозну увагу до соціальних аспектів своєї діяльності. Вона відома не лише своїми технологічними новаціями, а й своїм

соціальним внеском у спільноту та зобов'язанням перед своїми співробітниками та клієнтами. Однак, для подальшого розвитку й покращення компанії необхідно постійно вдосконалювати свої стратегії соціального управління, враховуючи сучасні виклики та очікування споживачів і суспільства в цілому.

Також в системі менеджменту «Samsung» свідчить про значний прогрес компанії у впровадженні соціально відповідальних практик. «Samsung» виявляє серйозну увагу до соціальних аспектів своєї діяльності та активно впроваджує різноманітні програми та ініціативи для покращення якості життя своїх співробітників, спільнот та навколишнього середовища.

«Samsung» відзначається розвиненою системою соціальних пільг та програм для своїх працівників, яка сприяє підвищенню їхнього задоволення від роботи та забезпечує стабільність кадрового потенціалу компанії. Крім того, компанія активно впроваджує програми соціальної відповідальності на глобальному рівні, спрямовані на благоустрій спільнот, підтримку освіти та науки, а також на збереження навколишнього середовища [24].

Наявність деяких критичних пунктів свідчить про те, що «Samsung» має ще простір для подальшого вдосконалення своєї соціальної стратегії. Наприклад, інформація про умови праці на фабриках та екологічний вплив деяких аспектів їхньої діяльності стала об'єктом критики. Тому, для забезпечення більшої ефективності та позитивного впливу на спільноту, «Samsung» повинен продовжувати вдосконалювати свої підходи до соціального управління, враховуючи найкращі практики та сучасні вимоги корпоративної соціальної відповідальності.

Samsung активно працює над зменшенням свого екологічного відбитку шляхом впровадження різних ініціатив зі збереження довкілля. Наприклад, компанія працює над зменшенням енергоспоживання та викидів вуглецю в процесі виробництва, а також активно впроваджує програми утилізації та переробки відходів. Samsung надає різноманітні програми та пільги для своїх

співробітників, включаючи медичне страхування, пенсійні плани, допомогу у випадку непередбачених обставин та інші соціальні програми.

Samsung інвестує в освітні та культурні програми як на місцевому, так і на глобальному рівні. Наприклад, компанія може спонсорувати освітні проекти, наукові дослідження або культурні заходи з метою підтримки розвитку суспільства та розширення знань. Компанія може організовувати програми корпоративного волонтерства, які залучають співробітників компанії до участі у благодійних та громадських ініціативах. Наприклад, це може бути допомога в поточних громадських проектах або волонтерська робота у місцевих громадах.

Отже, відмінність у соціальному управлінні є важливою складовою успіху будь-якої компанії. Аналіз соціального управління в системі менеджменту «Samsung» показує, що ця компанія зосереджена на покращенні соціальної відповідальності та збільшенні свого позитивного впливу на світове суспільство. Подальші зусилля у напрямку вдосконалення соціальних ініціатив можуть сприяти побудові ще більш стабільного та успішного бізнесу, який не лише просуває технології, а й робить світ кращим для всіх.

2.3. Ефективність соціального управління в системі менеджменту корпорації «Samsung»

Започаткована вдалою синергією інноваційних технологій та стратегічного управління, компанія «Samsung» визнана світовим лідером у сфері електроніки та технологій. Однак, успіх цієї корпорації не обмежується лише створенням передових продуктів. Невід'ємною складовою її філософії є активна участь у соціальних ініціативах, розвиток власних співробітників та підтримка місцевих спільнот [30]. Ця взаємодія соціального управління та стратегічного бізнес-плану не лише зміцнює позиції компанії на ринку, але й впливає на соціальний прогрес і покращення якості життя (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

**Оцінка ефективності соціального управління в системі менеджменту
«Samsung»**

Фактори соціального управління	Опис
Участь у соціальних проектах	Активне вкладення ресурсів у розвиток освіти, охорони здоров'я, боротьбу з глобальними проблемами.
Розвиток співробітників	Надання можливостей для професійного зростання та навчання, створення сприятливих умов праці.
Підтримка місцевих спільнот	Участь у розвитку місцевих інфраструктур, культурних та спортивних заходів, підтримка місцевих підприємств та найвразливіших верств населення.

Джерело: складено автором на основі [26]

Samsung відомий своєю активною участю соціальних проектах, що свідчить про його велику соціальну відповідальність та здатність приймати активну участь у вирішенні важливих глобальних проблем. Компанія вкладає значні ресурси в розвиток освіти, що дозволяє підтримувати та розвивати талановиту молодь, сприяючи створенню здорового та кваліфікованого кадрового потенціалу у суспільстві.

Також, Samsung активно підтримує проекти з охорони здоров'я, що допомагає покращувати якість медичних послуг та доступ до них для населення. Це важливий аспект у забезпеченні здоров'я та добробуту громадян. Незаперечною є і роль Samsung у боротьбі зі світовими проблемами, такими як кліматичні зміни. Компанія впроваджує екологічно чисті технології та програми з енергоефективності, сприяючи зменшенню викидів та покращенню стану навколишнього середовища.

Samsung звертає увагу на розвиток своїх співробітників, розуміючи, що їхнє професійне зростання і навчання є ключовими елементами успіху компанії. Компанія надає широкі можливості для професійного розвитку та навчання свого персоналу, створюючи сприятливі умови праці та кар'єрний розвиток. Також, Samsung інвестує в навчальні програми та тренінги для своїх

працівників. Компанія організовує різноманітні навчальні заходи, семінари та курси з професійного розвитку, щоб сприяти збільшенню знань та навичок свого персоналу.

Підприємство створює сприятливі умови праці, враховуючи потреби та комфорт своїх співробітників. Компанія забезпечує сучасні робочі місця, технологічно оснащені офіси та використання інноваційних методів управління, що дозволяє підвищити продуктивність та збільшити задоволеність працівників [31].

Крім того, Samsung відомий своєю активною підтримкою місцевих спільнот. Компанія виявляє зацікавленість у розвитку не лише своєї бізнес-системи, але й місцевих територій, де вона діє. Ця підтримка виражається у декількох ключових напрямках. Samsung активно залучається до розвитку місцевих інфраструктур. Компанія сприяє модернізації та покращенню дорожньої мережі, енергетичних систем та інших життєво важливих об'єктів, що сприяє розвитку економіки регіону та покращенню якості життя мешканців. Samsung підтримує культурні та спортивні заходи в місцевих спільнотах. Компанія інвестує у проведення культурних подій, фестивалів, виставок та спортивних змагань, що сприяє піднесенню духу спільноти та формуванню позитивного іміджу компанії серед місцевих жителів.

Підприємство підтримує розвиток місцевих підприємств. Компанія співпрацює з місцевими підприємствами, надаючи їм можливість брати участь у своїх проектах, сприяє їхньому розвитку та стимулює місцеву економіку. Не останнє місце у соціальній відповідальності Samsung займає підтримка найвразливіших верств населення. Компанія активно впроваджує соціальні програми, спрямовані на підтримку дітей, літніх людей, осіб з інвалідністю та інших соціально вразливих категорій населення [33].

Для розуміння ефективності соціального управління в системі менеджменту «Samsung» та його впливу на ключові показники підприємства проведемо SWOT-аналіз з урахуванням соціального управління в системі менеджменту підприємства (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

SWOT-аналіз з урахуванням соціального управління в системі менеджменту підприємства «Samsung»

Елементи SWOT-аналізу	Опис
Сильні сторони	
Глобальний бренд	«Samsung» відомий як один з найбільших та найвпливовіших брендів у світі технологій.
Широка продуктова лінійка	Компанія пропонує широкий спектр продуктів, включаючи смартфони, телевізори, побутову техніку.
Інноваційність	«Samsung» відомий своїми інноваціями в галузі технологій, такими як OLED-дисплеї, камери високої якості.
Глобальна наявність	Компанія має широку глобальну мережу дистрибуції та присутність у багатьох країнах світу.
Слабкі сторони	
Конкуренція на ринку	«Samsung» конкурує з іншими великими гравцями, такими як Apple, Huawei, Sony тощо.
Залежність від окремих ринків	У деяких регіонах «Samsung» може мати обмежену популярність або зіткнутися з правовими або культурними обмеженнями.
Проблеми з якістю деяких продуктів	Іноді «Samsung» зазнає критики через проблеми з якістю деяких моделей смартфонів чи інших пристроїв.
Можливості	
Розвиток IoT	«Samsung» може збільшити свою присутність у галузі IoT, яка є перспективною та швидко розвивається.
Екологічні технології	Зростаючий попит на екологічно чисті технології та виробництво створює можливість для «Samsung» розвивати й впроваджувати нові екологічні рішення.
Розвиток ринків країн з розвиваючою економікою	«Samsung» може зосередитися на розвитку ринків країн, де спостерігається швидкий економічний зріст та збільшується попит на технології.

Загрози	
Конкуренція на ринку	Інтенсивна конкуренція може погіршити позиції «Samsung» на ринку технологій.
Зміни в регулятивному середовищі	Зміни в законодавстві або тарифах можуть негативно вплинути на діяльність компанії.
Інноваційні загрози	Нові технології та концепції, які можуть змінити галузь (наприклад, блокчейн, штучний інтелект), можуть стати загрозою для традиційного бізнесу «Samsung».

Джерело: складено автором на основі [25]

Висновок з SWOT-аналізу підприємства "Samsung" з урахуванням соціального управління в системі менеджменту дозволяє зрозуміти його поточне становище та перспективи:

- «Samsung» має значні переваги у вигляді сильного глобального бренду, широкої продуктової лінійки, інноваційних рішень та глобальної наявності. Однак компанія також стикається з конкурентним середовищем, проблемами з якістю деяких продуктів та залежністю від окремих ринків.

- У той же час, «Samsung» має великий потенціал для розвитку, особливо у галузі IoT та екологічних технологій. Розвиток ринків країн з розвиваючоюся економікою також є важливою можливістю для компанії.

- Загрози у вигляді конкуренції на ринку, змін в регулятивному середовищі та інноваційні загрози потребують уважної уваги та стратегічного планування.

Отже, «Samsung» залишається високопрофесійним та впливовим гравцем у світі технологій, здатним використовувати свої сильні сторони та можливості для подальшого успіху, при цьому управляючи своїми слабкими сторонами та викликами.

Місія Samsung: «Ми приділимо наші людські ресурси та технології створенню високоякісних продуктів і послуг, тим самим сприяючи покращенню глобального суспільства» [35].

Ця бізнес-ціль була оприлюднена в 1990-х роках, у той час, коли корпорація швидко розширювала світові напівпровідники, електроніку та інші суміжні технологічні галузі. Samsung зосереджується на наступних компонентах своєї корпоративної місії, заснованої на її бізнес-операціях і поточному міжнародному позиціонуванні галузі:

- ресурси (як людські, так і технологічні),
- перевага продуктів і послуг,
- розвиток глобального суспільства.

У заяві про місію Samsung визначає людські ресурси та технології як два ключові активи, які вона використовує для досягнення своєї мети та стратегічних завдань у своїх глобальних галузях. Щоб конкурувати з такими технологічними гігантами, як Apple Inc. і Google LLC, цей компонент корпоративної мети потребує, щоб корпорація підтримувала висококонкурентоспроможні пакети винагороди та супроводжувала ініціативи з управління людськими ресурсами та розвитку. Корпоративна культура Samsung є вирішальним фактором у досягненні бізнес-цілей, враховуючи важливість людських ресурсів. З іншого боку, верховенство товарів і послуг лежить в основі бізнес-цілі компанії побутової електроніки. Таке домінування підкреслює важливість стратегічного управління в штаб-квартирі Samsung, яке спрямовує рішення в бік операційної ефективності та високоякісних організаційних результатів у різноманітних технологічних галузях. Ця частина місії, у певному сенсі, заохочує компанію забезпечити міцний ланцюжок створення вартості та реалізувати своє бачення, яким є найкраща споживча електроніка.

Загальна стратегія, тактика інтенсивного зростання та стратегічні цілі Samsung включають надання високоякісних продуктів, таких як побутова техніка, гаджети та ноутбуки, а також корпоративну місію компанії. Щоб мати хороший глобальний вплив, фірма здійснила низку транснаціональних придбань, включаючи покупку Harman International Industries, яка зараз є

філією Samsung Electronics. Місія та бачення технологічної корпорації пов'язані такими чинниками, як глобальний масштаб і суспільний прогрес.

Корпоративне бачення Samsung полягає в тому, щоб «надихати світ інноваційними технологіями, продуктами та дизайном, які збагачують життя людей і сприяють соціальному процвітання, створюючи нове майбутнє» [37].

Ця заява про бачення керує технологічними бізнес-операціями компанії, які сприяють покращенню життя людей. Samsung регулярно використовує фразу «Бачення 2020: надихай світ, створи майбутнє», щоб описати своє корпоративне бачення. Це твердження широко застосовується в діяльності дочірніх компаній компанії в галузі споживчої електроніки, обчислювальної техніки та напівпровідників. Бачення Samsung включає такі елементи:

- натхнення з усього світу;
- винахід;
- покращення життя людей і забезпечення майбутнього соціального процвітання.

У заяві підкреслюється лідируюча позиція компанії та те, як вона керує ринком і покращує життя людей за допомогою своїх продуктів і послуг. Нижче наведено такі функції:

- Надихайте інших у всьому світі. ця риса демонструє, що Samsung не просто розробляє щось; швидше, він робить це з точністю, яка надихає. Він досягає цього завдяки усвідомленню глобальних відмінностей. У результаті він може персоналізувати всі свої продукти відповідно до потреб кожного, де б вони не були.

- Зосередьтеся на нових ідеях. пристрої Samsung мають одні з найвищих стандартів дизайну. Samsung має репутацію демонстрації надзвичайно винахідливих виробів із передовими технологіями, як-от її пристрої, зокрема смартфони та ПК.

- Внесок у добробут суспільства. Samsung бачить свій вихід на ринки електротехніки та інших товарів як критичний шанс покращити життя людей і стосунки. Samsung розглядає простоту використання як обов'язкову функцію

в усьому, що вона виробляє, що видно з уважності та персоналізованих вимог, які компанія враховує під час розробки товарів. Це, по суті, покращує те, як люди працюють, взаємодіють і виконують наші інші суспільні обов'язки. Корпоративне бачення Samsung, пов'язане з заявою про місію, включає глобальний діапазон застосування та мету сприяння покращенню суспільства.

Основні цінності: «Люди, досконалість, зміни, чесність і спільне процвітання» є одними з основних принципів Samsung. Samsung має багату культуру, яку можна знайти в усіх її місцях по всьому світу, і всі вони дотримуються подібних і порівнянних традицій. Це пов'язано з тим, що всі вони функціонують під однаковим набором значень, як пояснювалося раніше.

Усі, хто має прями чи опосередковані стосунки з Samsung, знаходяться в центрі фірми, і компанія дуже поважає їх і заохочує кожного робити те саме. Один із підходів до цього полягає в тому, щоб підтримувати високу якість роботи на всіх рівнях і в усіх видах діяльності, постійно прагнучи надихнути на позитивні зміни.

Незважаючи на те, що доставка життєво важлива, на думку Samsung, честь має бути на першому місці. Найважливіше те, що Samsung підтримує політику та практику, які гарантують, що переваги розподіляються рівномірно та що жодна організація не отримує прибутку виключно. Натомість кожен отримує шматок пирога, гарантуючи, що працівники компанії, клієнти та інші зацікавлені сторони отримують вигоду.

З самого початку організації вони дотримувалися ряду вказівок для досягнення своїх цілей. Зосередьтеся на якості через інновації, продовжуйте інвестувати в людей, щоб досягти процвітання, і будьте гнучкими в адаптації до змін, щоб досягти вершини успіху. Samsung Electronics надає пріоритет екології від початку планування продукту до остаточної утилізації та відновлення продукту. Технологія екодизайну, заснована у 2004 році, вивчає вплив продукту на навколишнє середовище протягом усього його життєвого циклу. Від збереження ресурсів до вторинної переробки, вони роблять усе можливе, щоб зробити речі екологічно чистими та функціональними [39].

Серед основних цінностей Samsung:

- люди,
- відмінність,
- зміни,
- цілісність,
- спільне процвітання.

П'ять сил Портера є основою для визначення структури галузі, і вона базується на п'яти конкуруючих факторах [40]:

1. Суперництво між конкуруючими фірмами (високе). Багато конкурентів в галузі електроніки можуть прямо конкурувати з технологіями та програмним забезпеченням Samsung. Apple і Google виробляють розкішне або дороге обладнання, тоді як Mi і OnePlus в індустрії мобільних телефонів забезпечують однакові можливості за нижчою ціною. Оскільки витрати на перемикання мінімальні, клієнти мають можливість спробувати кілька пристроїв, а лояльність до бренду рідко зустрічається на ринку мобільних телефонів. Такі компанії, як Whirlpool, Voltas та інші, жорстко конкурують на ринку побутової техніки, продаючи майже ідентичні товари в однакових цінових діапазонах. Вони мають достатньо коштів, щоб вкласти їх на дослідження та розробки, і постійно створюють нові та інноваційні продукти. Вони також можуть використовувати ці гроші для просування своєї продукції різними способами. Оскільки ці прилади мають тривалий термін служби, вкрасти споживача у конкурентів важко.

2. Загроза нових учасників (Низька). Samsung є провідною компанією споживчої електроніки у світі. Оскільки індустрія технологій дуже конкурентна, здатність компанії залишатися в бізнесі залежить від постійних інновацій. Ці досягнення вимагають великих капіталовкладень, які малий бізнес не може собі дозволити. Якщо велика компанія виходить на цей ринок, їй може бути важко втриматися на плаву через брак технологічного досвіду для цього. Крім того, вихід у цю галузь потребує високого рівня цінності бренду та довіри клієнтів, чого може бути важко досягти новачкові. Без

значних інвестицій виведення на ринок розкішного приладу, наприклад від Samsung, потребувало б великої суми грошей, яку було б важко отримати для меншої компанії. У випадку з побутовою технікою клієнти мають високий рівень лояльності до бренду Samsung. Як наслідок, переконати клієнтів Samsung або будь-якого іншого бренду придбати новіший пристрій складно. Samsung також виграє від економії на масштабі, якої менша компанія не отримала б. У цьому секторі витрати на перехід також дуже високі, що не дозволяє клієнтам передати свою лояльність. Для Samsung загроза заміників була б мінімальною.

3. Переговорна сила покупців (помірна). Переговорна сила споживачів може бути встановлена на розумному рівні. Переговорна сила є високою для недорогих комутаційних пристроїв, таких як мобільні телефони. Жоден клієнт не має суттєвого впливу на продажі Samsung, оскільки це компанія B2C. Як наслідок, переговорна сила окремих клієнтів обмежена. З іншого боку, клієнти мають велику силу для переговорів, оскільки вони мають різноманітні можливості порівняно з конкурентами та товарами, доступними на ринку. Крім того, замість того, щоб залежати лише від вартості бренду, покупці та клієнти наразі мають доступ до точної інформації та порівняльних цифр, які можуть вплинути на прийняття обґрунтованого рішення. Переговорна сила покупців мінімальна для товарів з високою вартістю перемикачів, таких як холодильники, кондиціонери, мікрохвильові печі тощо. Це пов'язано з високою вартістю таких товарів і обмеженою кількістю фірмових варіантів, доступних у цій категорії. В результаті покупець віддає перевагу відомому бренду.

4. Переговорна сила постачальників (низька). Важелі переговорів із постачальниками є низькими у випадку Samsung. Samsung може вибирати з широкого кола постачальників. Samsung співпрацює з різноманітними постачальниками з усього світу, включаючи постачальників із США, Тайваню, Китаю, Південної Кореї, Гонконгу та Японії. Samsung забезпечує значний відсоток доходу для кількох компаній. Як результат, вони не можуть

ризикувати образити Samsung. Крім того, оскільки витрати Samsung на зміну постачальника є скромними, він, по суті, застрахований від того, що будь-який постачальник відмовиться від пропозиції сировини або надто високо підніме свої ціни. Кількість постачальників певних електричних компонентів є значною порівняно з кількістю корпорацій, таких як Apple, Samsung і LG, які є користувачами цих постачальників. Крім того, оскільки Samsung виробляє схеми, процесори та дисплеї, він може служити постачальником різноманітних своїх продуктів. Це усуває залежність компанії від будь-якого іншого стороннього постачальника. Це також означає, що Samsung Electronics може постачати різноманітні компоненти самостійно, а не залежати від зовнішнього постачальника та пов'язаних із ним коливань цін. У результаті Samsung Electronics опиняється в рідкісному положенні виступати постачальником для свого основного конкурента.

5. Можливості розробки замінних продуктів (низькі). Будь-який еквівалент за ступенем можливостей, які надає смартфон в одній упаковці, отримати неможливо. Окремі замінники включають телевізори для перегляду фільмів, окремо стоячі камери для зйомки чи відеозйомки, телефонні чи інтернет-дзвінки для телефонування, ноутбуки для виконання різноманітних завдань тощо. Тим не менш, поєднання всіх цих функцій в одному контейнері, а тим більше в компактному форм-факторі, здається неправдоподібним у найближчому майбутньому. З точки зору побутової техніки, не знайдено суттєвих замінників жодному з продуктів, включаючи телевізор, пральну машину, мікрохвильову піч, кондиціонер чи холодильник. Ці гаджети забезпечують рівень зручності та задоволення, з яким не зможе зрівнятися жоден інший пристрій. Крім того, Samsung має безліч патентів, які не дозволяють іншим компаніям виробляти подібний пристрій.

Як показано в пунктах вище, кожен елемент має відносні сильні та слабкі сторони. Тепер можемо завершити цей аналіз, заявивши, що в міру об'єднання світової економіки та відкриття нових ринків такі компанії, як Samsung, виграють, оскільки вони вже зарекомендували себе на багатьох

ринках. Однак слід визнати, що кожна сфера є окремою, і Samsung не повинна використовувати універсальну політику, а радше адаптувати свій підхід до кожного регіону. Нарешті, Samsung може пишатися тим фактом, що, незважаючи на те, що він є азіатським конгломератом, він зумів увірватися в численні західні корпорації та конкурувати з ними, які працюють у галузі десятиліттями.

Отже, ефективність соціального управління в системі менеджменту Samsung виявляється через їхню активну участь у соціальних проектах, розвиток співробітників та підтримку місцевих спільнот. Ці практики допомагають компанії зміцнювати своє лідерство, підвищувати рівень задоволеності працівників та покращувати якість життя в місцях своєї діяльності.

Висновки до розділу 2

З огляду на аналіз організаційно-економічної характеристики корпорації "Samsung" можна зробити висновок, що компанія є однією з найбільших у світі технологічних корпорацій. Її успіх базується на широкому портфелі продуктів, включаючи смартфони, телевізори, побутову техніку та напівпровідникові пристрої. Крім того, "Samsung" є глобальним гравцем на ринку електроніки та інновацій, і його успіх можна пояснити стратегічним підходом до розвитку бізнесу, включаючи інвестиції в дослідження та розвиток.

Аналіз соціального управління в корпорації "Samsung" показує, що компанія приділяє велику увагу розвитку своїх співробітників та спільнот, в яких вона працює. "Samsung" має різноманітні програми соціальної відповідальності, такі як освіта, охорона здоров'я та екологічна ініціативи. Це допомагає компанії залучати талановитих співробітників та підтримувати позитивне сприйняття свого бренду в суспільстві.

На основі розрахунків виявлено, що мінімальну премію від заробітної плати в розмірі 10% корпорація «Samsung» все ж таки могли впровадити, тому ще це склало би 5,88% від операційного прибутку компанії.

Отже, корпорація «Samsung» в основному направляє свій погляд на вдалий майбутній прибуток, як і усі компанії, але за тим, потрібно також приділяти увагу на впровадження бонусів та засобів для поліпшення життя і ефективну роботу своїх працівників.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ

3.1. Проблеми розвитку соціального управління в системі менеджменту корпорації «Samsung»

Сучасна ділова атмосфера вимагає від підприємств не лише ефективного управління бізнес-процесами, а й уваги до соціальних аспектів управління. Соціальне управління стає ключовим елементом корпоративної культури, однак воно також стикається з численними викликами та проблемами, що потребують уваги та розв'язання. Серед основних проблем є неоднаковий рівень розвитку соціального управління у різних компаніях. Деякі підприємства вже давно інтегрують соціальні практики в свою стратегію, в той час як інші лише починають розуміти їх важливість. Це призводить до нерівномірного впливу на спільноту та соціальну відповідальність.

Важливою проблемою є недостатнє фінансування соціальних програм. Багато компаній бажають займатися соціальними проектами, але обмежений бюджет часто стає перешкодою для їх ефективного впровадження. Необхідно шукати інноваційні методи фінансування, такі як партнерство з громадськими організаціями чи урядовими програмами [41].

Також відсутність чітких стандартів та метрик для оцінки ефективності соціального управління має значний вплив на діяльність підприємства. Багато компаній стикаються з питанням: як виміряти соціальну відповідальність і її вплив на бізнес? Відсутність уніфікованих методик ускладнює порівняння результатів та визначення оптимальних стратегій. Крім того, необхідно вирішувати проблеми в сфері внутрішньої культури підприємства. Це включає розвиток більш прозорих та демократичних систем управління, створення сприятливого середовища для розвитку працівників та підтримки їхнього благополуччя (табл 3.1).

Таблиця 3.1

**Проблеми розвитку соціального управління в системі менеджменту
«Samsung»**

Проблема	Опис
Стратегічне планування	Нестача чіткого стратегічного планування у сфері соціального управління в компанії «Samsung», що призводить до неефективного використання ресурсів, недостатньої уваги до ключових соціальних ініціатив та втрати довіри споживачів.
Прозорість та відкритість	Відсутність достатньої прозорості та відкритості у взаємодії зі співробітниками, споживачами та громадськістю, що може призвести до конфліктів і негативного сприйняття компанії в суспільстві.
Управління репутацією	Неефективне управління репутацією у випадку кризових ситуацій або негативних подій, які впливають на імідж компанії, може стати проблемою для компанії «Samsung» і підірвати її репутацію.
Участь у соціальних проектах	Проблема ефективності участі у соціальних проектах, де не завжди реалізація призводить до очікуваних результатів або максимального соціального впливу, що може зменшити позитивний вплив компанії на громадськість та споживачів.

Джерело: складено автором на основі [27]

1. Стратегічне планування. Однією з проблем може бути нестача чіткого стратегічного планування у сфері соціального управління в компанії «Samsung». Це може призводити до неефективного використання ресурсів, недостатньої уваги до ключових соціальних ініціатив та втрати довіри споживачів.

2. Прозорість та відкритість. Ще однією проблемою є відсутність достатньої прозорості та відкритості у взаємодії зі співробітниками, споживачами та громадськістю. Це може призвести до конфліктів і негативного сприйняття компанії в суспільстві.

3. Управління репутацією. В сучасному світі репутація компанії має величезне значення. Проблемою може стати неефективне управління

репутацією у випадку виникнення кризових ситуацій або негативних подій, які впливають на імідж компанії.

4. Участь у соціальних проектах. Компанія «Samsung» може стикатися з проблемою ефективності участі у соціальних проектах. Не завжди реалізація таких проектів приводить до очікуваних результатів або до максимального соціального впливу [42].

Отже, проблеми, які виникають у сфері соціального управління компанії «Samsung», варто розглядати як потенційні зони покращення. Нестача чіткого стратегічного планування, відсутність прозорості та відкритості в комунікації з різними зацікавленими сторонами, неефективне управління репутацією та проблеми з ефективністю участі у соціальних проектах можуть призвести до негативних наслідків для компанії, включаючи втрату довіри споживачів і негативний імідж у суспільстві.

3.2. Методи удосконалення соціального управління в системі менеджменту «Samsung»

Сучасне соціальне управління в системі менеджменту є ключовим аспектом ефективного функціонування підприємств та організацій у суспільстві. Забезпечення соціального добробуту працівників, сприяння розвитку спільнот та участь у соціальних проектах є не тільки моральним обов'язком, але й стратегічним фактором у успішному управлінні. Для досягнення цієї мети існують різні методи удосконалення соціального управління, які спрямовані на покращення якості життя співробітників та взаємовідносин зі спільнотою (рис.3.1).



Рисунок 3.1. Інструменти для удосконалення соціального управління в системі менеджменту

Джерело: складено автором на основі [36]

Один із інструментів — це розвиток програм корпоративної соціальної відповідальності. Це включає в себе впровадження проектів та ініціатив, спрямованих на підвищення якості життя співробітників, підтримку освітніх та культурних ініціатив, охорону довкілля та інші соціально значущі дії. Реалізація таких програм сприяє позитивному сприйняттю компанії серед співробітників та суспільства загалом.

Другий інструмент полягає у створенні сприятливого робочого середовища та корпоративної культури. Це охоплює розробку політики рівних можливостей, забезпечення безпеки та здоров'я працівників, а також підтримку різноманітності та інклюзивності. Через ці заходи підприємства забезпечують сприятливі умови для розвитку кожного працівника та підтримують творчий підхід до роботи.

Третій інструмент — це активна участь у соціальних проектах та спільнотних ініціативах. Це може бути підтримка місцевих спільнот через благодійність, волонтерство або співпраця з місцевими органами влади та громадськими організаціями. Такі дії не лише покращують імідж компанії, але й сприяють зміцненню взаємодії з оточуючими спільнотами. Не менш важливим методом є створення програм розвитку працівників, включаючи навчання, тренінги та кар'єрні можливості. Це дозволяє працівникам почувати

себе цінними та розвиватися в професійному плані, що впливає на їхню мотивацію та продуктивність [43].

Питання філантропії стосуються різних груп людей у суспільстві. Це може включати меншини та групи, засновані на місці та труднощах. Наприклад, компанія може вибрати впровадження методів управління соціальною відповідальністю, зосереджених на соціальних питаннях, жертвуючи залишки їжі чи одягу бездомним. Організація також може допомогти підтримати соціальні проблеми, приймаючи людей у спільноті та посилюючи їхні голоси. Наприклад, роздрібний магазин може включати виставку для невеликих творців культурного одягу чи продуктів.

Управління екологічною відповідальністю — це процес забезпечення того, щоб організація своїми процесами не завдавала шкоди навколишньому середовищу, з кінцевою метою звернення до збитків і покращення екосистеми. Це може включати такі кроки, як використання перероблених матеріалів під час виробництва, компенсація вуглецевого сліду від доставки або пожертвування організаціям, які підтримують навколишнє середовище. Наприклад, компанія з виробництва одягу та аксесуарів може створювати свої речі з пластику, який команда витягує з океану, щоб поширити обізнаність про забруднення океану та вжити заходів для очищення космосу.

Етична відповідальність компанії стосується її зусиль, щоб усі члени команди та клієнти отримували повагу та справедливе ставлення. Це також включає постачальників, інвесторів та керівний персонал компанії. Це може включати пропозицію заробітної плати, яка відповідає інфляції, забезпечення адекватного медичного обслуговування, інвестиції в ресурси психічного здоров'я для членів команди та дотримання високих стандартів щодо інгредієнтів, матеріалів і прозорості. Наприклад, компанія з виробництва шоколаду може пообіцяти платити працівникам справедливу заробітну плату та постачати какао-боби з регіонів, де збирачі отримують справедливу платню та гуманне ставлення [45].

Фінансова чи економічна соціальна відповідальність — це зосередженість організації на використанні коштів і ресурсів у спосіб, який позитивно впливає на громаду. Це може включати постачання матеріалів та інгредієнтів у місцевих постачальників, а не імпорт дешевших варіантів. Бренди також можуть брати участь у економічній соціальній відповідальності, просуваючи місцевий бізнес або віддаючи суспільству (табл 3.2).

Таблиця 3.2

Заходи для удосконалення соціального управління в системі менеджменту «Samsung»

Номер	Заходи удосконалення
1.	Залучення до управління стейкхолдерів
2.	Розвиток імплементації етичних стандартів
3.	Підтримка розвитку співробітників
4.	Участь у соціальних проектах
5.	Звітність та відкритість

Джерело: складено автором на основі [34]

Розглянемо більш детально заходи, які допоможуть Samsung удосконалити соціальне управління в системі менеджменту.

Залучення до управління стейкхолдерів є важливою стратегією для підвищення ефективності соціального управління в системі менеджменту Samsung. Цей підхід передбачає активну взаємодію з різними групами стейкхолдерів, включаючи споживачів, партнерів, співробітників та громадські організації. Залучення споживачів до управління означає активне слухання їхніх потреб, відгуків та очікувань. Samsung може впроваджувати механізми збору відгуків, проводити опитування серед споживачів та залучати їх до участі у фокус-групах для отримання цінної інформації для покращення продуктів та послуг.

Взаємодія з партнерами допомагає покращити взаєморозуміння та співпрацю в області соціального управління. Це може включати спільні проекти з підтримки громадських ініціатив, розвитку сталого бізнесу та

спільні заходи зі спільною відповідальністю. Залучення співробітників до управління дозволяє враховувати їхні погляди та думки у процесі прийняття управлінських рішень. Samsung може організовувати тренінги, фокусні групи або створювати платформи для обміну ідеями між співробітниками. Співпраця з громадськими організаціями дозволяє Samsung бути більш обізнаним щодо потреб суспільства та активно впливати на розвиток соціальних ініціатив. Це може бути спільна участь у проектах зі збереження довкілля, підтримка освітніх ініціатив або підтримка місцевих спільнот.

Розвиток імплементації етичних стандартів є ключовим елементом ефективного соціального управління в системі менеджменту Samsung. Samsung повинен активно працювати над зменшенням та усуненням будь-яких випадків корупції в управлінських практиках компанії. Це може включати впровадження програм по попередженню корупції, навчання працівників етичним принципам та створення механізмів звітування про порушення [47].

Важливим аспектом етичних стандартів є забезпечення прозорості та відкритості в діяльності компанії. Samsung може розробляти політики щодо розголошення інформації, публічно відомих етичних кодексів та систематичного звітування про діяльність компанії. Компанія повинна активно працювати над впровадженням етичних принципів у свої управлінські практики. Це включає у себе розробку етичних кодексів для керівництва та співробітників, проведення навчань з етики та впровадження механізмів контролю за їх виконанням.

Samsung повинен дбати про те, щоб його відносини зі споживачами та партнерами відповідали високим етичним стандартам. Це означає чесність у рекламних практиках, дотримання угод та зобов'язань перед партнерами та підтримку високих стандартів якості та безпеки продуктів для споживачів.

Підтримка розвитку співробітників є важливим аспектом соціального управління в системі менеджменту Samsung. Samsung може надавати своїм співробітникам можливості для проходження навчання, курсів, семінарів та тренінгів, спрямованих на підвищення їхніх професійних навичок та знань. Це

дозволяє співробітникам розвиватися у своїй сфері діяльності та підтримує розвиток компанії через підвищення ефективності роботи.

Підприємство може створювати програми та механізми для кар'єрного зростання своїх співробітників, включаючи можливості для підвищення, участь у проектах важливих для компанії та розвиток лідерських якостей. Це стимулює співробітників до досягнення нових висот у своїй кар'єрі та підтримує їхню мотивацію та залученість до роботи. Samsung повинен створювати комфортне та сприятливе робоче середовище для своїх співробітників, включаючи сучасні офіси, можливості для відпочинку та відновлення сил, баланс роботи та особистого життя, а також підтримку здоров'я та благополуччя працівників. Компанія може розвивати систему менторства та підтримки для нових співробітників або тих, хто бажає покращити свої навички. Це допомагає швидше і ефективніше впроваджувати нових працівників у робочий процес та підтримує їхній розвиток. Тому пропонується розглянути один із методів удосконалення соціального управління Samsung за допомогою підтримки розвитку співробітників (рис.3.2) та розробки календарного плану його впровадження (табл. 3.3).

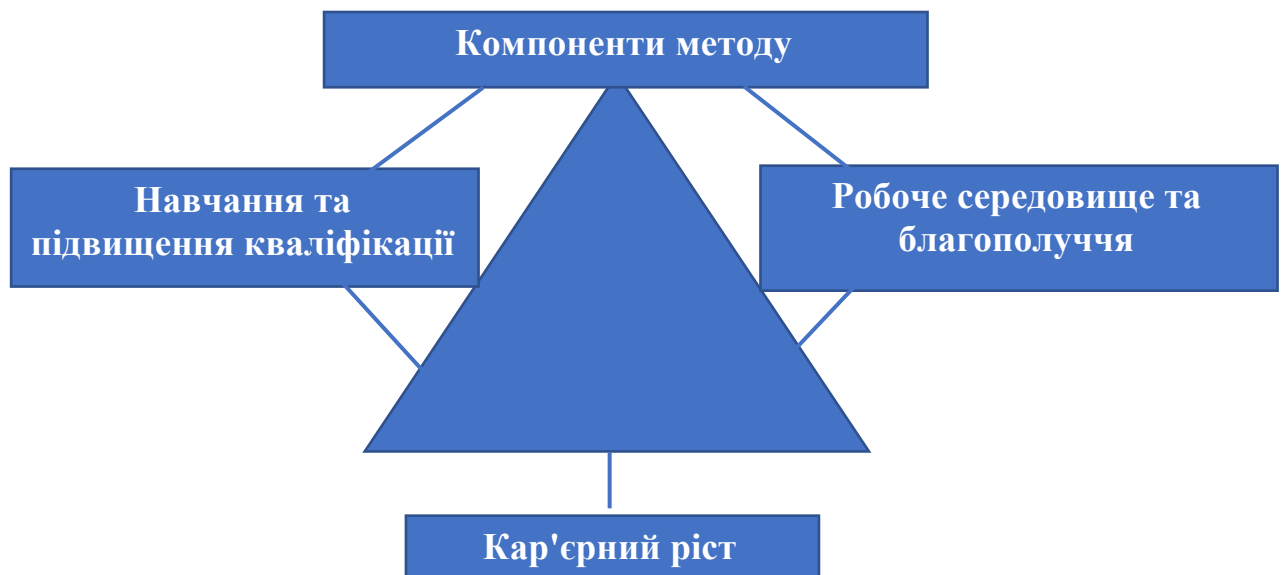


Рис. 3.2. Компоненти методу «Підтримка розвитку співробітників»

Джерело: складено автором на основі [48]

Навчання та підвищення кваліфікації:

- Впровадження програм постійного навчання та розвитку.
- Підтримка сертифікації та додаткового навчання.

Кар'єрний ріст:

- Програми менторства та наставництва.
- Чітко визначені шляхи кар'єрного росту.

Робоче середовище та благополуччя:

- Забезпечення комфортного робочого середовища.
- Програми підтримки здоров'я та благополуччя працівників.

Таблиця 3.3

Календарне впровадження методу «Підтримка розвитку співробітників» для компанії «Samsung»

Етап	Опис	Тривалість
1. Початковий аналіз	Оцінка поточного стану, визначення потреб у навчанні та розвитку.	1 місяць
2. Планування програм	Розробка детальних планів навчальних програм, кар'єрних шляхів та заходів підтримки благополуччя.	2 місяці
3. Пілотні програми	Запуск пілотних програм у вибраних підрозділах компанії.	3 місяці
4. Оцінка та корекція	Оцінка результатів пілотних програм, корекція та оптимізація.	1 місяць
5. Масштабування	Впровадження програм по всій компанії.	6 місяців
6. Моніторинг та вдосконалення	Постійний моніторинг результатів, коригування та вдосконалення програм.	Постійно

Джерело: складено автором на основі [48]

Вплив впровадження методу «Підтримка розвитку співробітників» на економічні показники компанії «Samsung»:

Підвищення продуктивності праці:

- Вхідні дані: Середня продуктивність праці співробітників.
- Прогноз: Підвищення продуктивності на 10% через підвищення кваліфікації.

Зниження плинності кадрів

- Вхідні дані: Рівень плинності кадрів.
- Прогноз: Зниження плинності на 5% через покращення задоволеності співробітників.

Покращення корпоративної культури

- Вхідні дані: Витрати на рекрутинг та навчання нових співробітників.
- Прогноз: Зменшення витрат на 15% через зниження плинності та покращення внутрішніх комунікацій.

Розрахунок економічного ефекту

Підвищення продуктивності праці

- Поточний середній дохід на одного співробітника: \$100,000
- Зростання продуктивності на 10%: $\$100,000 * 0.10 = \$10,000$
- Загальний додатковий дохід на 10,000 співробітників: $10,000 * \$10,000 = \$100,000,000$

При збільшенні продуктивності на 10% кожен співробітник принесе додатковий дохід у розмірі \$10,000, що в сумі складає \$100,000,000 для 10,000 співробітників.

Зниження плинності кадрів

- Поточна плинність: 10%
- Зниження плинності на 5%: $10,000 * 0.05 = 500$ співробітників
- Витрати на рекрутинг та навчання одного співробітника: \$5,000
- Загальні збережені кошти: $500 * \$5,000 = \$2,500,000$

Це означає, що при зниженні плинності на 5% компанія заощадить \$2,500,000 на витратах з рекрутингу та навчання нових співробітників.

Зменшення витрат на рекрутинг та навчання

- Поточні витрати: \$10,000,000
- Зменшення витрат на 15%: $\$10,000,000 * 0.15 = \$1,500,000$

При зменшенні витрат на рекрутинг та навчання на 15%, компанія заощадить \$1,500,000.

Загальний економічний ефект

- Додатковий дохід від підвищення продуктивності: \$100,000,000
- Збережені кошти від зниження плинності: \$2,500,000
- Зменшення витрат на рекрутинг: \$1,500,000

Таким чином загальний економічний ефект складає \$104,000,000

Впровадження методу удосконалення соціального управління в системі менеджменту «Samsung», спрямованого на підтримку розвитку співробітників, може суттєво покращити економічні показники компанії. Це досягається за рахунок підвищення продуктивності праці, зниження плинності кадрів та зменшення витрат на рекрутинг і навчання нових співробітників.

На базі аналітичних розрахунків в підрозділі 2.2., де було визначено, що компанія мала змогу уникнути страйку від профспілки Samsung Electronics, якби урахувала важливість мотивування та підвищення продуктивності співробітників, пропонуємо розробити модель ефективної системи преміювання. Формування ефективної бонусної системи має будуватися з економічного обґрунтування доцільності преміювання, яке включає в себе:

1. Визначення джерел преміювання
2. Формування показників і умов преміювання
3. Періодичність та порядок нарахування премій

Також преміальна система може поділятися на індивідуальні, командні та проектні премії (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Кроки впровадження загальної преміальної системи в компанії «Samsung»

Кроки впровадження гнучкої преміальної системи	Опис
1. Пілотні проекти	Пілотні проекти в декількох підрозділах дозволять оцінити ефективність нової преміальної системи та побачити зацікавленість працівників.
2. Навчання від керівників підрозділів	Проведення семінарів та тренінгів від керівництва допоможе працівникам зрозуміти сутність та переваги системи бонусів.
3. Зворотній зв'язок	Регулярний збір відгуків від співробітників зможе дати повну картину ефективності, проблем та моментів для допрацювання нової системи преміювання.
4. Моніторинг та оцінка	Аналіз досягнень працівників має здійснюватися на регулярній основі.

Джерело: складено автором на основі [49]

Результати пілотного впровадження ефективної преміальної системи, базуючись на розрахунках, які ми зробили у підрозділі 2.2 (табл.3.5).

Таблиця 3.5

Пілотне впровадження загальної преміальної системи для «Samsung»

Показник	Значення
Середня місячна зарплата	8000\$
Процент премії	10%
Премія одного працівника	800\$
Кількість працівників	30000
Загальна сума премій на місяць	24000000\$
Загальна сума премій на рік	288000000\$
Операційний прибуток	4900000000\$
Частка премій від операційного прибутку	5,88%

Джерело: складено автором на основі [37]



Рис. 3.3. Прогнозований результат ефективності впровадження преміальної системи для працівників Samsung

Джерело: складено автором на основі [39]

Впровадження ефективної бонусної системи на рівні 10% від заробітної плати співробітника є фінансово доцільним для Samsung Electronics. У даний час компанія зазнає спад продуктивності та замотивованості працівників, але при цьому клієнтоорієнтованість компанії Samsung є одною з найкращою на ринку виробників. Керівництву компанії потрібно звертати увагу не лише на майбутній прибуток, а й на зауваження та відгуки своїх же підлеглих, тим самим забезпечити ідилію на усіх показниках.

Участь у соціальних проектах також є важливим компонентом соціального управління в системі менеджменту Samsung. Ця стратегія передбачає активну взаємодію компанії з місцевими громадами та прийняття участі у соціальних проектах, спрямованих на покращення якості життя

населення та розвиток соціальних ініціатив. Samsung повинен активно співпрацювати з місцевими громадами, включаючи місцеві влади, неприбуткові організації та інші стейкхолдери. Це дозволить компанії краще зрозуміти потреби та проблеми на місцях, а також спільно розробляти та впроваджувати соціальні проекти.

Samsung повинен активно підтримувати та сприяти розвитку соціальних ініціатив, спрямованих на покращення якості життя населення. Це може включати участь у програмах з покращення освіти, охорони здоров'я, захисту навколишнього середовища та інших сферах, які важливі для місцевих спільнот. Участь у соціальних проектах дозволяє Samsung підтримувати свою корпоративну відповідальність перед суспільством. Це важливо для збереження довіри громадськості, покращення репутації компанії та створення позитивного впливу на оточуюче середовище [49].

Участь у соціальних проектах може сприяти розвитку місцевих економік через залучення нових працівників, підтримку малих та середніх підприємств та інші ініціативи, що сприяють економічному зростанню регіону.

Звітність та відкритість є необхідними складовими ефективного соціального управління в системі менеджменту Samsung. Samsung повинен забезпечити високий рівень прозорості своєї діяльності у сфері соціального управління. Це включає відкритість у взаємодії зі стейкхолдерами, чіткість у звітуванні та доступність інформації для громадськості. Samsung має регулярно публікувати звіти про свою діяльність у сфері соціального відповідального управління. Ці звіти повинні включати інформацію про заходи, вжиті для впровадження соціально відповідальних практик, результати досягнуті компанією, а також плани на майбутнє.

Samsung повинен бути відкритим для взаємодії з громадськістю щодо питань, пов'язаних з соціальною відповідальністю. Це може включати проведення громадських слухань, діалогу з представниками громадськості та відкритість до змін та покращень у стратегіях управління. Samsung може активно співпрацювати з експертами з питань соціального управління та

громадськими організаціями для забезпечення найвищих стандартів звітності та відкритості в своїй діяльності.

Отже, ефективне соціальне управління в системі менеджменту Samsung може бути досягнуте за допомогою систематичного впровадження цих методів та постійного вдосконалення стратегій управління відповідно до сучасних вимог та потреб суспільства.

3.3. Перспективи розвитку соціального управління в системі менеджменту корпорації «Samsung»

Соціальне управління є ключовим аспектом сучасного суспільства, спрямованим на ефективне вирішення соціальних проблем і задач. Перспективи його розвитку охоплюють різноманітні аспекти, включаючи технологічні інновації, підвищення якості послуг, розширення участі громадськості та підтримку соціально вразливих груп. Серед ключових перспектив розвитку соціального управління є використання сучасних технологій. Це включає в себе впровадження інформаційних систем для збору, аналізу та моніторингу даних про соціальні потреби населення. Розробка мобільних додатків для зручного доступу до соціальних послуг і спрощення взаємодії з установами соціального захисту також відкриває нові можливості для покращення якості життя громадян.

Ще однією важливою перспективою є постійне підвищення якості соціальних послуг. Це включає в себе оптимізацію процесів надання допомоги, розробку і впровадження стандартів обслуговування, а також навчання працівників сфери соціального захисту новим методам роботи та підходам до взаємодії з клієнтами. Участь громадськості у процесі прийняття рішень та впровадження соціальних програм є необхідною складовою ефективного соціального управління. Перспективи розвитку включають активізацію громадян у роботі громадських рад, залучення до процесу

моніторингу та оцінки соціальних програм, а також сприяння розвитку громадянського суспільства [50].

Особливу увагу в контексті перспектив розвитку соціального управління слід звернути на підтримку соціально вразливих груп населення. Це включає в себе спеціальний соціальний розвиток та впровадження програм соціального захисту, що створюють умови для інтеграції цих груп у суспільство, а також забезпечують доступ до освіти, охорони здоров'я та інших соціальних послуг.

Перспективи розвитку соціального управління в системі менеджменту «Samsung» можуть бути дуже ефективними, оскільки ця компанія виявляє велику увагу до спільнот, співробітників та сталого розвитку (табл 3.6).

Таблиця 3.6

Перспективи розвитку соціального управління в системі менеджменту «Samsung»

Аспект розвитку	Зміст
Участь у соціальних проектах	Розвиток освіти, медицини, інфраструктури у різних країнах
Розвиток співробітників	Інвестиції в програми навчання, кар'єрний розвиток, баланс роботи та особистого життя
Підтримка місцевих спільнот	Співпраця з місцевими організаціями, підтримка розвитку місцевих економік та умов життя

Джерело: складено автором на основі [28]

Участь у соціальних проектах є важливим аспектом соціального управління в системі менеджменту компанії «Samsung». Посилення присутності у громадському житті дозволяє «Samsung» сприяти розвитку освіти, медицини та інфраструктури у різних країнах. Це допомагає покращити якість життя людей та сприяє позитивному сприйняттю бренду компанії. Участь у соціальних проектах відкриває для «Samsung» можливості сприяти розвитку освіти. Компанія може інвестувати в програми підтримки освіти, будівництва шкіл та університетів, надання стипендій для студентів та підвищення кваліфікації вчителів. Це допомагає забезпечити доступну та

якісну освіту для молодого покоління, що в свою чергу сприяє розвитку суспільства та економіки країни.

Крім того, участь у соціальних проектах дозволяє «Samsung» покращувати медичну інфраструктуру. Це може включати будівництво та модернізацію лікарень, надання медичного обладнання та технологій, а також розвиток програм попередження захворювань та медичного навчання для місцевих жителів. Підтримка медичної сфери сприяє підвищенню рівня здоров'я населення та зменшенню медичної недостатності. Компанія може також сприяти розвитку інфраструктури, такої як будівництво доріг, мостів, комунікацій та інших об'єктів, що сприяють розвитку регіонів. Це не лише поліпшує якість життя місцевого населення, а й створює сприятливі умови для бізнесу та економічного зростання.

Розвиток співробітників є ключовим елементом соціального управління в системі менеджменту компанії «Samsung». Компанія може активно інвестувати в програми навчання, розвитку кар'єри та підтримки балансу між роботою та особистим життям співробітників. Це допомагає залучати талановитих працівників, зберігати їх у колективі та підвищувати загальну продуктивність компанії. Інвестиції в програми навчання є важливим кроком для розвитку співробітників. «Samsung» може запроваджувати проекти з навчання та підвищення кваліфікації, які сприяють розвитку професійних навичок та знань працівників. Це дозволяє створювати ефективний інтелектуальний капітал у компанії, що сприяє зростанню її конкурентоспроможності.

«Samsung» може пропонувати програми стажування, кар'єрного розвитку та менторства, які допомагають співробітникам зростати професійно в межах компанії. Це стимулює мотивацію працівників, збільшує їх відчуття цінності у колективі та сприяє збереженню талановитих кадрів. Підтримка балансу між роботою та особистим життям є важливою для забезпечення ефективності та задоволеності працівників. «Samsung» може розглядати можливості флексібільного графіку роботи, дистанційної роботи та програм

підтримки здоров'я та благополуччя працівників. Це сприяє зниженню стресу, підвищує робочу продуктивність та залучає працівників до компанії на довгостроковій основі.

Підтримка місцевих спільнот є важливим аспектом соціального управління в системі менеджменту компанії «Samsung». Ця підтримка може включати активну співпрацю з місцевими організаціями та ініціювання проектів, спрямованих на підтримку розвитку місцевих економік, зменшення впливу на довкілля та покращення життєвих умов на місцях. Співпраця з місцевими організаціями дозволяє «Samsung» бути активним учасником місцевого співтовариства. Це може включати підтримку місцевих культурних та соціальних заходів, спонсорство місцевих спортивних команд чи участь у благодійних програмах. Така активність сприяє позитивному сприйняттю компанії серед місцевих жителів та встановленню довіри.

Ініціативи на підтримку розвитку місцевих економік є важливим кроком у створенні стабільного та процвітаючого місцевого господарства. «Samsung» може сприяти розвитку малих та середніх підприємств, надавати підтримку для запуску стартапів або розвитку місцевих галузей, що сприяють зростанню зайнятості та підвищенню економічного рівня регіону. Зменшення впливу на довкілля є важливим аспектом корпоративної відповідальності. «Samsung» може вживати заходів для зменшення екологічного відбитку своєї діяльності, впроваджувати енергоефективні технології, підтримувати проекти з відновлювальних джерел енергії та управління відходами. Це сприяє збереженню природних ресурсів та здоров'ю місцевого середовища.

Отже, усі ці аспекти разом можуть створити позитивну імідж «Samsung» як соціально відповідальної компанії, що дбає про своїх співробітників, спільноти та природне середовище. Розвиток соціального управління стає не лише стратегічним кроком для успішної діяльності, а й важливою складовою корпоративної культури, що сприяє сталому розвитку не лише компанії, а й суспільства в цілому.

Висновки до розділу 3

Отже, серед основних проблем є забезпечення соціальної відповідальності корпорації. Samsung, як глобальна компанія, має величезний вплив на суспільство та навколишнє середовище. Тому важливо забезпечити, щоб діяльність компанії була спрямована на збалансоване задоволення потреб не лише акціонерів та клієнтів, але й всіх зацікавлених сторін, включаючи співробітників, співтовариство та навколишнє середовище.

Іншою важливою проблемою є впровадження ефективних механізмів управління соціальною відповідальністю. Це включає розробку та впровадження політики з питань етики та дотримання прав людини в усіх сферах діяльності компанії, а також впровадження програм та ініціатив, спрямованих на соціальну підтримку співтовариств та заохочення участі у вирішенні соціальних проблем.

Серед перспектив розвитку є зростання уваги до соціальних аспектів в управлінні. Компанії все більше усвідомлюють важливість забезпечення не лише фінансової, але й соціальної стабільності. Це вимагає від менеджерів розробки нових стратегій та підходів до управління, які враховують інтереси всіх зацікавлених сторін.

Крім того, важливою перспективою є підвищення відкритості та прозорості в управлінні. Samsung може досягти цього шляхом активної комунікації зі співтовариством, публічного висвітлення своєї діяльності та результатів у сфері соціальної відповідальності, а також залучення зацікавлених сторін до участі у прийнятті рішень.

Проблеми та перспективи розвитку соціального управління в системі менеджменту Samsung відображають глибоке розуміння важливості соціальної відповідальності, взаємозв'язку між успіхом бізнесу та добробутом суспільства, а також потребу в постійному вдосконаленні стратегій та практик управління.

ВИСНОВКИ

Згідно поставлених завдань та за результатами дослідження ми дійшли наступних висновків:

1. Сутність соціального управління підприємства полягає у впровадженні стратегій та політик, спрямованих на задоволення потреб та інтересів різних соціальних груп, що взаємодіють з підприємством. Це включає в себе розвиток соціальних програм, забезпечення сприятливих умов праці, підтримку корпоративної культури та взаємодії з громадськістю.

2. Види соціального управління включають в себе внутрішні та зовнішні аспекти. Внутрішнє управління спрямоване на забезпечення гармонії та підтримки внутрішніх стосунків серед працівників та керівництва підприємства. Зовнішнє управління передбачає взаємодію зі спільнотою, громадськістю, державними органами та іншими зацікавленими сторонами з метою співпраці та вирішення соціальних питань.

3. Організаційні засади соціального управління підприємства базуються на принципах соціальної відповідальності та сталого розвитку. Це передбачає розробку ефективних механізмів управління персоналом, впровадження програм соціального захисту, створення механізмів взаємодії з громадськістю та партнерами, а також впровадження інноваційних підходів до вирішення соціальних проблем.

4. Організаційно-економічна характеристика корпорації "Samsung" відображається у великому асортименті продукції та послуг, що охоплюють різні галузі електроніки, програмного забезпечення, телекомунікацій, побутової техніки та інших напрямків. Компанія має широку географічну присутність, високий рівень досліджень та розвитку, і відома своєю інноваційністю та високоякісною продукцією.

5. Аналіз соціального управління в системі менеджменту "Samsung" свідчить про великий обсяг програм та ініціатив, спрямованих на підтримку співробітників, їхнє професійне та особисте зростання, а також на взаємодію з

громадськістю та вирішення соціальних проблем. Компанія активно застосовує різноманітні підходи до підтримки робочого колективу, включаючи програми корпоративної соціальної відповідальності та розвитку працівників.

6. Ефективність соціального управління в системі менеджменту "Samsung" визначається його впливом на задоволення потреб та очікувань працівників, покращення робочого клімату, зниження текучості кадрів та підвищення загальної продуктивності праці. За результатами аналізу можна зробити висновок, що соціальне управління в "Samsung" допомагає підтримувати високий рівень мотивації працівників та підвищує конкурентоспроможність компанії на ринку.

7. Проблеми розвитку соціального управління в системі менеджменту "Samsung" можуть включати недостатню ефективність деяких програм та ініціатив, нестачу ресурсів для реалізації амбіційних проєктів, відсутність відкритого діалогу зі співробітниками та громадськістю, а також виклики, пов'язані з адаптацією до змін в зовнішньому середовищі, таких як соціально-економічні та технологічні трансформації.

8. Методи удосконалення соціального управління в системі менеджменту "Samsung" можуть включати впровадження нових технологій для поліпшення комунікації зі співробітниками та громадськістю, розширення соціальних програм та ініціатив, удосконалення системи оцінки та винагородження працівників, розвиток програм корпоративної соціальної відповідальності та посилення зусиль у сфері розвитку співробітників. Запропоновані методи вдосконалення преміальної системи та результати розрахунків можливості їх впровадження показують, що компанії доречніше звертати увагу не тільки на свій майбутній прибуток, а й на психологічний стан та задовільнення потреб своїх працівників.

9. Перспективи розвитку соціального управління в системі менеджменту "Samsung" включають постійне адаптування до змін у соціально-економічному та технологічному середовищі, поглиблення

взаємодії зі співробітниками та громадськістю, розширення географічного охоплення соціальних програм та постійне вдосконалення методів управління. Ключовими напрямками можуть бути впровадження інноваційних підходів, підвищення прозорості та відкритості, а також збільшення інвестицій у розвиток людських ресурсів та корпоративну соціальну відповідальність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П. Стратегічне управління: навч. посібник. Київ: Центр навчальної літератури. 2019. 440 с.
2. Patagonia: Вікіпедія вільна енциклопедія.
URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Patagonia>
3. Unilever: Вікіпедія вільна енциклопедія.
URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Unilever>
4. Microsoft Corporation: Вікіпедія вільна енциклопедія.
URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Microsoft>
5. Ben & Jerry's: Вікіпедія вільна енциклопедія.
URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Ben_%26_Jerry%27s
6. Соколова Л. В. Менеджмент та соціальне управління. Київ: КНЕУ ім. В. Гетьмана, 2020. 307 с.
7. Возна Л. Б., Босак О. В. Формування іміджу лідера для ефективного управління персоналом. Молодий вчений. № 4 (2). 2019. С. 471-475.
8. Євченко В., Хлопоніна-Гнатенко О. Соціальний менеджмент як технологія ефективного управління. Економічний аналіз. Том 32. № 1. 2022. С. 7-13.
9. Бузган Ю. Стратегія управління кадровим потенціалом ТОВ "Візеვენ Європа". Студентські наукові читання-2022: зб. наук. праць Науково-практичної конференції «Студентські наукові читання - 2022». Житомир: Поліський національний університет, 2022. С. 57-60.
10. Петренко Ю. А. "Менеджмент в умовах цифровізації". 2023. 390 с.
11. Педько А. Основи підприємництва і бізнес культури : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 168 с.
12. Шубалий О. М.; за заг. ред. О. М. Шубалого / Рудь Н. Т., Гордійчук А. І., Шубала І. В., Дзямулич М.І., Хілуха О.А., Косінський П.М.- Управління персоналом : підручник, 2-ге вид. Луцьк : ЛНТУ, 2023. 414 с.

13. Гончарова С. Ю. Стратегічний менеджмент у соціальній сфері: робоча програма навчальної дисципліни для студентів спеціальності «Соціальне забезпечення» освітньої програми «Управління соціальною сферою» першого (бакалаврського) рівня. К., 2022. 13 с.
14. Легкий О. О. Сутність адаптації та її зміст у сучасних умовах. Домінанти соціально-економічного розвитку України в умовах інноваційного типу прогресу: матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих вчених. Київ. 2020. С. 211-214.
15. Жавела К.А. Сучасні концепції та інноваційні технології в системі управління персоналом. Економічна наука. Серія «Інвестиції: практика та досвід». 2019. № 22. С. 73-78.
16. Невмержицька С. М. Управління підвищенням кваліфікації персоналу як основа його розвитку. Актуальні проблеми менеджменту, фінансів та публічного управління у сучасних глобалізаційних процесах: зб. матер. VII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. 19 березня 2020 р. / Ун-т ДФС України. Ірпінь. 2020. С. 153-156.
17. 50 років інновацій Samsung Electronics.
URL: <https://news.samsung.com/ua/50-years-history>
18. Samsung Electronics streamlines organizational structure. Korea JoongAng Daily. 2021.
URL: <https://koreajoongangdaily.joins.com/2021/11/29/business/tech/Samsung-Electronics-Lee-Jaeyong/20211129180526050.html>
19. Крупка М.І., Ковалюк О.М., Коваленко В.М. Фінансовий менеджмент : підручник / за ред. д-ра екон. наук, проф. М. І. Крупки , [та ін.]. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 440 с.
20. Петренко О. О. «Психологічні аспекти лідерства в бізнесі»: Журнал управління персоналом. 2020. №3. С.108-116.
21. Загородня Н.П., Кучеренко Д.Г. Управління персоналом: теорія і практика: навчальний посібник / Н.П.Загородня, Д.Г.Кучеренко. – Київ: «Центр учбової літератури», 2021. 272 с.

22. Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., Бурачек І.В., під заг. ред. Остапчука Т.П.. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». - Житомир: Вид-во «Рута», 2021. 856 с.
23. Іванова Н.С., Приймак Н.С., Карабаза І.А., Шаповалова І.В., Сучасний менеджмент у схемах і таблицях. Частина 1: навч. посібник. [Електронний ресурс] /; ред. Н.С. Іванова. – Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2021. 282 с.
24. Samsung Business Insites. URL: <https://insights.samsung.com/2022/08/08/samsung-commits-to-sustainability-with-new-programs/>
25. Samsung Business Report . 2022. 413с. URL: <https://images.samsung.com/is/content/samsung/assets/global/ir/docs/2022-4q-Business-Report.pdf>
26. Наумова О. О., Стратегії управління персоналом підприємства. Вчені записки Університету «КРОК», (1 (61)), 2021. С. 137-141.
27. Білорус Т.В. Практикум з менеджменту: навчальний посібник. Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2020. 185 с.
28. Агарков О.А., Баршацька Г.Ю., Кузьмін В.В., Управління соціальними процесами: навчальний посібник . ЗНТУ, Запоріжжя. 2019. 217 с.
29. Пащенко С. Ю., Сербін О.О., Стоян С.П. Креативне лідерство: навч. посіб.; за ред. Ситницького М. В.. К.: Національний центр розвитку креативного підприємництва КНУ ім. Т. Шевченка, Видавництво Ліра-2020. 100 с.
30. Шкільняк М. М, Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І. О. Менеджмент: підручник., Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 258 с.
31. Бардадим С. А., Невмержицька С. М. Діджиталізація в сфері управління персоналом організації. Економіка, менеджмент та аудит: сучасні проблеми, перспективи та напрями розвитку : матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Львів, (22 лютого 2020 року). Львів: ЛЕФ, 2020. С. 55-58.

32. Гобела В.В. Економіко-безпекова екологізація: теорія та практика. Львів: ЛьвДУВС, 2021. 244 с.
33. Касич О. О., Медвідь Г. С. Управління кадровою безпекою на українських підприємствах через призму макроекономічних процесів. Ефективна економіка. 2018 № 1
URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/12.pdf
34. Волянська-Савчук Л. В., Мацишина М. В. Використання інноваційних персонал-технологій в управлінні персоналом на підприємствах. Економіка і організація управління. 2019. № 1 (33). 34 с.
35. Звіт про управління Samsung Україна.
URL: https://images.samsung.com/is/content/samsung/p5/ua/aboutsamsung/2020/Management_report.pdf
36. Невмержицька С. М., Володько А. В. Управління адаптацією персоналу сучасної організації. Актуальні проблеми менеджменту, фінансів та публічного управління в сучасних глобалізаційних процесах: збірник матеріалів VIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (18 березня 2021 року). Ірпінь, 2021. С. 353-355.
37. Міжнародний сайт з пошуку роботи «Indeed», сторінка компанії Samsung Electronics / URL: <https://www.indeed.com/cmp/Samsung-Electronics-9>
38. Невмержицька С. М., Петрусенко О. О. Проблеми оцінки ефективності системи управління персоналом. Формування ринкових відносин в Україні. 2021. С. 185-188.
39. Невмержицька С. М., Себта Г.В. Управління розвитком трудового колективу у сучасних умовах господарювання. Інфраструктура ринку. 2018. С. 232-236.
40. П'ять сил Портера. Електроний ресурс.
URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/marketing/5-sil-portera>
41. Шаманська О. І. Стратегічне управління персоналом підприємства в сучасних умовах. Економіка та держава, 2019. №12. С. 66-70.
42. Мельник Л.Г., Економіка і бізнес / за ред.

- Карінцевої О. І., Університетська книга. Суми. 2021. 316 с.
43. Сахно Є. Ю., Дорош М. С., Ребенок А. В. Менеджмент сервісу: теорія та практика: Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2020. 328 с.
44. Цалко Т. Р., Невмержицька С. М. Система ключових показників ефективності як запорука ефективного управління бізнес-процесами в компанії. Проблеми системного підходу в економіці. 2019. Вип. 6 (74), Ч. 2. С. 160–167.
45. Цалко Т. Р., Харченко Т. О., Хондока О. М. Особливості формування конкурентних переваг на підприємстві. Ефективна економіка. 2019. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7261>.
46. Смачило В. В. Новітня парадигма та методологічні засади управління кадровим потенціалом підприємств транспорту : монографія. Харків : Панов А. М., 2019. 390 с.
47. Карпюк Г. І. Основи підприємництва: навч. посібник. Київ. 2021. 108 с.
48. Khaustova Y., Breus S., Nevmerzhytska S., Tsalko T., Kharchenko T. Features of social entrepreneurship as a factor in the development of social innovation. Journal of Entrepreneurship Education. 2019. Volume 22, Issue: 1S. URL: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57006782200>
49. Kasych A., Vochozka M. Methodological support of the enterprise sustainable development management. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2018. №1. С.371-381.
50. Kasych A., Vochozka M., Yakovenko Y. Diagnostic of the Stability States of Enterprises and the Limits of their Tolerance. Quality Access to Success, Vol. 20, №. 172/ October 2019, pp. 3-12.

ДОДАТКИ*Додаток А*

Логотип компанії «Samsung»

Джерело: www.samsung.com



Han, Jong Hee

- Віцепрезидент та генеральний директор [з 2022 донині]
- Віцепрезидент і глава підрозділу Device eXperience [з 2021 донині]
- Президент і глава підрозділу Visual



Kyung, Kye Hyun

- Президент та генеральний директор [2022 донині]
- Президент та керівник Device Solutions [2021 донині]
- CEO, Samsung Electro-Mechanics Co., Ltd.

Виконавчі директори компанії «Samsung»

Джерело: <https://www.samsung.com/ua/about-us/company-info/>