

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ З УРАХУВАННЯМ ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ

Сьогодні спостерігається усвідомлення необхідності підвищення соціальної відповідальності підприємства перед суспільством й забезпечення конкретних соціальних потреб персоналу, споживачів, що обґрунтовує необхідність вивчення соціальної політики підприємства і ролі в ній людського фактору.

Стандарти корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), як правило, спрямовані на великі підприємства та транснаціональні корпорації і відображають їх діяльність за основними напрямками: умови праці, охорона здоров'я, система управління, оплата праці, відповідальне природокористування, робочий час, дотримання прав людини, недискримінаційна політика, взаємодія із суспільством і т.д.

Питання сутності та формування соціальної політики підприємства є важливими для підвищення якості трудового життя. Так проблеми розвитку соціальної відповідальності бізнесу знайшли своє відображення в наукових дослідженнях А. Россі, Т. Гейнеса, Б. Каліски. Формуванню соціальної політики та функціонуванню механізмів соціального партнерства присвячено труди Е. Лібанової, Н. Балтачєєвої, І. Бланк, В. Вовка, С. Мельника. Питання КСВ представлені в роботах М. Мескона, Т. Пітерса, Р. Уотермена, М. Фрідмана, Ф. Хедоурі, А. Колота, В. Євтушенко, В. Апопія, М. Бейкера, В. Валікова, О. Грішнєвої, та ін.

Мета роботи – розкрити особливості формування соціальної політики сучасного підприємства в умовах глобалізації економіки та розвитку соціального партнерства.

В той же час, ряд економік європейських країн базується на ідеї підприємницької економіки і фокусується на підприємницький сектор [1].

Вплив підприємницького сектора на розвиток суспільства стає все істотніше. Так, Литва може стати одним із прикладів, де ідея розвитку підприємництва стала державною ідеєю. Отже, питання корпоративної соціальної відповідальності набувають все більшої актуальності і значимості для малого та середнього бізнесу [2]. При цьому багатьом підприємствам може бути властива соціально відповідальна поведінка, яка може проявлятися як у забезпеченні населення товарами і послугами відмінної якості, організації нових робочих місць, забезпеченні безпеки на робочому місці, так і у власному сталому розвитку, екологічній без-

пеці та мінімізації використання природних ресурсів. Однак підприємства не ідентифікують таку поведінку з корпоративною соціальною відповідальністю, не декларують це і не усвідомлюють, як елемент корпоративної культури. Аналізуючи фактори успіху малого бізнесу, слід виділити його кадрову складову. Саме вона стає критичним ресурсом для успіху та розвитку бізнесу.

Таким чином, малі та середні підприємства роблять акцент на підвищенні кваліфікації співробітників, створенні ефективної мотиваційної системи та формуванні підприємницької культури. Термін «education enterprises» набуває все більшої актуальності і необхідну потребу для підприємств малого та середнього бізнесу [3]. Розкрити такий підхід можливо на прикладі Естонії. Держава створила систему консалтингової підтримки малого та середнього бізнесу за допомогою університетських структур, здійснюючи фінансування підприємств у вигляді цільових ваучерів номіналом 4000 євро один раз на рік. Як правило, для виконання такого виду робіт активно залучають студентів. Це призводить до вирішення подвійної задачі: забезпеченню креативними кадрами і зменшенню напруженості на ринку праці [4].

Такий підхід сприяє формуванню певної соціальної відповідальності бізнесу як по відношенню до власних співробітників, їх розвитку та створенню сприятливого середовища спілкування, так і по відношенню до університету і суспільству в цілому. Проектні університетські команди проводять тематичні дослідження, актуалізують питання КСВ, роблять впровадження реальними і надають підтримку малому і середньому бізнесу.

В той же час основними викликами для залучення малого та середнього бізнесу в середу корпоративної соціальної відповідальності є [5]:

- рішення першочергових задач бізнесу, які забезпечують його виживання;
- фактор часу і ресурсів, які можуть означати відсутність доступної зовнішньої підтримки;
- не розуміння бізнес-переваг, яким сприяє КСВ;
- орієнтація інструментарію та основних принципів організації КСВ на великий бізнес;
- відсутність систематичних стимулів для впровадження концепції КСВ з боку держави;
- необхідність створення адаптаційних програм за допомогою простих у використанні інструментів і алгоритмів, яскравих прикладів розуміння і результативності використання такого підходу.

Що може актуалізувати корпоративну соціальну відповідальність у підприємницькому секторі ?

По-перше, це можливість залучити й утримати цінних працівників, зменшення плинності кадрів, оскільки малий бізнес, як правило, базується на кількох ключових особах.

По-друге, можливість розробити та впровадити унікальні пропозиції продуктів і послуг, формувати свої конкурентні переваги, підвищувати ефективність, тим самим, сприяючи створенню власної позитивної репутації.

Також ініціативи, спрямовані на стимулювання участі малого та середнього бізнесу в КСВ повинні бути зрозумілими та легкими до впровадження і реалізації. Необхідне створення бази яскравих національних прикладів конкретних ініціатив по впровадженню систем КСВ, які демонструють поліпшення показників фінансово-господарської діяльності підприємницького сектора. Впровадженню стратегій КСВ можуть сприяти приклади, які демонструють збільшення прибутків і поліпшення показників бізнес діяльності. Також важливу роль повинні відігравати такі структури громадського сектору як: професійні асоціації, клуби підприємців та інші неформальні об'єднання, структури з розвитку та формування КСВ в малому і середньому бізнесі.

Соціальна політика підприємства має як внутрішній, так і зовнішній прояви. До зовнішніх складових КСВ відносяться, задоволення суспільних потреб у певних товарах і послугах, взаємодія з місцевими та регіональними громадами, розвиток соціальної інфраструктури, участь у реалізації територіальних соціальних програм. Головним внутрішнім елементом КСВ є соціальна організація трудової діяльності персоналу.

Таким чином, соціальна організація трудової діяльності персоналу на принципах КСВ та соціального партнерства сприяє підвищенню ефективності трудового потенціалу підприємства та є важливою складовою його сталого розвитку.

Список літератури: 1. Carroll, A. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance *The Academy of Management Review*, 4 (4), 497–505, <http://www.jstor.org/pss/257850>. 2. Adamoniene R., Astromskiene A. (2011) Application of the SocialSME method in the small and medium companies of Lithuania. *Ekonomika ir vadyba – Economics and management*, 16, 472–477. 3. COM (2001) 366 final. Green paper. Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility. Commission of the European Communities. Brussels, 18.7.2001. 4. Некоторые аспекты понятия «корпоративная социальная ответственность» и практики ее реализации // Корпоративная социальная ответственность бизнеса. Экспертная оценка и практика в Украине. Сборник статей и рекомендаций – К.: Тип. 000 «ОРАНТА», 2007. – С. 56–65. 5. Колот А.М. Соціально-трудоу відносини: Теорія і практика регулювання. Монографія. – К.: КНЕУ, 2004. – 230.