

СОЦІАЛЬНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФОРМА ПРОЯВУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Дем'янчук М.А.

к.е.н., доцент кафедри економіки та моделювання ринкових відносин

Михайлова Д.С.

студентка 1 курсу спеціальності «Фінанси, банківська справа та
страхування»

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

м. Одеса, Україна

Глобалізаційні процеси світової економіки призвели не тільки до прискорення економічного і соціального прогресу людства, а й породили нові проблемні питання, одним з яких є соціальна відповідальність бізнесу (СВБ). На сьогоднішній день соціалізація бізнесу виступає об'єктивною закономірністю трансформаційного суспільства. Вона безпосередньо пов'язана із сучасними тенденціями розвитку НТП і зростанням вимог до процесу та результатів виробництва, а також з процесами формування системи соціального захисту, з соціальними функціями органів державного управління.

Питання СВБ і сталого розвитку привертають останнім часом значну увагу українських і зарубіжних учених, однак потребують постійного моніторингу питання розвитку соціальної політики підприємства. Тому метою роботи є обґрунтування ролі соціальної політики підприємства у реалізації концепції сталого розвитку.

Поняття корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) (або СВБ) є в Україні ще достатньо новим поняттям, яке потребує додаткового визначення. Однак, Світова рада бізнесу зі сталого розвитку розуміє КСВ як довгострокове зобов'язання компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя працівників та їх родин, громади й суспільства загалом.

СВБ є добровільною діяльністю підприємств приватного і державного секторів, спрямованою на дотримання високих стандартів господарської діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє природне середовище з метою вирівнювання наявних економічних і соціальних диспропорцій; створення партнерських взаємовідносин між бізнесом, суспільством і державою; покращення результативності бізнесу в довгостроковому періоді.

М. Фрідмен вважає, що основна мета соціальної відповідальності підприємства полягає у зростанні і максимізації прибутку, а підприємці мають бути соціально відповідальними перш за все перед своїми працівниками [1]. Крім

того, можна розглядати соціальну відповідальність підприємства як спосіб управління бізнес-процесами з метою забезпечення позитивного впливу на суспільство.

У проекті форуму СББ України [2] зазначається, що СББ – відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

Конфедерація роботодавців України вважає, що сутність КСВ полягає в добровільній ініціативі власника компанії або засновників організації з розробки і реалізації певних соціально спрямованих, неприбуткових заходів, що мають на меті якісне покращення зовнішнього для компанії або організації середовища [3].

Серед найчастіше згадуваних переваг впровадження програм СББ для іміджу підприємства називають [4]: поліпшення ефективності процесів виробництва; підвищення мотивації та продуктивності працівників; психологічні фактори мотивації; підвищення ділової та загальносуспільної репутації компанії.

Тобто основними напрями КСВ є удосконалення соціальної політики на виробництві; вирішення проблем охорони навколишнього середовища; захист та просування бренду компанії; удосконалення роботи з постачальниками, а також розробка етичних стандартів ведення бізнесу та розвитку лідерства.

Формами прояву КСВ підприємства у зовнішній сфері є корпоративне громадянство (діяльності підприємства, свідомо орієнтованої на вирішення суспільно корисних завдань, до яких не зобов'язує законодавство і в яких немає прямої економічної зацікавленості), а у внутрішній сфері підприємства – соціальна політика підприємства.

Пожвавлення в економіці, підвищення рівня життя населення неможливі без активної господарської діяльності, без розвитку світогляду та системи цінностей, які спонукали б людину виявляти ініціативу відповідальність та самостійність. Важливе місце в системі базових цінностей інноваційного ринкового світогляду належить саме соціальній політиці підприємств. Адже, саме усвідомлення своєї місії підприємця в ринковій трансформації економіки дозволяє посилити потенціал підприємницького сектора, довести його суспільну значущість. Корпоративний сектор має приділяти більше уваги вирішенню соціальних проблем.

Успішне просування вітчизняних підприємств на шляху соціального розвитку можливе при органічному поєднанні універсальних принципів економічної політики, соціально орієнтованої ринкової економіки і соціальної політики підприємства. Тому важливим суб'єктом в реалізації соціальної політики підприємства повинна стати держава, яка покликана ефективно здійснювати регулюючу роль. Тільки вона, використовуючи властиві їй засоби (законодавчу базу оподаткування, соціальну політику тощо), в змозі протистояти ринковій стихії, бути гарантом гідного життя працівників підприємств і їх соціального захисту.

Література:

1. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to increase its Profit [Online] // New York Times Magazine. – September, 13, 1970. – p.122-126. – <http://www-rohan.sdsu.edu/faculty/dunnweb/rprnts.friedman.dunn.pdf>.

2. Соціальна відповідальність бізнесу: принципи системної дії. – проект форуму соціально відповідального бізнесу України [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.civicsua.org/main/data?t=2&c=2&q=860741.

3. Конфедерація роботодавців України [Електронний ресурс] / Режим доступу: www.confeu.org.

4. Комарницький І.Ф. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління сучасний підприємством [Електронний ресурс]/ І.Ф. Комарницький, З.І. Галушка. – Режим доступу: <http://zbirnuk.bukuniver.edu.ua>.