

Соціальна спрямованість бізнесу в Україні

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглядаються проблеми формування систем соціальної спрямованості бізнесу в Україні. Вивчаються форми прояву соціальної відповідальності підприємств, їхня національна специфіка, вигоди відвід неї для суспільства і для самого підприємства. Загострюється увага на вивченні можливості перетворення соціальної відповідальності на інструмент управління підприємством.

Abstract

The problems forming social orientation of business in Ukraine. The forms of display of social responsibility of enterprises, their national specific, are studied, benefits taking it for society and for an enterprise. Attention becomes sharp on the study of possibility of transformation of social responsibility on the instrument of management an enterprise.

Мета даної статті – показати необхідність та можливості використання принципів соціальної відповідальності бізнесу як важливого й ефективного інструмента управління українськими підприємствами.

На думку багатьох дослідників[1] серед переваг впровадження програм соціальної спрямованості бізнесу (ССБ) для іміджу підприємства є: поліпшення ефективності процесів виробництва, зумовлене необхідністю знаходити, наприклад, приховані важелі винайдення способів зменшення викидів в атмосферу або пристосування виробництва до технологічних, санітарних, екологічних стандартів. Також підтримуючи своїх колег інші вчені[2] вважають за необхідне підвищення мотивації та продуктивності працівників, оскільки всі працівники компанії водночас є громадянами, споживачами, батьками та мешканцями певного міста, турбота про громаду, про суспільство транслуватиметься в турботу про працівників. А отже у цьому напрямку є дуже важливими психологічні фактори мотивації, турбота про працівників обертаються формуванням стабільного соціально-психологічного клімату в організації, що сприяє ефективності праці; а також підвищення ділової та загальносуспільної репутації компанії зменшує ризики від можливої втрати ринків, покращує доступ до нових ринків завдяки кращій репутації компаній.

Головні форми соціалізації бізнесу проявляються саме через заходи[3], пов'язані із сутністю цих тверджень: - забезпечення трудових прав персоналу, враховуючи створення умов для колективного представництва інтересів і ведення колективних переговорів; - дотримання прав людини на робочому місці; - навчання та розвиток персоналу, планування кар'єрного росту; - зростання заробітної плати, виплата премій і компенсацій; - безпека зайнятості та соціально-відповідальна реструктуризація підприємств; мотивація персоналу, складання планів індивідуального пенсійного забезпечення та індивідуального страхування; - допомога у розв'язанні житлових проблем, можливості для повноцінного відпочинку спортивні й культурні заходи; - вироблення політики та відповідних процедур соціальної відповідальності бізнесу (створення внутрішніх кодексів, інструментів та соціальних стандартів менеджменту); - удосконалення відносин зі споживачами (дотримання стандартів якості продукції, урахування культурної специфіки споживача, задоволення потреб споживачів, які мають спеціальні вимоги до споживчих благ, захист конфіденційності інформації про клієнтів); - упровадження принципів чесного ведення бізнесу (повага до прав власності, захист добросовісної конкуренції, боротьба з корупцією, уникнення конфлікту інтересів, утримання від діяльності у неетичних сферах тощо); - соціально й екологічно збалансована торгівля (етичні відносини з партнерами, управління каналами постачань, заходи, спрямовані проти контрабанди, зміцнення зв'язків з місцевими виробниками); - прозорість діяльності та звітність перед акціонерами, дотримання прав акціонерів, забезпечення дивідендів; - сертифікація відповідності системам управління якістю, здоров'ям і безпекою; - управління ризиками і змінами; - соціальні інвестиції, соціально відповідальний маркетинг та ін. [4]

Дослідження [5] також показало, що в Україні не використовується ряд практик, які вже стали традиційними на Заході: урахування культурної специфіки споживача, використання системи соціального маркування продукції, зворотній зв'язок зі споживачами, надання інформації про якість і безпеку продукції, застосування принципів оцінки життєвого циклу продукту, моніторинг впливу на довкілля, уникнення використання генетично модифікованих продуктів тощо. Переважно соціальна відповідальність бізнесу в Україні розвивається за двома напрямками, один з яких скерований усередину компаній, а другий – зовні, на розвиток території, регіону, суспільства в цілому.

Головними соціально відповідальними суб'єктами бізнесу виступають: крупні компанії з містоутворюючими підприємствами, які несуть значну частку відповідальності за підтримання соціальної сфери регіону, активно співпрацюють із місцевими органами влади у реалізації соціальних проєктів; спільні підприємства, які, як правило, не мають соціальної інфраструктури, але проводять разові соціальні акції; нові підприємства, які переважно під тиском держави беруть на себе частку соціальної відповідальності. Щодо внутрішньої скерованості існують такі напрями соціальної відповідальності бізнесу: 1) надання соціальних пакетів (соціальне страхування, кошти на лікування, відпочинок, оплату оздоровлення дітей, оплату послуг мобільного зв'язку тощо); 2) безпосереднє надання послуг працівникам на власних об'єктах. На вибір форм соціалізації бізнесу впливають різноманітні фактори: соціально-економічний стан країни; наявність історичної та культурної спадщини, досвіду соціалізації бізнесу; менталітет населення, регіональні та місцеві особливості соціального розвитку, моральні переконання представників бізнесу; тиск з боку громадськості; державні вимоги; прибутковість бізнесу. [6]

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Інноваційний менеджмент: навчальний посібник / Козловський В.О., Азарова А.О., Лесько О.Й., Небава М.І., - Вінниця: ВНТУ, 2012.-130с.
2. Петрушенко Ю.Н., Дудкін О.В. формування інституту позитивної соціальної відповідальності . Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. Выпуск 37-3. 25- 30.
3. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави: національна доповідь / За загальною редакцією В.М.Гейця, А.І.Даниленка, М.Г.Жулинського, Е.М.Лібанової, О.С.Онищенка. – К.: НВЦ НБУВ, 2009. – 687 с.
4. Мельник С.В. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальної політики України / С.В.Мельник // Економіка та держава. – 2007. – №5. – С.72.
5. Грабовецький Б.Є. Основи економічного прогнозування: Навчальний посібник. – Вінниця: ВНТУ, 2004.- с. 155
- 6 Бізнес-планування : Навчальний посібник для студентів спец. "Менеджмент організацій" / Володимир Олександрович Козловський, Олександр Йосипович Лесько; В.о. Вінниц. нац. техн. ун-т.– Вінниця : ВНТУ, 2005.– 189 с.200

Автор: Костюк Тетяна Сергіївна, студентка групи МОВ-14(б) факультету менеджменту Вінницького національного технічного університету, м.Вінниця

Author: Tatyana Kostyuk, student of Mov-14 (b) faculty of management Vinnytsia national technical university, Vinnitsa

Науковий керівник: Козловський Володимир Олександрович, к.е.н., доцент, професор кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту Вінницького національного технічного університету, м.Вінниця, V@vin.ua

Supervisor: Kozlovsky Volodymyr Oleksandr, k.e.n., associate professor, professor of department of economy of enterprise and production management of the Vinnytsia national technical university, m. Vinnytsia, V@vin.ua