

**Kotlyarevskaya K. Y.**

Postgraduate student

*Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Ukraine*

**SOCIALLY RESPONSIBLE RECRUITMENT AS A PRIORITY AREA OF  
PERSONNEL MANAGEMENT CONCEPT**

**Котляревська К. Ю.**

аспірант

*Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Україна*

**СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНИЙ НАЙМ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ  
НАПРЯМ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ**

*The article deals with socially responsible recruitment at the enterprise, also there are defined tasks that it can perform. The author's definition of "socially responsible recruitment" is given.*

**Keywords:** *personnel, socially responsible recruitment, enterprise.*

*У статті розглянуто питання соціально-відповідального найму персоналу підприємства, доцільність його практичного використання. Запропоновано авторське визначення поняття «соціально-відповідального найму персоналу».*

**Ключові слова:** *персонал, соціально-відповідальний найм, підприємство.*

Кращі результати у забезпеченні сталості економічного зростання досягають країни, яким вдається поєднати економічну ефективність з соціальною результативністю через налагодження економічних механізмів і оптимізацію діяльності соціальних інститутів, що виступають як спосіб узгодження інтересів та цілей взаємодіючих у процесі економічної діяльності суб'єктів.

З розвитком економічної науки виникло безліч концепцій управління персоналом, зокрема управління персоналом, управління людськими ресурсами та управління людиною, які використовують ефективні інструменти управління персоналом з орієнтацією на кінцевий прибуток підприємства. Проте внаслідок кризи поведінка персоналу – найманих працівників – змінюється, як і їх ставлення до праці, що зумовлює необхідність зміни поведінки підприємств. Сучасна ситуація на підприємствах характеризується незадоволенням потреб соціально-відповідального характеру, що є одним із факторів економічної кризи (відсутність довіри між роботодавцем та працівниками, прозорості у веденні бізнес-процесів та низький рівень відповідальності спричинили дисбаланс економічної рівноваги). Тому під час стратегічного планування на підприємстві необхідно керуватися принципами соціальної відповідальності.

Питання соціальної відповідальності бізнесу нині в полі зору як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Так, Г. Алоні, визначає принципи соціально відповідального бізнесу, які вважає основою підприємницької етики [1]. І. Булеєв, Н. Брюховецька, Є. Черних в роботі [2] визначає соціальну відповідальність як інструмент зменшення ризиків та механізм взаємодії бізнесу, суспільства і держави. І. Савченко [3] соціальну відповідальність бізнесу вважає засобом вирішення соціальних проблем. І. Левін виділяє чотири функціональні ознаки реалізації соціально відповідального бізнесу [4]. Соціальну відповідальність через призму управління якістю досліджено науковцем А. Ковальовим [5]. О. Ворона виділяє рівні якості соціально відповідального бізнесу в контексті сталого розвитку суспільства [6].

Серед вітчизняних дослідників даної проблематики І. Акімова, Н. Водницька, Ю. Саєнко, А. Колот, В. Бурега, М. Мурашко. Питанням розробки механізму управління соціально відповідальною діяльністю присвячені роботи Л. Грициної, М. Стародубської, О. Лазаренко, Ф. Евдокимова, О. Степанової.

В 2009 році за ініціативою мережі Глобального договору ООН в парламентському Комітеті з питань промислової та регуляторної політики пройшли публічні слухання на тему «Соціальна відповідальність бізнесу: українські реалії і перспективи», результатом яких стало створення багатосторонньої консультативної ради з розробки національної концепції розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні. У 2011 році підписано Декларацію про відповідальність бізнес партнерства в рамках проекту «Розробка національного порядку денного щодо корпоративної соціальної відповідальності». Соціальна відповідальність бізнесу є динамічним поняттям, постійно знаходиться в процесі перетворення і прагне відповідати вимогам часу.

В світі використовують три моделі соціально відповідальної діяльності. В американській моделі переважає філантропічний підхід, який слід розуміти як використання частину прибутків для інвестицій в громадсько-корисні ініціативи. Така благодійність в більшості випадків не пов'язана з основною діяльністю компаній і легко скорочується в залежності від економічної ситуації і політики бізнес-структур. Ця модель при успішному використанні знаходить позитивний відгук у споживачів, громадських організаціях, в персоналу, так як дозволяє цим групам сприймати компанію, як таку що турбується про мешканців міста, району.

В європейській моделі соціальну відповідальність пов'язують з досягнення бізнес мети і є частиною стратегії створення доданої вартості компанії. Всі ініціативи, які фінансує організація мають пряме відношення до генерації прибутку і реалізації продукції. Найбільш популярні об'єкти інвестицій при європейській моделі – це розвиток персоналу, науки, освіти,

технологій, інвестиції в муніципальні організації на території присутності виробництва компанії, природоохоронна діяльність.

Соціальна відповідальність в Японії підтримується культурними традиціями країни і передбачає ділову згуртованість не тільки на рівні компанії, але і на рівні індустріальної групи. Для японської моделі характерна активна роль держави, яка приймає участь у стратегічному плануванні. Управління бізнесом з японської точки зору не обмежується тільки організаційним розвитком та одержанням прибутку. Його основою є сприйняття громадськості, усвідомлення своєї відповідальності перед суспільством і прагнення до прогресу цивілізації в цілому. Особливість розуміння соціальної відповідальності в Японії проявляється в специфічних інститутах «пожиттєвого найму», «принципу старшинства» при оплаті праці та в кар'єрному зростанні. Ці механізми не мають юридичної сили, проте є певним соціальним імперативом, що реалізується в більшості компаній.

Фактично, соціальна відповідальність – це філософія підприємства, яка характеризує його відношення до суспільства та його соціальних проблем, іншими словами – його місія.

Найважливішою сферою соціальної відповідальності підприємницької діяльності є найм персоналу і зайнятість. Одна з основних функцій підприємницької діяльності – створення робочих місць. Це саме те, що приносить суспільству розвиток підприємницької діяльності.

Разом з тим саме діяльність підприємців в сферах найму та зайнятості часто породжує соціальні конфлікти, оскільки веде до звільнень, скорочення зайнятості та зниження оплати праці, а також супроводжується проявами різного роду дискримінацій в сферах найму та оплати праці, наприклад за статевою, расовою, національною ознакою. "Традиційні" форми дискримінації, наприклад жінок або іноземних робітників з країн "третього світу" як в оплаті праці, так і при прийомі на роботу, зберігаються і з виникненням нових видів зайнятості та форм праці.

Найпоширенішим способом уникнення або зниження негативних соціальних наслідків дискримінації у сфері зайнятості є різного роду квоти, спеціальні програми для відновлення справедливості щодо дискримінованих раніше національних та інших меншин і жінок, що забезпечують їм переваги при прийомі на роботу. Однак такі заходи насправді обертаються так званої зворотної дискримінацією – вже по відношенню до тих, хто раніше мав переважні позиції.

Приклад "зворотної дискримінації" ілюструє той факт, що виникають у сфері зайнятості та найму соціальні та етичні проблеми настільки різноманітні і складні, що неможливо знайти якийсь універсальний рецепт їхнього дозволу. Фахівці вважають, що плідним може виявитися лише індивідуальний підхід до кожної конкретної проблеми.

Також дуже поширеною є проблема, коли не наймають на роботу людей з вадами здоров'я. В цьому випадку, є цікавим досвід Швеції, де представники державних органів зайнятості організують працю на дому для людей, які не можуть з фізичних причин працювати в офісі або на підприємстві.

На жаль, на даний момент в нашій державі, дуже гостро стоїть проблема працевлаштування військових, демобілізованих із зони антитерористичної операції. Ця категорія населення потребує окремої і дуже пильної уваги з боку держави стосовно працевлаштування та психологічної адаптації в суспільстві та на новому місці роботи.

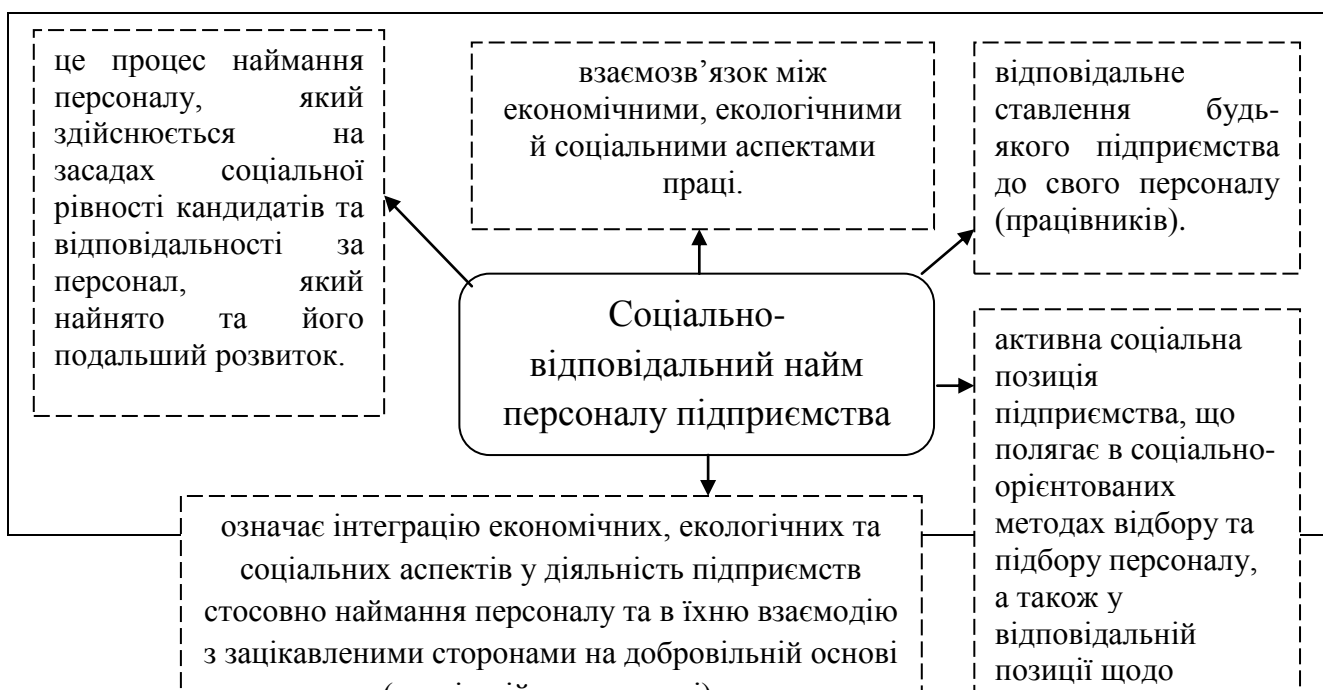




Рис. 1. Визначення поняття "соціально-відповідальний найм"

Соціально-відповідальний найм передбачає досягнення основних цілей наймання засобами, які передбачають дотримання моральних цінностей та повагу до людей, спільнот, що впливатиме на підвищення рівня якості трудового життя.

Завдання, які має вирішити соціально-відповідальний найм:

сплата податків (соціальних), що підтримує соціальну захищеність працівників;

виконання норм трудового законодавства, стосовно умов наймання персоналу;

підвищення гарантій збереження робочого місця;

покращити бренд роботодавця;

отримати більше можливостей залучити й утримати співробітників (люди прагнуть працювати на підприємствах, цінності яких збігаються з їхніми власними);

скоротити претензії з боку регулюючих органів;

підвищити конкурентоспроможність підприємства.

Керівництво підприємства не повинно звертати уваги на вік, стать, національність, релігійну приналежність, сексуальну орієнтацію, стан здоров'я або фізичні обмеження. Професіоналізм і зацікавленість працівників мають бути важливими і ставити на меті створення умов для комфортної і продуктивної діяльності.

Для оцінки реалізації підприємством політики щодо соціально-відповідального найму персоналу доцільно проводити аналіз показників:

наявність затвердженого порядку проведення процедури найму персоналу;

відсутність необґрунтованих фактів порушення заведеного порядку;  
надання рівних прав при здійсненні найму персоналу;  
практика адаптації нового персоналу підприємства.

Багатоаспектність категорії «соціальна відповідальність» (або «відповідальність у суспільних відносинах») дозволяє говорити про моральну, правову, економічну, політичну, професійну її форми. У формуванні моделі правильного формату взаємовідносин влади і бізнесу, в першу чергу, повинна бути зацікавлена влада. Адже використовуючи соціально-відповідальний найм персоналу будь-якого підприємства можна сприяти соціально-економічному розвитку держави. Держава повинна створити стимули, щоб підприємства появилося бажання вести соціально-відповідальну політику до персоналу. Такими стимулами можуть бути: податкові пільги, публічне та відкрите лобіювання інтересів компаній, які ведуть свою діяльність у відповідності з принципами соціальної відповідальності. Такий офіційний курс має проголосити держава, яка і стане позитивним прикладом для підприємств.

### **Література:**

1. Алоні Г. Етика бізнесу: соціально-філософський аспект автореф. дис. на здобуття наук. ступеня філософ. наук: спец. 09.00.03 «Соціальна філософія та філософія історії» / Г. Алоні. - Київ, 2008. - 16 с.
2. Булеев И. П. Социальная ответственность бизнеса: теория и практика: монография / И.П.Булеев, Н.Е.Брюховецкая, Е.В. Черных. - Донецк: ДонНТУ, 2008.-136с.
3. Савченко І.Г. Ціннісний вимір соціальної відповідальності в демократичній державі: монографія / І.Г. Савченко, О.В. Радченко.- Х. : ХНУРЕ, 2008.199с.
4. Левін П.Б. Іноземний досвід розвитку соціально відповідального бізнесу та його використання в Україні / П.Б.Левін // Збірник наукових праць Кіровоградського національного технічного університету. Серія «Економічні науки». - 2009. - Вип.15. - С.18-22.

5. Ковалев А.И. Менеджмент качества. Многое в немногих словах / А. И. Ковалев. - М.: РИА «Стандарты и качество», 2007. - 136с.
6. Ворона О.В. Соціальна відповідальність як сучасна концепція бізнесу / О.В.Ворона// Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2010. - №29. - С.410-417.