

Студент 6 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ПЕРЕД СВОЇМИ СПІВРОБІТНИКАМИ

Анотація. Розглянуто розвиток корпоративної соціальної відповідальності підприємства та основні підходи до розуміння соціальної політики на підприємстві.

Аннотация. Рассмотрены развитие корпоративной социальной ответственности предприятия и основные подходы к пониманию социальной политики на предприятии.

Annotation. Development of corporate social responsibility and the main approaches to the understanding of social enterprise policy are described in this article.

Ключові слова: соціальна політика підприємства, соціальна відповідальність підприємства, персонал підприємства.

Динамічний розвиток концепцій корпоративної соціальної відповідальності пройшов певні етапи. Точкою відліку можна вважати роботу Г. Боуена "Соціальна відповідальність бізнесмена", яка була опублікована у 1953 році. Наступні вивчення корпоративної соціальної відповідальності наведені в роботах К. Девіса (1960), Дж. МакГуіра (1963), С. Сеті (1975), в яких були конкретизовані поняття та зміст соціальної відповідальності.

У даний час на перший план виходить інструментальний підхід до вивчення корпоративної соціальної відповідальності, який встановлює взаємозв'язок між соціально відповідальною поведінкою компанії та її фінансовими показниками (у тому числі підвищення прибутку в довгостроковому періоді). Саме з точки зору цього підходу політика соціальної відповідальності набуває все більшу популярність та знаходить застосування на практиці як елемент стратегічного керування, що дозволяє компаніям досягти основних цілей та покращити свій стан на ринку [1].

Існують різні підходи до розуміння соціальної політики підприємства. Перший підхід передбачає, що основна діяльність підприємства має соціально значимий характер, що виражається у виробництві якісних товарів та послуг, виплаті податків та створенні добре оплачуваних робочих місць.

Другий підхід – підприємство у своїй діяльності виходить за рамки обов'язкових вимог законодавства та здійснює внесок у розвиток внутрішнього та зовнішнього середовищ діяльності свого підприємства. При цьому підприємство реалізує внутрішні та зовнішні соціальні програми, які узгоджені зі стратегією його розвитку.

Третій підхід – підприємство прагне мати репутацію соціально відповідальної організації і для цього бере активну участь у формуванні громадських стандартів, наприклад, таких, як якість освіти.

Перший підхід можна охарактеризувати як пасивний, тобто суб'єкт у втіленні соціальних функцій не виходить за рамки того, що необхідно для забезпечення діяльності підприємства та зумовлено законодавством. Другий та третій підходи є активними, тому що в цих випадках підприємство у здійсненні соціальних функцій виходить за рамки своєї безпосередньої діяльності та вимог, що були встановлені законодавством. Відмітимо, що незалежно від типу соціальної політики, яка здійснюється, підприємство завжди залишається суб'єктом соціальної політики [2].

Соціальна політика на підприємстві означає діяльність роботодавців, менеджменту та найманих працівників із задоволення соціальних вимог, узгодження соціальних інтересів, реалізації соціальних прав та соціальних гарантій, надання соціальних послуг, соціального захисту персоналу. Соціальна політика формує сприятливі умови діяльності працівників на підприємстві, є необхідним фактором реалізації персоналом своїх потреб та можливостей. Якщо на підприємстві створені такі соціальні умови, тим самим надається більше можливостей для реалізації працівниками здібностей та їх ефективної роботи.

Головний напрямок соціальної політики: сприяти забезпеченню зростання продуктивності, ефективності та якості праці робітників; стимулювати робітників до підвищення кваліфікації, сприяти вирішенню управлінських завдань – закріплення найбільш кваліфікованих робітників, забезпечення їх ротації та лояльного ставлення до підприємства. Бажано надавати лише такі види соціальних послуг, які користуються попитом у персоналу.

Ефективна соціальна політика припускає надання персоналу всіх обов'язкових соціальних послуг, які підприємство повинно надавати відповідно до законодавства. Разом з цим вона не може бути обмежена тільки обов'язковими соціальними послугами. Конкуренція на ринку праці передбачає наявність соціальних послуг, що можуть залучити нових працівників на роботу на підприємство або утримати працюючих тут людей. Чим вище потреба в висококваліфікованих працівниках, тим більше вимагається додаткових соціальних послуг для залучення і закріплення персоналу. Якщо підприємство надає персоналу значний обсяг соціальних послуг, необхідних для працівників, воно буде вигідно відрізнятися від інших підприємств. Це є гарною основою щодо залучення нових працівників та збереження нового персоналу [3].

Наук. керівн. Потьомкін С. К.

Література: 1. Игошина А. С. Политика корпоративной социальной ответственности и инвестиционная привлекательность компании / А. С. Игошина // Экономика, управление, финансы : материалы междунар. заоч. науч. конф. (г. Пермь, июнь 2011 г.) / под общ. ред. Г. Д. Ахметовой. – Пермь : Меркурий, 2011. – 124 с. 2. Аверин А. Н. Социальная политика и социальная ответственность предприятия / А. Н. Аверин. – М. : Альфа-Пресс, 2008. – 96 с. 3. Герчикова И. Н. Менеджмент / И. Н. Герчикова. – М. : Издательство "Банки биржи", 2005. – 307 с.